

An aerial photograph of a river confluence. The river flows from the top left towards the bottom right, where it meets a larger body of water. The water is a vibrant turquoise color. A wide, sandy beach is visible on the right side of the confluence, with several people scattered across it. The surrounding area is densely forested with green trees. The text is overlaid on the image in white, bold, sans-serif font.

ŠTUDIJA IZVEDLJIVOSTI IN
ZASNOVA
PROGRAMSKEGA KONCEPTA

Investicijski projekt
„SOTOČJE“

MAJ 2022

SONTIUS, ALOHAS, PROPOS, PRESLEDEK, za OBČINO TOLMIN



Občina Tolmin

Naročnik	Občina Tolmin
Predmet	ŠTUDIJA IZVEDLJIVOSTI IN ZASNOVA PROGRAMSKEGA KONCEPTA ZA INVESTICIJSKI PROJEKT »SOTOČJE« PRILOGI: Podrobnejša predstavitev mikro in makro lokacije (PRILOGA 1) Arhitekturni koncept (PRILOGA 2)
Izdelovalec	SONTIUS Poslovno svetovanje Janko Humar s.p. Gregorčičeva ulica 20 5220 Tolmin tel: 031.381.631 ALOHAS Miša Novak s.p. Groharjeva 5, 1230 Domžale tel: 041.645.097 PROPOS Ivana Galič s.p. Ulica 6. junija 14, 1295 Ivančna Gorica tel: 040 708 106 PRESLEDEK in BEVK IN ŠEVERKAR ARHITEKTI d.o.o. Poljanska ulica 20b, 1000 Ljubljana 041 758 800
Nosilci naloge	<ul style="list-style-type: none">> Janko Humar, SONTIUS (programsko/produktno-trženjski koncept in vodenje projekta)> Miša Novak, ALOHAS (programsko/produktno-trženjski koncept)> Ivana Galič, PROPOS (tehnično- investicijski in finančni vidik)> Larisa Kazić, Sara Škarica, Vid Zabel in Jan Žužek PRESLEDEK in BEVK IN ŠEVERKAR ARHITEKTI (arhitekturni del)
Projektna skupina na strani naročnika	
Obdobje priprave	September 2021 – januar 2022

KAZALO

1. POVZETEK	5
2. PREDSTAVITEV IDEJE IN NAMEN INVESTITORJA	8
3. ANALIZA STANJA	11
3.1 Analiza lokacije	11
3.1.1 Mikro lokacija	11
3.1.2 Makro lokacija	16
3.2 Zgodovina objekta	20
3.3 Analiza razvojnih smernic in potreb, kot izhajajo iz občine/destinacije in lokacije	22
3.3.1 Strategija razvoja in trženja turizma Doline Soče 2025+	22
3.3.2 Razvojni načrt Občine Tolmin 2030 v pripravi	24
3.4 Ugotovitve, ki izhajajo iz intervjujev s ključnimi deležniki	26
3.4.1 Lastniki zemljišč in upravna enota	26
3.4.2 Organizatorji festivalov in policija	26
3.4.3 Ključni turistični ponudniki	27
3.4.4 Turizem Dolina Soče in Krajevna skupnost Tolmin	27
3.5 Analiza trga/panoge – stanje, izzivi in trendi	29
3.5.1 Večja slika – turizem na globalni ravni	29
3.5.2 Turizem v Sloveniji	30
3.5.3 Turizem v regiji – Julijske Alpe	33
3.5.4 Turizem destinaciji Dolina Soče in občini Tolmin	36
3.5.4.1 Turizem v destinaciji Dolina Soče	36
3.5.4.2 Turizem v občini Tolmin	37
3.5.4.3 Struktura emitivnih trgov	38
3.5.3.4 Sezonskost	39
3.5.4.5 Struktura nastanitvenih kapacitet	40
3.6 Opredelitev konkurence	42
3.6.1 Outdoor aktivnosti	42
3.6.2. Zelena specializacija	43
3.6.3. Konferenčna dejavnost in dogodki	44
3.7 Povzetek analize stanja in priporočila, ki iz nje izhajajo	45
3.7.1 Povzetek analize stanja – SWOT ANALIZA	45
3.7.2 Povzetek analize stanja v obliki ugotovitev in smernic	47
4. MOŽNE VARIANTE PROGRAMSKEGA KONCEPTA	49
4.1 Vsebinska izhodišča za oblikovanje programskega in trženjskega koncepta	49
4.1.1 Primeri dobre prakse	49
4.1.1.1 Glenmore Lodge - Scotland's National Outdoor Training Centre	50
4.1.1.2 Interpretacijski center: National Park Worlds Hohe Tauern Mittersill	52
4.1.1.3 Nekaj primerov slovenskih interpretacijskih centrov	53
4.1.1.4 Prireditveni prostor: Park z razgledom Vista, Velenjsko jezero	55
4.1.1.5 Športni center – outdoor park: Adventure park, Snowdonia, Wales, VB	57
4.1.1.6 Analiza nekaj primerov outdoor hotelov – umeščenih v alpske outdoor destinacije	59
4.1.2 Potrebe naročnika in ideje iz razprave	61
4.1.2.1 Potrebe naročnika	61
4.1.2.2 Ideje iz razprave	62
4.1.3 Zainteresirana poslovna javnost (strokovne in partnerske institucije)	65
4.1.3.1 Olimpijski komite Slovenije	65
4.1.3.2 Primorska Univerza – Turistica, fakulteta za turistične študije	65
4.1.3.3 Univerza v Novi Gorici - Fakulteta za znanosti o okolju	66

4.1.3.4 Univerza v Ljubljani - Fakulteta za šport	67
4.1.3.5 Posoški razvojni center	68
4.1.3.6 Skupnost Julijske Alpe	69
4.1.3.7 Outdoor produkt in športni turizem (krovna raven slovenskega turizma)	70
4.2 Nabor vseh možnih variant ponudbe in programskega koncepta	72
4.2.1 Možne programske rešitve za osnovni objekt	72
4.2.2 Visitor center (interpretacijski center) kot dodatna atrakcija	79
4.2.3 Prireditveni prostor	81
4.2.4 Širše območje Sotočja	82
4.3 Oblikovanje možnih programskih konceptov v obliki scenarijev	84
4.3.1 Dejavniki uspeha in upravičenosti projekta (možni kriteriji za izbor) in ocena petih programskih opcij	84
4.3.2 Predlog programskih scenarijev	86
5. PREDSTAVITEV IZBRANEGA PREDLOGA PROGRAMSKO-TRŽENJSKEGA KONCEPTA	88
5.1 Krovni koncept izbranega scenarija in cilji, ki jih zasledujemo	88
5.2 Vizija, poslanstvo in ciljno tržno pozicioniranje	90
5.3 Predstavitev programsko-trženjskega koncepta	92
5.3.1 Vsebinska razlaga posameznih programskih sklopov	92
5.3.1.1 Training (izobraževalno-kompetenčni) center in hotel	92
5.3.1.2 Interpretacijski center	98
5.3.1.3 Prireditveni prostor	100
5.3.1.4 Širše Sotočje	101
5.3.2 Arhitekturni pristop k umeščanju programov	104
5.4 Ključne trženjsko-pozicijske opredelitve (trgi in ciljni segmenti)	107
5.5 Natančnejša specifikacija vsebin	110
5.5.1 Izobraževalno-kompetenčni center s hotelom	110
5.5.2 Interpretacijski center	114
5.5.3 Prireditveni prostor	115
5.5.4 Širši ambient Sotočja	116
5.6 Upravljanje in organizacijska struktura	118
6. OKVIRNA OCENA INVESTICIJE	121
6.1 Preliminarna ocena investicije	121
6.2 Opredelitev projekta po fazah izvedbe – variantni pristopi	127
7. OPREDELITEV EKONOMSKO FINANČNEGA POSLOVANJA	130
7.1 Metodološke predpostavke uporabljene v ocenah in projekcijah poslovanja	130
7.2 Predlog virov in strukture financiranja projekta	131
7.3 Načrtovanje poslovanja	132
7.3.1 Načrtovanje prihodkov	132
7.3.2 Načrtovanje stroškov	140
7.3.3 Projekcije finančnih izkazov	143
7.4 Ocena uspešnosti investicije	147

1. POVZETEK

INVESTITOR IN PREDMET INVESTICIJE

Investitor in nosilec razvojne iniciative širšega območja je Občina Tolmin. Osnovni predmet investicije je ureditev območja trenutno propadajočega objekta Paradiso, program pa opredeljuje smernice tudi za ureditev širšega območja Sotočja.

LOKACIJA

Naloga naslavlja območje Sotočja, torej območje geografskega sotočja rek Soče in Tolminke območje, ki je na eni strani naravna znamenitost, na drugi pa prostor, ki ga prebivalci doživljajo kot zelo posebnega in zelo svojega. Sotočje je zelo priljubljeno lokalno stičišče in srečevališče, rekreacijski in družabni prostor, naravno kopališče, v širši javnosti pa predvsem poznano kot poletno festivalsko prizorišče. Nova obvoznica, ki je v gradnji, bo dostop lokacije olajšala in še povečala njeno strateško vrednost.

KAKŠEN PROGRAM STORITEV IN AKTIVNOSTI JE PREDVIDEN NA SOTOČJU

Osnovna in vodilna ideja projekta je izgradnja in vzpostavitev nacionalnega kompetenčnega centra za športov naravi in trajnostni turizem. V okviru tega centra pa se bo odvijala vrsta komplementarnih programskih aktivnosti:

- **Izobraževalno kompetenčni center s hotelsko namestitvijo:** konferenčni center z multifunkcijsko dvorano in več konferenčnimi sobami; hotelski del z restavracijo in 36 sobami (skupno 74 ležišč kategorije štirih zvezdic) in povezovalni sklop namenjen hotelskim in zunanjim gostom, ki zajema wellness in fitness center, a la carte restavracijo in športno infrastrukturo (plezalna stena, izposojevalnica koles in druge opreme, shrambe za kolesa in drugo opremo...)
- **Interpretacijski center:** sodoben center za obiskovalce, ki bo s pomočjo najnaprednejše tehnologije razlagal reko Sočo, Triglavski narodni park, izjemne naravne danosti Doline Soče, biosferno območje UNESCO MAB in življenje prebivalcev doline.
- **Prireditveni prostor:** urejen in organiziran prostor z vso podporno servisno infrastrukturo za organizacijo vseh vrst prireditev, dogodkov in festivalov, od glasbenih in športnih do poslovnih in sejmskih.
- **Urejanje širšega območja:** naloga izpostavlja tudi smernice za urejanje širšega območja kot sproščenega stičišča domačinov in obiskovalcev in kot križišča in izhodišča tematskih poti.

KDO SO CILJNI SEGMENTI

Dolina Soče je prepričljiv tržni voditelj na področju outdoor športov v Sloveniji. Aktivnosti v naravi so primerni motiv obiska, v dolini je registriranih preko 70 športnih agencij, še veliko več jih prihaja od drugod. Nimamo pa centra znanja, ki bi na strokoven način razvijal programe in kompetence izvajalcev. Primarna ciljna skupina kompetenčnega centra so torej profesionalni udeleženci

izobraževanju in usposabljanju, pa tudi drugi outdoor navdušenci, ki želijo izpopolniti svoja znanja in sposobnosti za gibanje v zahtevnem naravnem okolju. V glavni sezoni, ko je primarna skupina večinoma zasedena z dejavnostjo, je center odprt tudi za običajne obiskovalce, ki si želijo oddiha v naravnem okolju. Skozi vse leto, če kapacitete dopuščajo, je konferenčni del ponudbe možno koristiti tudi za najrazličnejša poslovna srečanja in prireditve.

Interpretacijski center bo dodatna tolminska atrakcija namenjena obiskovalcem doline, dnevnim gostom, šolam in organiziranimi skupinam; prireditveni prostor pa bo vabil segmente, kot jih bodo naslavljali posamezni dogodki.

VIZIJA, POSLANSTVO IN TRŽNO POZICIONIRANJE

Vizija centra je zamišljena kot »vrhunsko alpsko outdoor središče za usposabljanje na področju outdoor športov, prodorni center zelenega turizma in priljubljeno srečevališče lokalne skupnosti«.

Poslanstvo centra bo nudenje vrhunskih programov usposabljanja na področju outdoor športov v izjemnem naravnem prostoru ter navdihovanje vseh obiskovalcev, lokalne skupnosti in Slovenije za aktiven zelen življenjski slog.

Center bo na trgu nastopal kot Nacionalni outdoor izobraževalni center & hotel z vrhunskimi programi usposabljanja za področje outdoor športov in za aktivne počitnice (National Outdoor Training Centre & Hotel for outdoor activity courses and active holidays all year round, in stunning Soča Valley).

OKVIRNA OCENA INVESTICIJE

Skupna ocen investicije znaša 12,2 milijona € (neto); od tega 664.000 € za prireditveni center, 6,1 milijona € za sklop kompetenčnega centra, 3,98 milijonov € za interpretacijski center in 840.000 € za urejanje širšega območja.

MOŽNOST FAZNE IZVEDBE IN VIRI FINANCIRANJA

Projekt je možno izvajati kot celoto ali pa ga razdeliti na programsko zaokrožene faze: kompetenčni center (s hotelskim delom), interpretacijski center in prireditveni prostor. Četrti del projekta, urejanje širšega okolja, je stalnica. Posamezne faze je možno razdeliti terminsko, na način, da se izvajajo skupaj ali pa ena za drugo, pa tudi organizacijsko. Občina se lahko odloči, da jih izvaja sama, ali pa da išče partnerje in soinvestitorje.

Za celotno investicijo je načrtovano 33 % lastnih sredstev, 52 % nepovratnih sredstev in 15 % dolžniških virov financiranja Javna programa – interpretacijski center in urejanje širšega območja se financirajo z lastnimi viri oz. sredstvi občine v višini 25 % in z nepovratnimi sredstvi v višini 75 %. Prireditveni center se financira 50 % z lastnimi sredstvi in 50 % z nepovratnimi sredstvi. Kompetenčni center, ki ga sestavlja tudi tržni program, pa je načrtovana struktura virov financiranja: 30 % lastnih sredstev (sredstva občine in/ali soinvestitorjev), 30 % dolžniški viri financiranja in 40% nepovratna sredstva.

OCENA EKONOMSKO FINANČNEGA POSLOVANJA

Razen v prvem poslovnem letu projekt predvideva pozitiven finančni rezultat poslovanja. Center je zamišljen kot zaokrožena celota, ki se programsko in finančno dopolnjuje in podpira. Predvideni so trije naslovi pridobivanja prihodkov:

- ▶ **Javni program, predviden obseg 7 %:** javni programi (raziskave, monitoringi, trajnostni programi...), ki se financirajo iz nacionalnih ali EU javnih sredstev;
- ▶ **Neprofitni tržni program, predvideni obseg 45 %:** programi v javnem interesu, ki pa se v celoti pokrivajo iz lastnih prihodkov (prireditveni center, interpretacijski center, kompetenčni program)
- ▶ **Tržni program, predvideni obseg 43%:** prihodki ustvarjeni v programu nastanitev, v gostinstvu in wellness/fitness/šport ponudbi.

Finančne projekcije so vključene v projekt.

2. PREDSTAVITEV IDEJE IN NAMEN INVESTITORJA

INVESTITOR

Investitor je Občina Tolmin, ki je propadajoči objekt na Sotočju na naslovu Dijaška 8, Tolmin, kupila v letu 2020 na javni dražbi.

Občina Tolmin je tretja največja občina v Sloveniji (382 km²), na 52. mestu po številu prebivalcev (11.018 v 2021) in šele na 188 mestu po gostoti naseljenosti (29 prebivalcev na km²). Demografska slika občine se slabša.

Tolminska občina leži v severozahodnem delu Slovenije, v spodnjem delu Zgornjega Posočja, ki ga tvorita še občini Kobarid in Bovec. Središče občine predstavlja Tolminska kotlina, ki je stičišče štirih dolin: doline Soče proti Kobaridu, doline Soče proti Kanalu in Novi Gorici, doline Idrijce in Baške grape. Upravno središče in sedež občine je naselje Tolmin, ki leži na nadmorski višini 200 m, najvišja točka občine je Tolminski kuk (2085 m). Velik del občine leži v Triglavskem narodnem parku, celotna občina pa je tudi sestavni del območja UNESCO MAB Julijske Alpe. Na območju občine je še 71 drugih naselij in 23 krajevnih skupnosti.

Občina Tolmin je sestavni del Goriške statistične regije, v turistični povezavah pa tudi sestavni del Skupnosti julijske Alpe. Tolmin je od leta 2016 tudi član združenja Alpskih mest leta.

IZHODIŠČA ZA NAČRTOVANJE S STRANI INVESTITORJEV

Sotočje dveh izjemnih alpskih rek Soče in Tolminke je edinstvena naravna znamenitost, za Tolmince pa tudi zelo poseben in pomemben prostor, močno vtakan v vsakdanje življenje.

Občinski nakup ključnega objekta na območju je bil tako sprejet z velikim priznanjem, na drugi strani pa je sprožil tudi velika pričakovanja. Župan občine Tolmin je zato imenoval Delovno skupino za oblikovanje smernic razvoja Sotočja, ki je uskladila naslednja izhodišča:

- ▶ Sotočje je vrhunska lokacija, ki ima izjemni naravni in simbolni pomen.
- ▶ Občina je lastnik ključnega objekta. Lastništvo zemljišč je mešano (javno, agrarna skupnost, zasebno, v stečajju). Na širšem prostoru je nekaj neizkoriščenih objektov.
- ▶ Zagotoviti moramo celoletni program.
- ▶ Sotočje mora ostati (odprt) prostor srečevanja domačinov.
- ▶ Program mora biti ambiciozen in zagotavljati dodano vrednost; najprej destinaciji, nato pa tudi regiji (Julijske Alpe) in širšemu prostoru (čezmejnost).
- ▶ V projektu smo osredotočenost na objekt; za širše območje Sotočja se pripravijo smernice.

»Sotočje Tolminke in Soče predstavlja eno največjih razvojnih priložnosti za občino Tolmin. Posebno prepoznavnost so mu v preteklem desetletju dali festivali, verjamem pa, da se lahko to z občinsko pridobitvijo lastnine nad objektom še nadgradi. Gre za edinstveno priložnost, pri snovanju katere moramo biti ambiciozni in ustvarjalni, da bomo znali poiskati avtentične rešitve in da bomo hkrati znali posvetiti pozornost občutljivemu naravnemu okolju in vpetosti nove vsebine v lokalni življenjski utrip. Slediti je treba tudi strategiji razvoja turizma doline Soče, za katero so prav takšni projekti priložnost, da uresniči enega svojih glavnih ciljev, to je podaljšanje sezone. Verjamem, da bo delovna skupina s pomočjo zainteresirane javnosti znala priti do zaključkov, ki bodo pomenili nov korak v razvoju Sotočja, Doline Soče in širše regije«.

Uroš Brežan, župan občine Tolmin

PREDMET IN NAMEN NALOGE

Predmet naloge je predlagati in primerno argumentirati koncept in vsebinski program za prenovu ali nadomestno gradnja nekdanjega hotela Paradiso – ki ima v pričujoči študiji delovno ime »Sotočje« – in predlagati smernice za ureditev širšega okolja Sotočja.

POJASNILO: Ko govorimo o objektu na naslovu Dijaška 8, Tolmin, ga pišemo v narekovajih (»Sotočje«), medtem ko se Sotočje (brez narekovajev: torej Sotočje) nanaša na celotno (širšo) lokacijo sotočja rek Soče in Tolminke.

Programa objekta in širše lokacije morata biti medsebojno usklajena, saj bo le tako lahko zagotovljena harmonizacija območja, ki mora že zaradi spoštovanja naravnih danosti delovati kot zaokrožena celota.

V nalogi:

1. V prvem analitičnem sklopu izpostavljammo obstoječe danosti in priložnosti, značilnosti trga, razvojni koncept destinacije in širše regije, možnosti razvoja po obstoječih prostorskih načrtih ter sklop povzamemo v obliki ključnih ugotovitev in smeri potrebnih intervencij.
2. Na teh osnovah in na osnovi preučitve relevantnih dobrih praks v osrednjem programsko-trženjskem delu opredeljujemo koncept prenovljenega objekta: okvirni programi in kapacitete (število in tip sob, velikosti ter vsi potrebni podporni prostori in infrastruktura ter druge prostorske zahteve, glede na opredeljen programski koncept večnamenskega objekta). Nadalje opredeljujemo ciljne trge povpraševanja, pozicioniranje, koncept trženja in učinkovita vključitev v destinacijsko ponudbo.
3. V tretjem idejno-arhitekturnem sklopu podajamo vizualizacijo in preverjamo možnost urbanistične in arhitekturne umestitve
4. V zadnjem ekonomsko-organizacijskem sklopu opredeljujemo grobo oceno investicije, okvirne ekonomsko-finančne parametre poslovanja, organizacijski model ter opredelimo terminski plan.
5. Na koncu so podana zaključna priporočila za nadaljnje korake, s predlogom ureditve ključne drobne infrastrukture (sanitarije, smeti) in režimov izvajanja programov v vmesnem obdobju do začetka investicije in opredeljene nadaljnje potrebne aktivnosti, njihove nosilce in okvirni terminski načrt.



EKONOMSKI DEL je pripravljen na način, da bo lahko po potrditvi na seji Občinskega sveta Občine Tolmin služil kot izhodišča in smernice za naročilo poslovno-investicijskega načrta razvoja Sotočja.

ARHITEKTURNI DEL je pripravljen na način, da bo potrditvi na seji Občinskega sveta Občine Tolmin lahko služil kot izhodišče in smernice za izdelavo projektne naloge za izvedbo arhitekturnega natečaja.

Pri pripravi študije je upoštevana Uredba o enotni metodologiji za pripravo in obravnavo investicijske dokumentacije na področju javnih financ.

Ključni strateški kvalitativni CILJI investitorja z INVESTICIJSKEGA VIDIKA

1. Razširiti spekter tolminske turistične ponudbe;
2. Razviti vzorčni model odgovornega in trajnostno usmerjenega poslovanja;
3. Slediti in udeležati smernice sprejete turistične strategije Tolmina oziroma destinacije Dolina Soče;
4. Zagotoviti pokrivanje stroškov;
5. Oblikovati in udeležati programski koncept, ki bo celotni destinaciji in širši regiji Julijske Alpe zagotovil dodano vrednost;
6. Razviti primer dobre prakse, ki bo prispeval k dvigu ugleda destinacije in k dvigu standardov poslovanja v dejavnosti;
7. Zagotoviti celoletno poslovanje in poslovni rezultat, ki bo omogočal nadaljnji razvoj dejavnosti.

Ključni strateški CILJI investitorja s TRŽENJSKEGA VIDIKA

1. Razviti ponudbo razvoja in izboljševanja kompetenc na področju outdoor športov;
2. Razviti lasten celoletni program outdoor dejavnosti;
3. Izkoristiti veliko prepoznavnost Tolmina kot festivalske destinacije in razviti okolju, domačinom in obiskovalcem prijazen program dogodkov in prireditev;
4. Postati regionalni center za razvoj trajnostnega in outdoor turizma;
5. Izkoristiti izjemne naravne danosti lokacije in strateško pozicijo ob obvoznici in na križišču pohodniških, kolesarskih in vodnih poti in Sotočje pozicionirati kot vrata v Dolini Soče in UNESCO MAB območje.

3. ANALIZA STANJA

3.1 Analiza lokacije

3.1.1 Mikro lokacija

MIKRO LOKACIJA SOTOČJA

Mikrolokacija Sotočje, kjer se nahaja obstoječi objekt z zemljiščem, je na naslovu Dijaška ulica 18, Tolmin, neposredno ob Dijaški ulici, ki je kategorizirana kot javna pot (št. 922311).

V severni smeri se nad cesto odpirajo travnate površine, ki se rahlo vzpenjajo proti Šolskemu centru. V vzhodni, južni in zahodni smeri je objekt umeščen v območje pretežno porastlo z drevjem in grmičevjem, skozi katerega so speljane sprehajalne poti, ki vodijo do sotočja Soče in Tolminke. Na južni strani se tik ob objektu razprostira park z umeščenim tenis igriščem.

Lokacija je dostopna po kategorizirani občinski cesti, ki vodi mimo Šolskega centra, kjer je tudi avtobusna postajališče. S skorajšnjo izgradnjo obvoznice bo Sotočje dostopno neposredno iz glavne ceste. Glavna avtobusna postaja je oddaljena 1,2 km, najbližja železniška postaja je v Mostu na Soči, oddaljena 8,2 km.

Dostop je možen tudi preko kolesarskih in sprehajalnih poti, ki vodijo mimo in tudi po reki Soči. Iz Mosta na Soči vozi tudi turistična ladjica, ki ima postajališče ob Soči, slabih 500 m nizvodno od lokacije.

Slika 1: Mikro lokacija Sotočja



Vir: www.geoprostor.net, www.googlemap.com

Območje objekta na Sotočju se nahaja na parcelah št. 1215, 1218 in 1219, vse k.o. 2248 Tolmin, skupne površine 7.514 m². Vse tri parcele so v Zemljiški knjigi vpisane v lastništvu Občine Tolmin in so proste bremen in pravic ali pravnih dejstev, ki bi omejevale lastninsko pravico na nepremičninah.

Tabela 1: Seznam parcel, površin, namenske rabe in lastništva

ŠIFRA K.O.	IME K.O.	ŠTEVILKA PARCELE	POVRŠINA ZEMLJIŠČA	NAMENSKA RABA
2248	TOLMIN	1215	1.553 m ²	BT - Površine za turizem
2248	TOLMIN	1218	5.710 m ²	
2248	TOLMIN	1219	251 m ²	
			7.514 m ²	

Vir: www.geoprostor.net

Slika 2: Prikaz parcel - Sotočje



Vir: www.geoprostor.net

Območje je v celoti opremljeno z gospodarsko javno infrastrukturo.

Površine za parkiranje (mirujoči promet) so v naravi na voljo na parceli št. 1218 in 1167/1, k.o. Tolmin, kjer je del parcele tudi asfaltirane. Parcela je v lasti Družbene lastnine v upravi Centroslavije v deležu 1/1 po stanju Zemljiške knjige oz. UTP Sloboda d.o.o. iz Novega sada glede na podatke srbskega Registra gospodarskih objektov.

Po osnovni namenski rabi je celotno zemljišče opredeljeno kot stavbno zemljišče (U), podrobnejša namenska raba opredeljuje območje kot Površine za turizem (BT).

Na območju do dopustne osnovne dejavnosti, vezane na turistično ponudbo in dopolnjujoče dejavnosti:

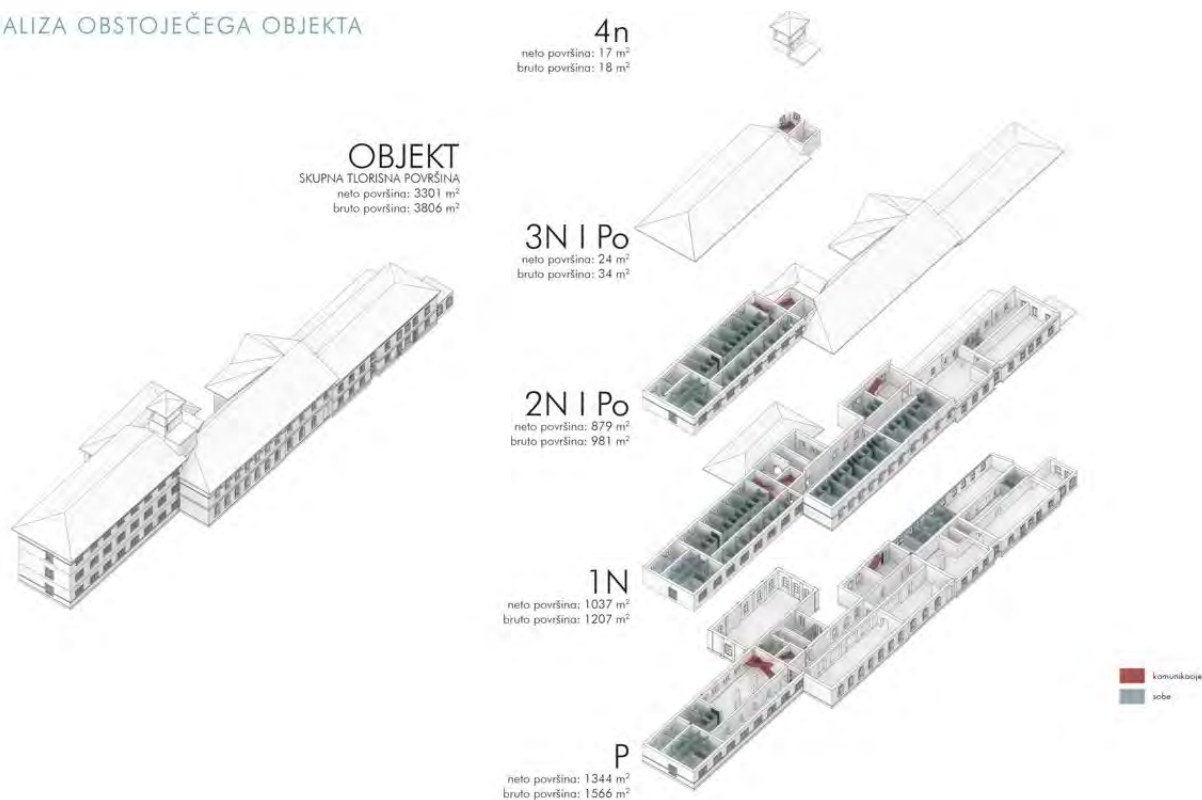
- ▶ Osnovne dovoljene dejavnosti: turistična ponudba in nastanitev, gostinstvo;
- ▶ Spremljajoče dejavnosti: centralne dejavnosti, poslovne dejavnosti, rekreacijske dejavnosti, druge dejavnosti, ki služijo tem območjem.

Po uradnih evidencah GURS-a skupna uporabna površina objektov znaša 8.659,8 m² (prikazano spodaj v Tabeli 2) – ti podatki se močno razlikujejo od izmer arhitektov, ki so bile opravljene v okviru projekta. Podatki o izmerjenih površinah na terenu s strani arhitektov so znašajo 3.806 m² bruto tlorisne površine (BTP) in 3.301 m² neto tlorisne površine (NTP). Natančnejši prikaz je podan v spodnji sliki.

Površina zemljišča pod stavbo (pozidano zemljišče) znaša 2.205,38 m².

Slika 3: Analiza obstoječega objekta

ANALIZA OBSTOJEČEGA OBJEKTA



Vir: Prikaz Presledek, vir Občina Tolmin in GURS

Tabela 2: Seznam stavb, uporabne površine in namenska raba

ŠTEVILKA PARCELE	ŠTEVILKA STAVBE	UPORABNA POVRŠINA - podatki iz baze GURS	NAMENSKA RABA	POVRŠINA ZEMLJIŠČA POD STAVBO
1218	1493	11,8 m ²	Tehnični prostor – trafo postaja	25,38
	88	259,2 m ²	Igralnica, cirkus, plesna dvorana, diskoteka lokal/prodajalna	120
	120	352,8 m ²	Igralnica, cirkus, plesna dvorana, diskoteka lokal/prodajalna	196
1215	131	<u>7.514 m²</u>	Prehrambeni gostinski obrat	1575

1219	186	522 m ²	Igralnica, cirkus, plesna dvorana, diskoteka lokal/prodajalna	289
8.659,8 m ²				2.205,38

Vir: www.geoprostor.net

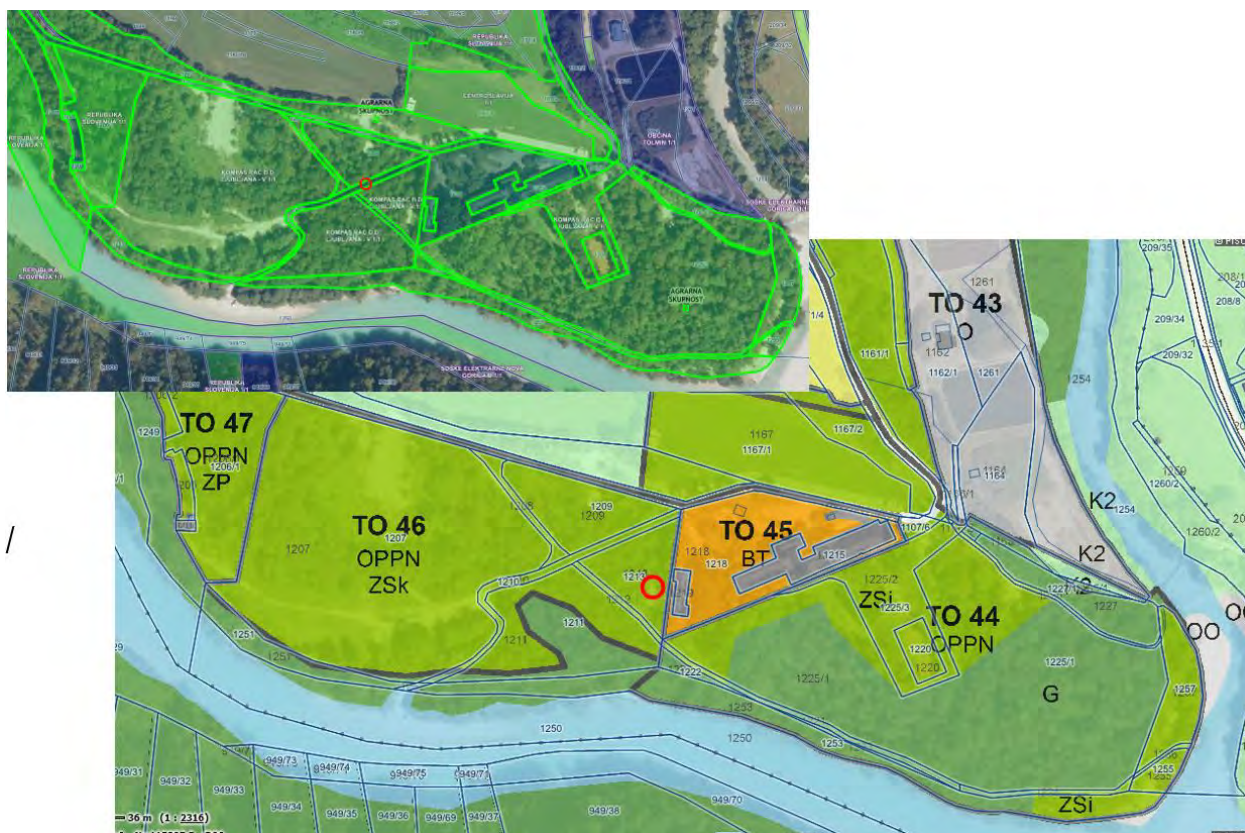
ŠIRŠE OBMOČJE SOTOČJA

Širše območje Sotočja, ki zajema površine dobrih 10 ha, je v lasti Agrarne skupnosti, Kompassa Rent a Car – v likvidaciji, Občine Tolmin, Centroslavije, Soških Elektrarn Nova Gorica in Republike Slovenije, je po namenski rabi razvrščeno med Zelene površine, ZSi – površine za oddih, rekreacijo in šport – območja športnih igrišč, ZSk – površine za oddih, rekreacijo in šport in območja, namenjena turističnim kampom, ZP – parki in G – gozdna zemljišča.

Območje je po veljavnem OPN razdeljeno 5 enot urejanja območja (EUP), ki jih opredeljuje enotna značilnost prostora z opredeljeno namensko rabo, režimi varstva okolja, ohranjanja narave, varstva kulturne dediščine in za katere so opredeljeni enotni prostorski izvedbeni pogoji za izdelavo OPPN-a (Občinskega podrobnega prostorskega načrta), če je predviden. Predlog OPN-a, ki je v postopku sprejemanja EUP 44 vsebinsko razdeli na del, ki ga priključi EUP 45 in samostojno EUP 70.

V naravi večino območja predstavlja gozd, po katerem se razprostirajo poti, ki lokalni skupnosti in turistom predstavlja mestni park. Celotno območje predstavlja zaokroženo vsebinsko celoto, kjer se povezujejo turistična, športna, kulturna in javna infrastruktura.

Slika 4: Širše območje Sotočja in prikaz namenske rabe



Vir: www.geoprostor.net

POVZETEK stanja MIKRO LOKACIJA

Načrtovan objekt se nahaja na strateško izjemno pomembni in naravno izjemno dragoceni lokaciji. Sotočje dveh alpskih rek Soče in Tolminke je edinstvena naravna znamenitost, za Tolmince pa tudi zelo poseben in pomemben prostor, močno vtakan v vsakdanje življenje. Sotočje predstavlja eno največjih razvojnih priložnosti za občino Tolmin.

Mikro lokacija Sotočje, kjer se nahaja obstoječi objekt z zemljiščem, se nahaja na ob naslovu Dijaška ulica 18, Tolmin. Lokacija je dostopna po kategorizirani občinski cesti, ki vodi mimo Šolskega centra, kjer je tudi avtobusna postajališče. S skorajšnjo izgradnjo obvoznice bo Sotočje dostopno neposredno iz glavne ceste. Glavna avtobusna postaja je oddaljena 1,2 km, najbližja železniška postaja je v Mostu na Soči, oddaljena 8,2 km. Dostop je možen tudi preko kolesarskih in sprehajalnih poti, ki vodijo mimo in tudi po reki Soči. Iz Mosta na Soči vozi tudi turistična ladjica, ki ima postajališče ob Soči, slabih 500 m nizvodno od lokacije.

Območje Sotočja se nahaja na parcelah št. 1215, 1218 in 1219, vse k.o. 2248 Tolmin, skupne površine 7.514 m². Vse tri parcele so v Zemljiški knjigi vpisane v lastništvu Občine Tolmin in so proste bremen in pravic ali pravnih dejstev, ki bi omejevale lastninsko pravico na nepremičninah. Zemljišče je trikotne oblike, teren je raven. Zasnova glavnega objekta je orientirana sever – jug. Parkirna mesta so deloma na voljo na zemljišču ob objektu, večina jih je na asfaltirani površini ob Dijaški ulici in na makadamskih površinah na vzhodni stani objekta.

Po uradnih evidencah GURS-a skupna uporabna površina objektov znaša 8.659,8 m² – ti podatki se močno razlikujejo od izmer arhitektov, ki so bile opravljene v okviru projekta. Podatki o izmerjenih površinah na terenu s strani arhitektov so znašajo 3.806 m² bruto tlorisne površine (BTP) in 3.301 m² neto tlorisne površine (NTP).

Razmerje med uporabno površino objektov in površino zemljišča je 1,15. Faktor zazidanosti, ki kaže razmerje med pozidano površino in celotno površino zemljišča, je 0,29.

OPN Tolmin (Uradni list RS, št. 78/2012) opredeljuje območje Sotočje (parcelne št. 1219, 1218 in 1215) v enoto urejanja prostora (EUP) TO 45 in krajinsko enoto SOČA. Po osnovni namenski rabi je opredeljeno kot stavbno zemljišče (U), podrobnejša namenska raba opredeljuje območje kot Površine za turizem (BT).

>>> Podrobnejša predstavitev (po spodnjih elementih) je na voljo v PRILOGI (Poglavje 1):

1. *Mikro lokacija Sotočja*
 - a. *Mikro lokacija Sotočja – objekt z zemljiščem*
 - b. *Prostorska ureditev in namenska raba*
 - c. *Gospodarska javna infrastruktura*
 - d. *Varstvo narave, kulturne dediščine in okolja*
 - e. *Spremembe OPN-ja (v postopku sprejemanja)*
2. *Širše območje Sotočja*
 - a. *Značilnosti lokacije*
 - b. *Dostopnost območja*
 - c. *Dejanska raba kmetijskih in gozdnih zemljišč*
 - d. *Varstveni režim kulturne dediščine*
 - e. *Varstvo narave*
 - f. *Območje poplav – redka območja poplavljanja*
3. *Prostorska ureditev in namenska raba širšega območja Sotočja*
4. *Grafični prikaz analize območja in analize obstoječega objekta*

3.1.2 Makro lokacija

Lokacija načrtovanega objekta je močna odvisna od turizma v širšem prostoru (5 ravni) in ima glede na svojo elitnost (naravni in simbolni pomen) velik potencial – pa tudi odgovornost – da izstopi po svoji trajnosti, ustvarjanju dodane vrednosti, krepitvi celoletnosti destinacije in pozitivnega prispevka k lokalni skupnosti.

Slika 5: Prikaz več ravni okolja, ki jih je potrebno upoštevati pri načrtovanju »Sotočja«



Kratka predstavitev gornjih 5 ravni makro lokacije:

PRVIČ: Občina Tolmin

Načrtovani objekt spada v občino Tolmin, ki meri 382 km². Po površini se med slovenskimi občinami uvršča na 3. mesto.

Sredi leta 2019 je imela občina približno 11.030 prebivalcev (približno 5.580 moških in 5.450 žensk). Po številu prebivalcev se je med slovenskimi občinami uvrstila na 52. mesto. Na kvadratnem kilometru površine občine je živel povprečno 29 prebivalcev, kar je močno pod slovenskim povprečjem (ki je 103 prebivalci na km²) – to jo uvršča na 188. mestu. Težišče poselitve je v največjih naseljih soške in baške doline. Demografska slika občine se slabša.

Leži v severozahodnem delu Slovenije, v spodnjem delu Zgornjega Posočja, ki ga tvorita še občini Kobarid in Bovec. Meji na sosednjo republiko Italijo in občine Kobarid, Bohinj, Železniki, Cerkno, Idrija, Nova Gorica in Kanal. Središče občine predstavlja Tolminska kotlina, ki je stičišče štirih dolin: doline Soče proti Kobaridu, doline Soče proti Kanalu in Novi Gorici, doline Idrijce in Baške grape. Del občine leži v Triglavskem narodnem parku.

Na področju tolminske občine je več naravnih pogojev za živinorejo kot za poljedelstvo. Planinska paša je zlasti v tolminskem delu občine omogočila pridelovanje kakovostnega planinskega sira, po katerem je to območje znano. Industrijski obrati so bili zgrajeni po drugi svetovni vojni; prevladuje elektro in lesna industrija, gradbeništvo in razne obrti, v zadnjem desetletju pa je z izjemno rastjo turizma ta panoga prerasla iz marginalne v pomembno gospodarsko dejavnost in perspektivo za zaposlovanje, motiviranje mladih za bivanje in delo doma ter dodajanje vrednosti lokalni ekonomiji. Več v poglavju 3.4.

V občino se lahko pride iz več smeri. Z vzhoda nas pripelje cesta po dolini Idrijce, ki se priključi cestni povezavi po dolini Soče med Novo Gorico in Bovecem. Z vlakom je mogoče priti iz Ljubljane preko Jesenic do Mosta na Soči (od Tolmina oddaljen 5 km); možen je tudi avtovlak, ki vozi na relaciji Bohinjska Bistrica preko Podbrda do Mosta na Soči. V Dolini Soče skozi vse leto primanjkuje kakovostne mreže javnih in zasebnih prevozov, ki bi omogočali reden servis in boljšo dostopnost.

DRUGIČ: Destinacija Dolina Soče (občine Bovec, Kanal ob Soči, Kobarid in Tolmin)

Občina Tolmin je v obdobju od 2002 do 2016 skupaj z občino Kobarid tvorila zaokroženo destinacijo prihoda, ki jo je upravljal LTO Sotočje (do leta 2002 je za občino Tolmin deloval LTO Sotočje Tolmin). Destinacija je leta 2007 vzpostavila znamko Dolina Soče¹ – ki je takrat pokrivala le občini Kobarid in Tolmin. V naslednjih letih so se vse bolj krepile povezave v celotni Dolini Soče (Bovec-Kobarid-Tolmin).

Aktualni destinacijski koncept Doline Soče je tako partnerski dogovor treh občin Bovca, Kobarida in Tolmina, ki so se leta 2016 uspele dogovoriti o ustanovitvi skupne destinacijske organizacije, ki gradi skupno destinacijsko znamko, skrbi za razvoj skupnih in regijskih produktov in zagotavlja skupni tržni koncept. Razvojni del, predvsem investicije v javno infrastrukturo, so še vedno domena posameznih občin.

Od leta 2018 naprej je v destinacijo Dolina Soče vključena tudi občina Kanal, zaenkrat na pogodbeni osnovi.

Skupni razvojni dokument destinacije je Strategija razvoja in trženja turizma Doline Soče 2025+.

>>> *Več v poglavju 3.3.2.*

TRETJIČ: Goriška razvojna regija

Občina Tolmin spada v Goriško regijo, ki je razdeljena na 4 subregije: Zgornje Posočje, Idrijsko-Cerkljansko subregijo, Goriško subregijo in zgornjo Vipavsko dolino ter vključuje 13 občin: Ajdovščina, Bovec, Brda, Cerklje, Idrija, Kanal ob Soči, Kobarid, Miren-Kostanjevica, Nova Gorica, Renče-Vogrsko, Šempeter-Vrtojba, Tolmin in Vipava.

Regija je po površini približno enako velika kot osrednjeslovenska, po številu prebivalcev pa je skoraj petkrat manjša – je ena redkeje poseljenih regij. Demografska slika regije je še vedno neugodna. Na zgornjem vipavskem in ožjem goriškem območju število prebivalcev v zadnjih dveh letih nekoliko naraslo, medtem ko je v Zgornjem Posočju število prebivalcev padlo za 0,9 odstotka. Kljub temu pa je nekaj pozitivnih momentov: indeks delovne migracije pada (manj delovno aktivnih prebivalcev regije odhaja na delo v druge regije), stopnja registrirane brezposelnosti se je v zadnjih letih v regiji znižala, razpoložljivi dohodek gospodinjstev, preračunan na prebivalca, v Goriški regiji postopoma raste.

Severnoprimorsko mrežno regionalno razvojno agencijo sestavljajo RRA Severne Primorske za območje Nove Gorice, Posoški razvojni center (PRC) za Gornje Posočje, Idrijsko-Cerkljanska razvojna agencija d.o.o. Idrija (ICRA) za Idrijsko-Cerkljanski del in Razvojna agencija ROD Ajdovščina (RA ROD) za Vipavsko dolino.

Ključni razvojni dokument za regijo je Regionalni razvojni program Severne Primorske (Goriške) razvojne regije 2021–2027 (oktobra 2021 v potrjevanju na MGRT).

¹ Predtem se je destinacija pozicionirala kot Dežela žive vode ter aktivno delovala v okviru regijske povezave Smaragdna pot (za celotno Goriško regijo).

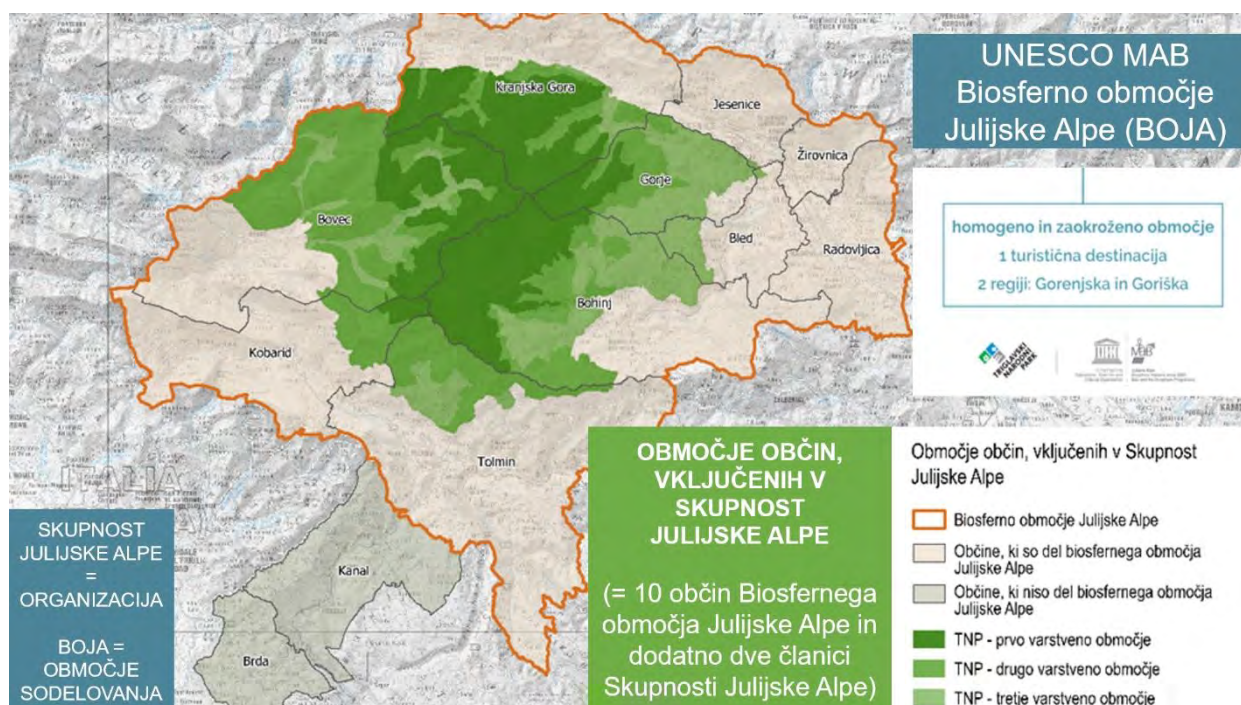
ČETRTIČ: UNESCO MAB Biosferno območje Julijske Alpe

Občina Tolmin je ena od 10 občin, ki tvorijo UNESCO MAB Biosferno območje Julijske Alpe – BOJA (eno od štirih biosfernih območij v Sloveniji), a edino, ki je umeščeno na območje narodnega parka. To so občina Bled, Bohinj, Bovec, Gorje, Jesenice, Kobarid, Kranjska Gora, Radovljica, Tolmin in Žirovnica.

BOJA je območje sodelovanja, medtem ko je Skupnost Julijske Alpe organizacija, v katero sta kot trženjska partnerja vključeni tudi občini Kanal ob Soči (kot del destinacije Dolina Soče) in Brda (ki imata status trženjskih članov).

BOJA je v letu 2020 pripravila nov skupni razvojni dokument, ki že naslavlja izzive, vezane na covid pandemijo in potrebo po re-setu: Razvojni načrt za Biosferno območje Julijske Alpe (BOJA) kot trajnostne turistične destinacije 2025+.

Slika 6: Občina Tolmin s celotno destinacijo Dolina Soče je del regije Julijske Alpe (UNESCO MAB Biosferno območje)



PETIČ: Makro destinacija Alpska Slovenija

Občina Tolmin je z destinacijo Dolina Soče oziroma Julijskimi Alpami del Alpske Slovenije – ki je ena od štirih makro destinacij Slovenije, ki predstavljajo zaokrožene produktno-izkustvene clustre v slovenskem turizmu; poleg Alpske Slovenije so to še Ljubljana & Osrednja Slovenija, Mediteranska & Kraška Slovenija ter Termalna Panonska Slovenija).

Poleg Julijskih Alp regijo Alpska Slovenija tvorijo še Kamniško Savinjske Alpe, Pohorje in Karavanke.

Alpska Slovenija je s 5,549 milijoni prenočitve (leta 2019) daleč najmočnejša slovenska turistična regija – s 3,744 milijoni ji sledi Mediteranska & Kraška Slovenija, s 3,701 milijoni Termalna Panonska Slovenija, na zadnjem mestu pa je Ljubljana & Osrednja Slovenija s 2,869 mio.

POVZETEK stanja MAKRO LOKACIJA

Načrtovan objekt je umeščen v občino Tolmin, ki je del destinacije Dolina Soče in širše regije Julijske Alpe (s statusom UNESCO MAB Biosfernega območja Julijske Alpe), ene v zadnjih najhitreje rastoče destinacij v Sloveniji, ki se že nekaj let uvršča na lestvice najbolj zaželenih in cenjenih destinacij.

OBČINA TOLMIN

Obseg turizma se je v 10 letih povečal 4-krat (z 39.077 leta 2010 na 116.160 leta 2020 – čeprav je to v Dolini Soče le 18 % realizacije, postaja turizem pomembna dejavnost v občini.

Nastanitvene kapacitete pa so se v zadnjih 20 letih povečale 5-krat (iz 606 postelj leta 2000 na 3.139 v letu 2019). – pri čemer pa delež „zahtevnejših“ kapacitet pada (iz 28 % na 11 %).

OBČINA TOLMIN JE DEL DESTINACIJE DOLINA SOČE

Dolina Soče je bila v minulem desetletju najhitreje rastoča destinacija v Sloveniji in se je v letu 2019 uvrstila 5. mesto med največjimi slovenskimi turističnimi destinacijami (5,4% prihodov in nočitev). Z izrazitim outdoor profilom je destinacija „nove normalnosti“.

OBČINA TOLMIN SPADA V GORIŠKO REGIJO

V regiji je v letu 2020 živel 118.041 prebivalcev, kar je 5,6 odstotka prebivalcev Slovenije, a se uvršča med najbolj redko poseljene, demografska slika je še vedno neugodna, indeks razvojne ogroženosti regije se je poslabšal, medtem ko je glede na kazalnike regionalne blaginje na 3. mestu (za Osrednjo Slovenijo in Gorenjsko).

OBČINA TOLMIN JE Z DOLINO SOČE DEL UNESCO MAB BIOSFERNEGA OBMOČJA JULIJSKE ALPE

S 4 mio prenočitev v letu 2019 so Julijske Alpe najmočnejša zaokrožena destinacija v Sloveniji, edina z nacionalnim parkom, ob tem ima tudi status UNESCO MAB območja. Močna tradicija sodelovanja, ki se zadnja leta usmerja v atraktivne skupne produkte.

OBČINA TOLMIN JE Z DOLINO SOČE IN JULIJSKIMI ALPAMI DEL MAKRO DESTINACIJE ALPSKA SLOVENIJA

Julijske Alpe so v okviru Alpske Slovenije (ene od 4 turističnih produktno-izkustvenih makro regij Slovenije) najmočnejša regija, Alpska Slovenija pa tudi v Sloveniji turistično najmočnejša makro regija.

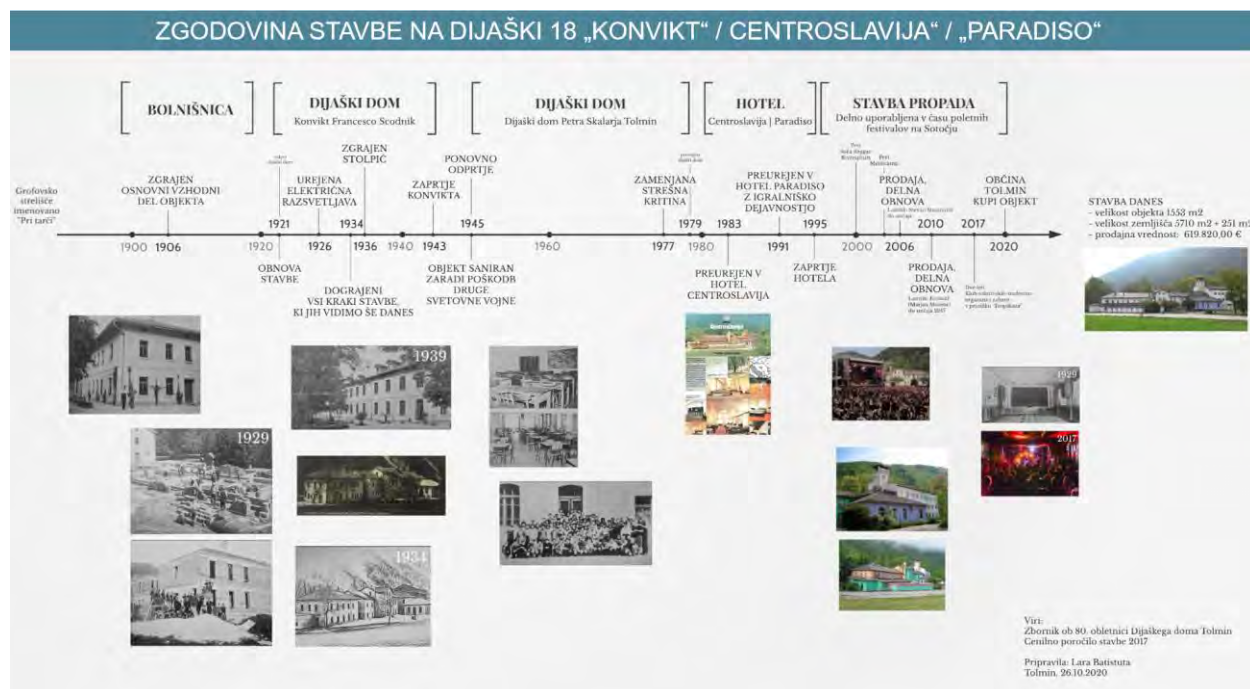
3.2 Zgodovina objekta

Zgodovina mogočne stavbe ob sotočju Tolminke in Soče je pestra – in je prikazana v spodnji sliki in tabeli.

Zgrajena je bila pred več kot 100 leti in je najprej služila kot bolnišnica, nato je bila več desetletij dijaški dom, ob koncu 20. stoletja pa je zaživela kot hotel in igralnica, vse do zaprtja sredi devetdesetih. V zadnjih letih je delno uporabljena v času poletnih festivalov za servisne in skladiščne potrebe, v omejenem obsegu tudi za nastanitev.

Leta 2010 je objekt, ki je že nekaj časa propadal, kupila družba Ecomaf za pol milijona evrov. Napovedali so obnovo in ponoven zagon, do katerega pa ni prišlo, saj je podjetje pristalo v stečajju. Po treh neuspešnih dražbah je objekt kupila Občina Tolmin.

Slika 7: Prikaz zgodovine stavbe na Dijaški 18



Vir: Povzeto po Lara Batistuta, 2020 (med viri Zbornik ob 80. obletnici Dijaškega doma Tolmin)

Tabela 3: Pregled ključnih mejnikov v zgodovini objekta na Dijaški 18

Mejniki	Stanje, aktivnost	Namembnost
1906	Zgrajen osnovni vzhodni del objekta	Bolnišnica
1921	Obnova stavbe	Odprt dijaški dom
1926	Urejena električna razsvetljava	Dijaški dom (Konvikt Francesco Scodnik)
1934	Dograjeni vsi kraki stavbe, ki jih vidimo danes	
1936	Zgrajen stolpič	
1943	Zaprtje Konvikta	Dijaški dom (Dijaški dom Petra Skalarja Tolmin)
1945	Ponovno odprtje – objekt saniran zaradi poškodb druge svetovne vojne	
1977	Zamenjana strešna kritina	
1979	Preseljen dijaški dom 1079	

1983	Preurejen v Hotel Centroslavija	Hotel (najprej Centroslavija, nato Paradiso)
1991	Preurejen v Hotel Paradiso z igralniško dejavnostjo	
1995	Zaptje hotela	
2000		Od prvega festivala Soča Raggae Riverspash (n nato še drugih festivalov) občasna uporaba kot podporni objekt
2006	Prodaja, delna prenova (lastnik Stevan Stojanović; do stečaja)	
2010	Prodaja, delna prenova (lastnik Ecomaf, Marjan Murenc; do stečaja 2017)	
2017		Dve leti Klub tolminskih študentov organizira zabave v prizidku »Tropikana«
2020	Občina Tolmin kupi objekt	

Slika 8: Fotografije objekta – v prvem sklopu stanje med leti 1906 in 1939, v drugem novejše (levo spodaj) in današnje (desno spodaj); spletni dosegljivi viri

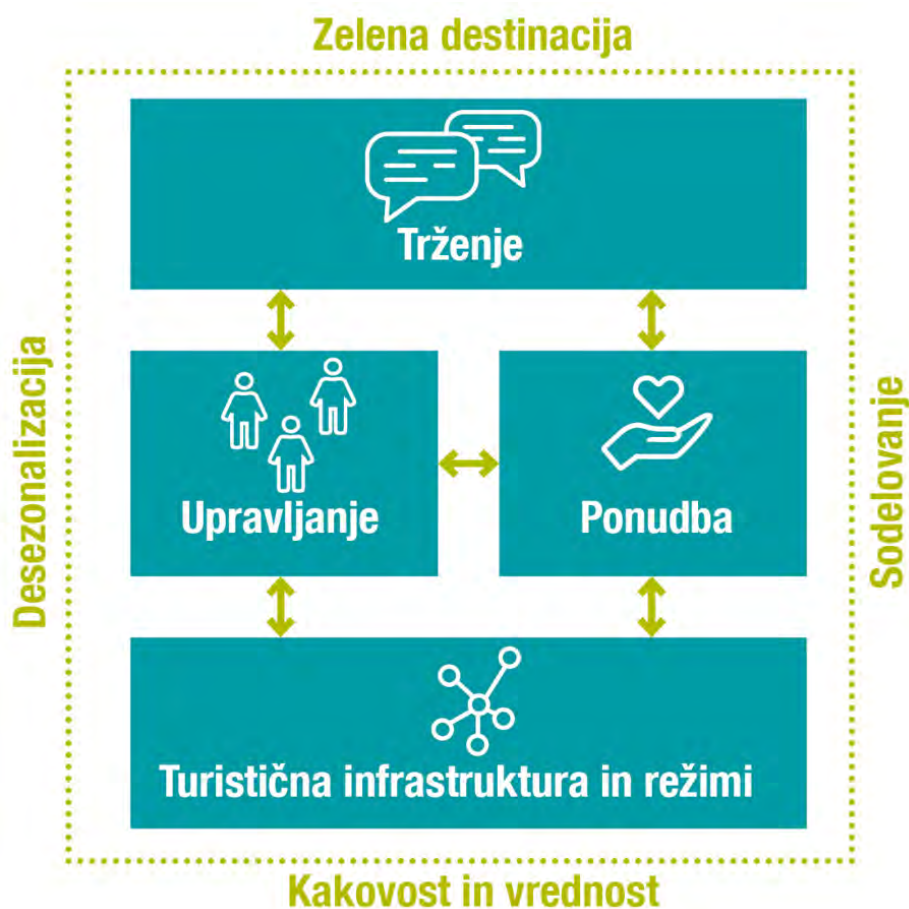


3.3 Analiza razvojnih smernic in potreb, kot izhajajo iz občine/destinacije in lokacije

3.3.1 Strategija razvoja in trženja turizma Doline Soče 2025+

Dolina Soče je leta 2019 ob aktivnem sodelovanju in podpori ponudnikov turističnih storitev pripravila in sprejela turistično strategijo za naslednje petletno obdobje. Potrdili so jo vsi občinski sveti, tudi Občinski svet Občine Tolmin na 13. redni seji 9. 7. 2020. Smernice dokumenta je torej potrebno upoštevati.

Slika 8: Strateški razvojni model Dolina Soče 2025



Strateški razvojni model izpostavlja štiri ključna strateška področja:

1. **RAZVOJ TURISTIČNE INFRASTRUKTURE IN REŽIMOV:** uloviti zaostanek razvoja infrastrukture za (pre)hitro rastjo turističnega obiska v zadnjih letih in zagotoviti potrebno osnovo za nadaljni razvoj ponudbe.
2. **RAZVOJ PONUDBE:** nadgradnja ponudbe v smeri zahtevnejše strukture, večje kakovosti in višje dodane vrednosti.
3. **IZBOLJŠANJE UPRAVLJANJA:** prilagajanje obremenitev nosilnim kapacitetam destinacije in izboljševanje kakovosti storitev.
4. **TRŽENJE:** pozicioniranje nadgrajene ponudbe na primernih ciljnih trgih.

Pri urejanju in razvoju navedenih strateških področji strategija izpostavlja štiri vodilna načela delovanja, ki izhajajo iz jasno opredeljenih ciljev in smo jim dolžni slediti:

1. **VIŠJA KAKOVOST IN VREDNOST:** v predcovid desetletju je bila Dolina Soče najhitreje rastoča slovenska destinacija; število nočitev v dolini se je povečalo za 2,7 krat, v občini Tolmin pa kar za 4,1 krat; strmi rasti obiska pa ni sledila rast vrednosti, saj so v strukturi nastanitev prevladali kampi in apartmaji – torej cenejše in enostavnejše kapacitete; fokus je potrebno obrniti od količine k kakovosti in vrednosti.
2. **DESEZONALIZACIJA:** po podatkih zadnjega predcovid leta 2019 je 57 % vseh nočitev v Dolini Soče narejenih v juliju in avgustu, 83 % pa v času od junija do septembra; uradni tolminski podatki so sicer za malenkost boljši (56 % oziroma 80 %), če pa jim dodamo še ca. 100.000 vsakoletnih nočitev na festivalskih šotoriščih, ki jih statistika ne vključuje, pa je problem v Tolminu največji. Močno smo oddaljeni od celoletne dejavnosti, ki jo potrebujemo za stabilizacijo delovnih mest in zagotavlja trajnejše ekonomske osnove turističnih ponudnikov.
3. **TRAJNOSTNA USMERITEV:** sodelujoči deležniki pri pripravi strategije so se z veliko mero konsenza strinjali in zavezali, da je ob upoštevanju izjemne kakovosti omejevanje prostora in virov trajnost – okoljska, ekonomska in socialna – edina primerna pot nadaljnjega razvoja
4. **SODELOVANJE:** minulo obdobje je pokazalo, da je preboj v zahtevnejše strukture, boljše in bolj inovativno ponudbo in višji cenovni razred nemogoč brez sodelovanja – ne samo znotraj turistične dejavnosti ampak tudi z vsemi javnimi službami, ki dejavnost podpirajo in z drugimi sektorji gospodarstva, če želimo izboljšati multiplikativne učinke in posledično blagostanje prebivalcev.

V Strategiji razvoja in trženja turizma Doline Soče 2025+ so za občino Tolmin izpostavljeni štirje projekti kot projekti strateškega pomena:

1. **WELLNESS CENTER ŽABČE:** območje predvideno za turistične namene, ki že vrsto let čaka na prave iniciative.
2. **PLANINA POLOG:** valorizacija in turistična konceptualizacija izjemne naravne in zgodovinske dediščine na tem območju.
3. **POSTAJA:** razvoj območja Postaje, ki leži na križišču dolin in poti, v smislu multimodalnega izhodišča.
4. **SOTOČJE:** citat iz strategije:

Lokacija predstavlja izjemen naravni in simbolni ambient na sotočju reke Soče in Tolminke, ki ga je potrebno celostno urediti. V poletnih mesecih je Sotočje tudi festivalsko prizorišče. Lastništvo zemljišč je mešano (javno, agrarna skupnost, zasebno, v stečajju), na širšem območju je nekaj neizkoriščenih objektov. Za celostno urejanje območja je v prostorskih aktih občine predvidena izdelava občinskega podrobnega prostorskega načrta (OPPN – v predlogu dopolnitev OPN, ki je v zaključni fazi, se OPPN predvideva samo še za predvideno območje kampa – op. JH)), v katerem bi občina, zasebni lastniki, potencialni investitorji in organizatorji festivalov dogovorili načrt in faze urejanja javnih rekreacijsko-prireditvenih površin s spremljajočimi objekti, komunalno infrastrukturo in obrečnimi zelenimi površinami ter zasebnih turistično-gostinskih objektov. Za vse bodo potrebna večja investicijska vlaganja javnega in zasebnega kapitala. Investicijski vložek še ni ocenjen in je odvisen od interesa lastnikov zemljišč, investitorjev in dogovorjene zasnove.

3.3.2 Razvojni načrt Občine Tolmin 2030 v pripravi



Razvojni načrt občine Tolmin 2030 sicer še ni zaključen, vseeno pa je smiselno upoštevati rezultate ankete (tolmin2030.si), ki jo je junija 2021 med tolminskim prebivalci izvedel Posoški razvojni center. V anketi so občane spraševali o kakovosti življenja v občini, o kakovosti infrastrukture in storitev, o ekološki ozaveščenosti, o posledicah covid epidemije, o razvojnih prioritetah in tudi o Sotočju.

Tolminci vidijo svojo priložnost v izboljševanju pogojev za mlade, v razvoju zelene ekonomije, pridelave in predelave, v reševanju ključnih razvojnih projektov in razvoju infrastrukture na podeželju. Turizem je kot posebej pomembna kategorija še posebej izpostavljen, vendar urejen, v smeri butičnosti, kot povezovalac narave in kulture. Pričakuje se, da bodo programi in urejanje Sotočja tem atributom sledili.

Slika 9: Pogled na aktivnosti na območju Sotočja (vir spletna anketa med prebivalci, PRC, junij 2021)

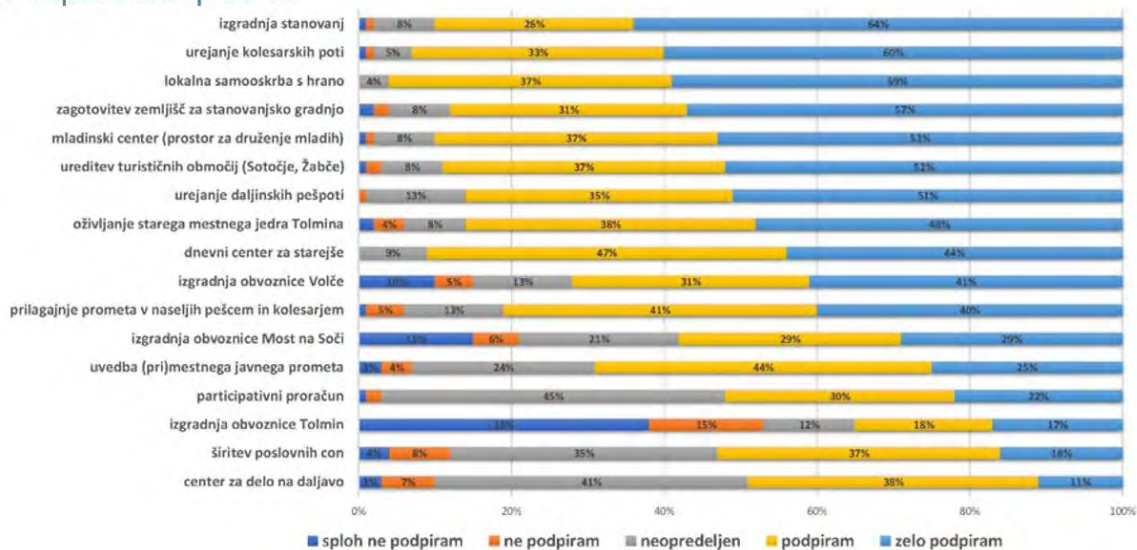


Nadalje je anketa še en pokazatelj, da Sotočje med prebivalci ni prepoznano le kot prijetno poletno srečevališče, ampak kot vedno bolj pomembna strateško lokacija.

Na listi potrebnih ukrepov jo najdemo v zgornji tretjini prioriternih izzivov (prikazano v sliki na naslednji strani).

Slika 10: Odgovori v anketi glede podpore ukrepom (vir spletna anketa med prebivalci, PRC)

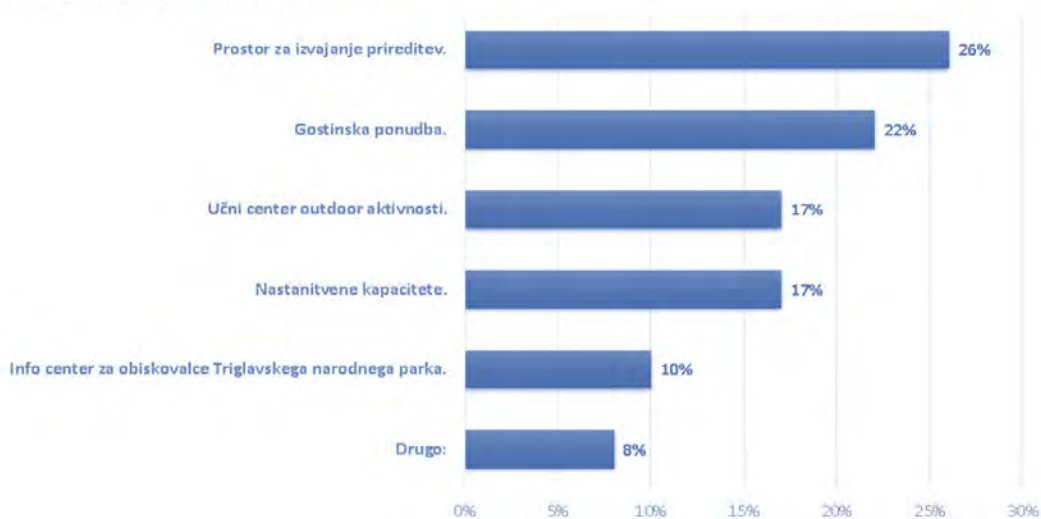
Podpora ukrepom ...



Na direktno vprašanje, klaj si prebivalci na Sotočju želijo, pa se je spekter iniciativ iz prej prevladujoče teme festivalov močno razširil – prikazano v spodnji shemi.

Slika 11: Pogled na aktivnosti na območju Sotočja (vir spletna anketa med prebivalci, PRC)

Na širšem območju Sotočja si želim ...



POVZETEK ANALIZE RAZVOJNIH SMERNIC

Sotočje rek Soče in Tolminke je tako skozi strokovne argumente kot skozi percepcijo prebivalcev prepoznano kot izjemno kvaliteten prostor.

V občinskih razvojnih dokumentih je namenjen prostočasni in turistični dejavnosti. Ključen dokument, ki v občini Tolmin opredeljujejo smernice razvoja turizma, je Strategija razvoja in trženja turizma Doline Soče 2025+. Ta strategija opredeljuje štiri vodilna načela delovanja: višjo kakovost in dodano vrednost, celoletno poslovanje, zeleno usmeritev in sodelovanje vseh akterjev v prostoru. Ureditev objekta in razvoj programov tako v objektu kot na širšem območju Sotočja mora tem smernicam slediti in postati primer dobre prakse odgovornega turizma.

3.4 Ugotovitve, ki izhajajo iz intervjujev s ključnimi deležniki

Da bi pridobili čimbolj realno oceno stanja in dogajanja na Sotočju, smo izvedli serijo intervjujev s ključnimi deležniki, ki so v to dogajanje najbolj vpleteni. Pogovarjali smo se z lastniki zemljišč, z organizatorji festivalov in drugih dejavnosti, s ključnimi turističnimi ponudniki na vplivnem območju, z upravno enoto, policijo, destinacijsko organizacijo in krajevno skupnostjo. Vsem sogovornikom je bila obnova objekta, predvidene vsebine in urejanje širše okolice predstavljeno na enak način. Vsak sogovornik je dodal svoje poglede, izkušnje in stališča. V nadaljevanju so podani povzetki po ključnih skupinah deležnikov.

>>> *Povzetki vseh izvedenih intervjujev (21) so v INTERNI PRILOGI k dokumentu (Intervjuji) in so dostopni naročniku projekta in Delovni skupini.*

3.4.1 Lastniki zemljišč in upravna enota

Pogovarjali smo se s ključnimi lastniki zemljišč – Agrarno skupnostjo Tolmin in Kompasom RAC v likvidaciji, sporne zadeve smo dodatno preverili še na Upravni enoti Tolmin. Ključni problem in velika razvojna ovira so nerešena zemljiška vprašanja. Parcele med Nemško kostnico in Paradisom so v postopku vračanja. Agrarna skupnost Tolmin je denacionalizacijski upravičenec, postopek vračanja pa teče že 21 let. Zadeva je trenutno na Upravnem sodišču, saj ni jasno, kdo je zavezanec za vračilo oziroma. odškodnino, ki je bistvo spora. Druga nerešena zadeva pa sta dve parceli pred objektom, za katere Okrožno sodišče v Gorici ugotavlja, kdo ima dejansko lastninsko pravico.

Kompas RAC načeloma nima zadržkov pri vračanju zemljišč, a pričakuje odškodnino. Agrarna skupnost Tolmin se zemljiščem ne želi odpovedati, zagotavlja pa, da ne bo ovira razvoju in da je pripravljena partnersko sodelovati v vseh projektih, ki naj bi se na Sotočju odvijali in bi koristili skupnosti. Tudi dosedanje izkušnje kažejo, da je bil dogovor z njimi vedno mogoč.

3.4.2 Organizatorji festivalov in policija

Za organizatorje festivalov je Sotočje odlično prizorišče. Vsi si želijo ostati in program razvijati naprej. Edino Metal Days naj bi se umaknil, ker mu bo obvoznica pobrala 30 % prizorišča in ker obsega tega festivala z bistveno zmanjšanim številom obiskovalcev ne morejo pokriti. Vsi po vrsti (Metal, Punk, Reggae, Butik) so razvili koncept festivalskih počitnic, kjer večina obiskovalcev spi v brezplačnih šotoriščih.

Glede režima in terminov večina meni, da glasbenega dogajanja ne bi zmogli zaključevati ob zgodnejši uri in da festivalov ne bi mogli organizirati izven glavne sezone, ker so vezani na evropske turneje nastopajočih ansamblov. Vsi organizatorji festivalov bi si želeli urejene festivalske infrastrukture, v prenovljenem objektu pa servisne prostore, backstage in nastanitvene kapacitete.

Iz skupne slike izstopata Sajeta, ki ima poleg glasbe še precej drugega kulturnega, strokovnega ali umetniškega programa, in Soča Outdoor Festival, ki je usmerjen na športne obiskovalce, kot so sicer prevladujoči obiskovalci celotne destinacije Dolina Soče.

Policija festivale aktivno spremlja in meni, da je varovanje dobro organizirano. Pojavljanje drog, ki so sestavni del festivalskih subkultur, ne presega obsega na podobnih dogodkih drugje po Sloveniji.

3.4.3 Ključni turistični ponudniki

Za mnenje smo povprašali najpomembnejše ponudnike na vplivnem območju Sotočja – tiste, ki zaposlujejo in ki zagotavljajo celoletno dejavnost. Pogledi turističnih ponudnikov so dokaj različni, odvisni od konkretne izkušnje. Urejanje Sotočja podpirajo vsi, razlikujejo pa se pri vrednotenju festivalov. Ponudniki, najbolj izpostavljeni festivalskemu hrupu (Poljubinj, Prapetno) jih doživljajo kot motnjo in jim nasprotujejo. Menijo, da v glavni sezoni zaradi festivalov obiskovalcem ne morejo zagotoviti obljubljenih izkušenj in da izgubljajo kakovostne goste. Gostinci na vpadnicah do prizorišča, ki jim festivali občutno povečajo realizacijo, festivale podpirajo. Vsi priznavajo, da so festivali veliko doprinesli prepoznavnosti Tolmina in da so ob svojem času pospeševali razvoj turizma. Strinjajo pa se tudi, da so festivali razvili poslovni model, skozi katerega večino storitev zagotovijo znotraj festivalskega prizorišča in da se ekonomski učinki v okolju zmanjšujejo. Vsi se strinjajo, da se potrošnja festivalskih obiskovalcev razlikuje – večina meni, da so kot potrošniki opazni predvsem metalci in punkovci, pri ostalih je vpliv zanemarljiv. O večini festivalov so mnenja deljena, Soča Outdoor je edini, ki se nikomur ne zdi sporen. V letu 2020, ko zaradi covid epidemije festivalov ni bilo, tolminska turistična realizacija zaradi tega izpada ni bila ogrožena. Sotočje je bilo dostopno vsem, program Sotočje bara je pokazal eno od možnih alternativ. V 2021, ko se o se festivali vrnili, se je pokazalo, da pri nekaterih ponudnikih še vedno pomembno vplivajo na realizacijo, a nihče izmed njih od festivalov ni več usodno odvisen.

Vsi podpirajo zeleno usmeritev destinacije in menijo, da bi se režim dogajanja na Sotočju moral spremeniti. Bolj zadovoljni bi bili, če bi se festivali odvijali izven glavne sezone.

3.4.4 Turizem Dolina Soče in Krajevna skupnost Tolmin

Turizem Dolina Soče podpira nakup objekta in namene, da se Sotočje uredi. Menijo, da trenutno dogajanje na Sotočju ni v skladu s sprejeto strategijo in da so potrebne spremembe. Strinjajo se, da so festivali skozi leta prispevali k prepoznavnosti in pospeševali razvoj turizma v Tolminu, a tudi menijo, da so danes razmere drugačne.

Število festivalov bi bilo potrebno omejiti, prilagoditi urnike programov in termine v največji možni meri umakniti iz glavne sezone. Sotočje ocenjujejo kot izjemno kakovostno lokacijo in bi ga želeli videti kot posoška vrata v Julijske Alpe in predstavitevni center UNESCO MAB območja.

Mnenje sveta KS se v veliki meri prekriva s stališči ponudnikov in predstavljene programske ideje podpirajo. Glede festivalov menijo, da bi bila njihova vrednost večja izven glavne sezone, da bi bilo pri večjih festivalih potrebno omejiti število obiskovalcev in da bi morali razvijati manjše, bolj kakovostne, ne samo glasbene dogodke – predvsem čez celo leto. Nadalje: da obstoječi koncept

festivalov ni združljiv z zeleno usmeritvijo destinacije, da pa bi s spoštovanjem smernic in pravil to združljivost lahko zagotovili. Za ta namen je potrebno urediti tudi občinske odloke. Posebej naj bi podpirali lokalne prireditve. Pričakujejo neprekinjeno dostopnost Sotočja. Želeli bi si boljšo urejenost tematskih poti, zimske aktivnosti (drsališče, tekaške proge), poleti tudi mini golf.

POVZETEK INTERVJUJEV

Sotočje je ima kategorijo »elitne« lokacije in vse skupine deležnikov pozdravljajo aktiven in strateški pristop Občine Tolmin k ureditvi lokacije.

Glede na dve desetletji dolgo zgodovino festivalov na Sotočju je ta tema v razgovorih močno prevladala. Vsi sogovorniki festivalom priznavajo, da so Tolminu prinesli veliko prepoznavnost in da so ob svojem času pospešili razvoj kapacitet. Ugotavljajo pa tudi, da so se v tem času razvili tudi drugi segmenti ponudbe, ki so za velik del ponudnikov, ki živijo od turizma skozi vse leto, pomembnejši in jim je festivalsko dogajanje vedno bolj moteče. Nekateri festivale podpirajo, drugi jim nasprotujejo, prav vsi pa pričakujejo spremembe.

Sotočje vsi ocenjujejo kot elitno lokacijo in se strinjajo, da bi pri nadaljnjem urejanju in razvoju območja morali upoštevati strateške smernice: odgovornost do okolja, nemožičnost, večja dodana vrednost in celoletni program.

3.5 Analiza trga/panoge – stanje, izzivi in trendi

3.5.1 Večja slika – turizem na globalni ravni

OBSEG TURIZMA PRED COVID-19

Turizem je panoga, ki prispeva 10,3 % globalnemu BDP, v zadnjih letih pa je presegala povprečno rast gospodarstva. Na svetovni ravni je sektor v letu 2019 že deveto leto zapored s 3,5 % letno stopnjo rasti presegel stopnjo rasti svetovnega BDP, ki je bila 2,5 %. Neposredno je turizem pred krizo zagotavljal vsako deseto delovno mesto, kar je globalno predstavljalo 330 milijonov delovnih mest. Hkrati je turizem v zadnjih petih letih ustvaril vsako četrto novo zaposlitev.

VPLIV COVID-19

Po ocenah OECD in UNWTO situacija zaradi covid pandemije za globalno gospodarstvo pomeni kar osem krat večji šok kot finančna kriza 2008/2009, v letu 2020 pa je prišlo do 74 % upada mednarodnega turizma (v Evropi 71 %) – to pomeni izgubo okoli ene milijarde turističnih prihodov. S tem se je turizem vrnil na številke izpred 30 let (1990), ogroženih je 100 do 120 mio delovnih mest. Vrnitev obsega potovanj na raven leta 2019 je pričakovana do leta 2024.

SPREMEMBE – TRENDI

Turizem med in po obdobju pandemije Covid-19 je in bo drugačen, kot smo ga poznali doslej. Spremembe v vedenju in vrednotah turistov so že opazne in imajo vpliv na način potovanja, procese odločanja in izbor destinacij.

Turizem se je omejil na bližnje destinacije, poudarek je na personaliziranih doživetjih, določen segment ljudi postaja zelo finančno občutljiv. Še pomembneje kot do sedaj bo zagotavljanje varnosti in zdravja ter turistična ponudba in produkti, ki temeljijo na stiku z naravo – obiskovalci bodo iskali prostor za umik in doživetja, ki bodo hkrati »eko in brezstresna« ter odražala pristnost destinacije skozi kulturo, hrano in gibanje.

Podnebne spremembe imajo vse večji vpliv na ponudbo in način potovanj. Turisti iz urbanih okolij vse pogosteje nimajo več lastnih avtomobilov, zanima jih ogljični odtis poti. Spoštujejo destinacije in nastanitve, ki skrbijo za trajnostno rabo naravnih virov. Turističnim podjetjem prinašajo izzive tako staranje prebivalstva, številna in vitalna *baby boom* generacija *sivih panterjev* kot hkratni porast novih mladih popotnikov (generaciji Y in Z), ki iščejo edinstvene in avtentične izkušnje (*ekonomija doživetij*) ter se želijo naučiti nekaj novega. Današnji *e-turist* je super mobilni in »priključen« – in to pričakuje tudi od nas. Družbena omrežja in on-line agencijske platforme (OTA) vzpostavljajo pomembne odnose s turisti ter nadzorujejo potovalni cikel in doživetja, hkrati pa je zaustavitev potovanj zaradi covid pandemije pokazala na pomen lokalnih rezervacijskih sistemov in direktnih rezervacij.

Ključnega pomena bo digitalizacija in krepitev odpornosti (*resilience*) – takšne ponudbe, ki bo bolj odporna na pričakovane prihodnje krizne situacije (finančne, zdravstvene, podnebne

Trenutno potekajo strateške razprave o tem, kakšna je prihodnost turizma. Na ravni Evropske unije se pripravlja strateški dokument »Evropski turizem 2030-2050«, ki bo dal poudarek novim poslovnim modelom, novim kazalnikom uspešnosti, trajnosti, digitalizaciji ter pravemu ravnotežju med kakovostjo življenja in obiskom.

3.5.2 Turizem v Sloveniji

VISOKE RASTI MED 2015 IN 2019, A SLABI FINANČNI KAZALNIKI

V Sloveniji je turizem beležil konstantno rast od leta 1992 dalje, število prenočitev se je od takrat povečalo kar trikrat (do 2019). Posebej visoko rast smo beležili v zadnjih petih letih. Rast v slovenskem turizmu je bilo spremljano z ugodnimi trendi na turističnih trgih, ki so beležili stalno rast povpraševanja v preteklem obdobju – vendar pa so ugodni kazalniki »zameglili« sliko, kako uspešni smo v resnici bili. Ob visoki fizični rasti turističnega prometa med leti 2015 in 2019, za kar 42,4 % merjeno v številu prihodov turistov in za 35,4 % merjeno v številu prenočitev, ki se je povečeval predvsem v glavni poletni sezoni, je visok turistični obisk izredno obremenil določene destinacije v konicah sezone.

Rasti obsega obiska niso sledili prilivi iz naslova izvoza potovanj, povprečna doba bivanja pa se je celo skrajšala iz 2,7 leta 2015 na 2,5 dni leta 2019. Kot posledica znatno spremenjene strukture turističnih nastanitvenih zmogljivosti, v smeri cenejših vrst zmogljivosti, se je tudi kazalnik povprečnega prihodka iz poslovanja vseh vrst nastanitvenih ponudnikov na realizirano prenočitev skupaj v Sloveniji med 2015 in 2019 znižal za več kot 15 %. To negativno gibanje objektivno potrjuje tudi kazalnik celotnih prilivov iz naslova izvoza mednarodnih potovanj v plačilni bilanci Slovenije na realizirano število prenočitev tujih turistov, ki se je v obdobju 2015 do 2019 znižal za kar 16 % (ki so leta 2019 znašali 2,75 milijarde EUR ali 69 % načrtovanih v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 do 2021).

To pomeni, da je v Slovenijo v tem obdobju pričelo prihajati veliko več turistov, ki pa so svojo potrošnjo v večini usmerjali v cenejše storitve in izdelke. Eden od razlogov leži v dejstvu, da v Sloveniji nismo dosegli strukturne spremembe v nastanitveni dejavnosti. Do zelenega obsega obnov in števila kakovostnejših hotelskih zmogljivosti ni prišlo. Nasprotno, Slovenija je v opazovanem obdobju zabeležila izjemen vstop mikro ponudnikov v segmentu najbolj enostavnih nastanitvev (sobodajalstva in apartmajev), ki pretežno poslujejo v poletni sezoni in nudijo zgolj osnovno storitev nastanitve. Vse to se odraža v nižji rasti dodane vrednosti in nižji produktivnosti, višji koncentraciji turističnega prometa v glavni poletni sezoni, slabši konkurenčnosti in povprečno nižjem cenovnem pozicioniranju Slovenije kot turistične destinacije.

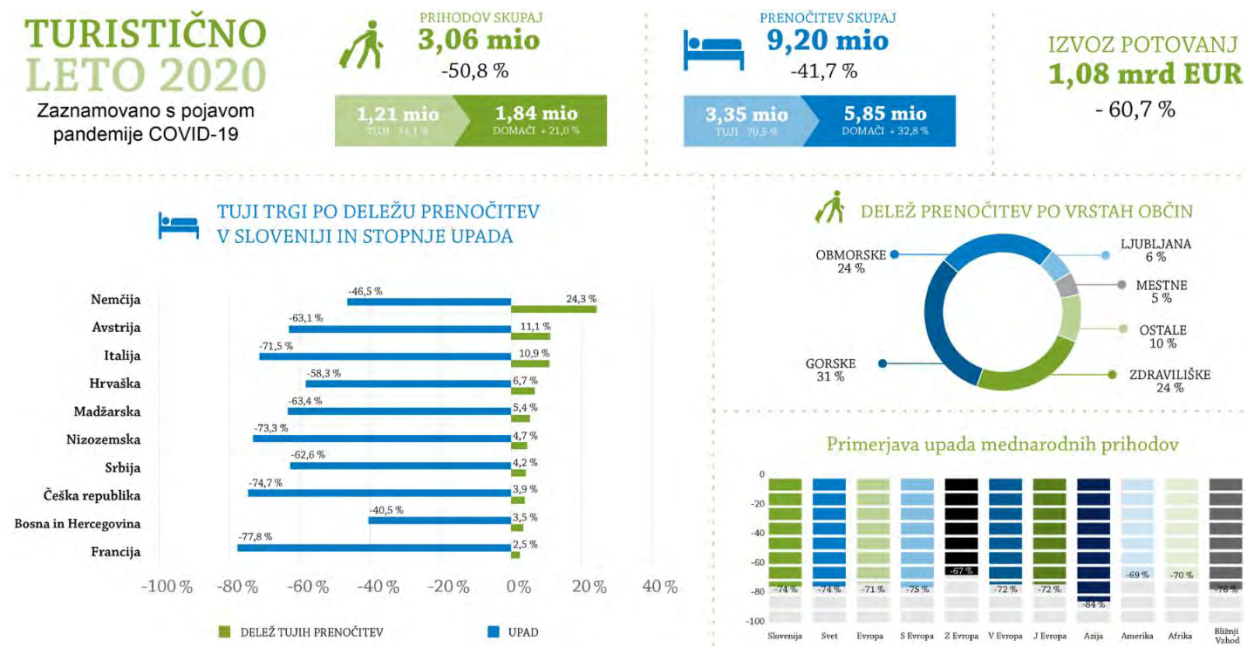
Nadpovprečna fizična rast slovenskega turizma v letih 2015-2018 se je zaustavila že v letu 2019. V primerjavi z letom 2018 se je število prenočitev vseh turistov zmanjšalo za 0,5 %, pri čemer pa se je število prenočitev v hotelih v letu 2019 glede na predhodno leto znižalo za kar -1,6 %.

Stanje v slovenskem turizmu torej kaže na znatne strukturne in tudi sistemske izzive na ponudbeni strani slovenskega turizma – in to že bistveno pred kriznim letom 2020, ki zahtevajo odločno in pravilno usmerjeno ukrepanje v naslednjem strateškem obdobju.

70,5 % PADEC TUJIH GOSTOV V 2020

Slovenija, ki je močno odvisna od tujega turizma, je v času kriznih izrednih razmer kot posledic pandemije Covid-19 utrpela enega največjih padcev tujih turistov in njihovih prenočitev v Evropi, slednjih za kar 70,5 %. Po drugi strani pa je Slovenija, zaradi zelo uspešnih ukrepov spodbujanja domačega turizma zabeležila kar 32,8 % rast števila prenočitev domačih turistov, kar je najvišja rast v EU. Z uvedbo turističnih bonov in drugimi ukrepi za pomoč turističnemu gospodarstvu v času izpada prometa in zaprtja dejavnosti je Slovenija relativno uspešno nadomestila upad prenočitev tujih turistov in zagotovila preživetje in ohranjanje kondicije turističnih ponudnikov.

Slika 12: Prikaz temeljnih kazalnikov slovenskega turizma v letu 2020, s primerjavami glede na 2019



Po ocenah STO za rast v prihodnjih letih bo Slovenija za povrnitev na številke iz leta 2019 (15 mio preučitev) potrebovala vsaj 3 do 4 leta (torej do okvirno leta 2024).

POTREBNO BO DELATI NA VEČJI KAKOVOSTI IN ODPORNOSTI PANOGE

Ključno je, da pri okrevanju na vseh nivojih bolj kot kvantiteti (izraženi v številu turistov) sledimo kakovosti in osnovnemu cilju strategije – povečani dodani vrednosti, kakovosti, oblikovanju personaliziranih edinstvenih doživetij – kar je strategija Slovenije že vsaj zadnji dve leti. K hitrejšemu okrevanju bo pripomogla pozicija Slovenije kot zelene, v trajnost usmerjene države za individualna 5*doživetja.

Na poti okrevanja se bomo srečevali s številnimi izzivi (*vir: Program dela STO 2020-2021*):

1. Preživetje in razpoložljivost ponudbe. Nastala situacija pomeni resno grožnjo preživetju številnim turističnim podjetjem. Podjetja, ki bodo situacijo preživela, se bodo pri trženju svoje ponudbe soočala z omejitvami in obratovala v zmanjšanem obsegu.
2. Močna mednarodna konkurenca. Ob ponovnem odprtju meja bo boj za turista izjemen, močnejše se bo potrebno usmeriti na bližnje trge. Dodaten izziv pomenijo kampanje, namenjene dopustovanju doma, ki jih izvajajo prav vse države sveta.
3. Ponovna vzpostavitev letalskih povezav. Letalske povezave bodo ključne zlasti za povrnitev gostov iz VB, Ruske federacije ter prekomorskih držav in imajo ključen pomen pri ponovnem zagonu poslovnega turizma.
4. Manjša turistična potrošnja. Zaostrena ekonomska situacija bo vplivala na manjšo potrošnjo tujih in domačih gostov.
5. Namera potovanj. Delež tistih, ki bodo še zmožni ali željni potovati, se bo zmanjšal zaradi zdravstvenih ali ekonomskih razlogov. Spremenil se bo tudi odnos do potovanj, izbire destinacij in tipa namestitvenih obratov.

6. Ohromljene investicije v turizem. Zaradi težke ekonomske situacije podjetja odlašajo z investicijskimi vlaganji v infrastrukturo ter v digitalni in trajnostni prehod.

Potrebna bo odzivnost, prilagodljivost, agilnost ter predvsem inovativnost in kreativnost.

Evalvacija izvajanja in doseganja ciljev Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 in smernice za načrtovanje razvoja turizma v Sloveniji v strateškem obdobju 2022-2028 (MGRT, 2021) je nakazala 10 nujnih VSEBINSKIH USMERITEV v novi strategiji turizma:

1. **TRAJNOSTNA USMERITEV NAJ OSTANE KLJUČNA AGENDA SLOVENSKEGA TURIZMA**, zato je treba dodelati obstoječo platformo in jo dosledno udejanjati v praksi, v turizmu in širše.
2. **KAKOVOSTI MORAMO DATI ABSOLUTNO PREDNOST PRED KOLIČINO**, zato naj se na vseh ravneh in področjih delovanja, tako v podjetjih kot v destinacijah ter pri dodeljevanju spodbud prednostno podpira prehod v višjo kakovost in višjo dodano vrednost (nastanitev, urejanje prostora, destinacij, produktov, doživetij).
3. **DESTINACIJSKI MANAGEMENT** je potrebno ohraniti in okrepiti, še zlasti njegovo razvojno-upravljavsko funkcijo ter vertikalno in horizontalno sodelovanje na vseh ravneh. Le s trajnostno in kakovostno preobrazbo ter ustreznim upravljanjem bomo sistemsko obvladovali in bolje usmerjali turistični razvoj, turistične tokove in ustvarjali trajnostne koristi za ponudnike, prebivalstvo in turiste.
4. **TRŽENJE** naj posveti večjo pozornost razvoju produktov (tudi z vidika uravnavanja sezonskosti), bolj osredotočeni trženjski segmentaciji k zahtevnejšemu turistu visoke dodane vrednosti in posebnostim makro regij. Za krepitev odpornosti pristopiti k izgradnji neodvisnega javnega nacionalnega oziroma EU rezervacijskega sistema (ali regulatorni omejitvi višine učinkovitih provizij za OTA z direktivo EU), ohraniti domače tržišče in se do normalizacije razmer, osredotočiti na trdno jedro naših tradicionalnih evropskih trgov.
5. **FINANČNA SHEMA ZA PODPORO NALOŽBAM V TURIZEM**, ki bo s kombinacijo nepovratnih in povratnih virov in usmerjanjem dodatnih zasebnih in javnih finančnih sredstev, prilagojenih slovenskim okoliščinam, podprla i) kakovostno in strukturno prestrukturiranje nastanitev, gostinske in druge spremljajoče turistične ponudbe, ii) nadgradnjo kritične javne in skupne turistične infrastrukture vodilnih destinacij, iii) prilagoditev gorskih centrov podnebnim spremembam in iv) aktiviranje kulturne dediščine za namene trajnostnega turizma.
6. **ČLOVEŠKI VIRI SO OZKO GRLO RAZVOJA TURIZMA** in ključni za doseganje višje kakovosti storitev in dodane vrednosti, zato je nujno revidirati sistem razvoja kadrov v turizmu po celotni vertikali in s posebno agendo promocije strokovnega in poklicnega dela in izobraževanja povrniti ugled poklicem v turizmu in gostinstvu.
7. **PROMETNA DOSTOPNOST IN NOTRANJA POVEZLJIVOST SLOVENIJE ZA POTREBE TURIZMA** z javnim potniškim prometom v kombinaciji z drugimi sodobnimi trajnostnimi načini mobilnosti morajo dobiti višjo prioriteto v turistični in prometni politiki in postati pomemben del medresorskega sodelovanja in spremljanja razvoja turizma v novem strateškem obdobju.
8. **DIGITALIZACIJA** naj bo celostna, povezuje naj vse obstoječe in nove informacijske, rezervacijske in statistično-podatkovne baze ter naj bo vodena s ciljem učinkovite podpore poslovanju, trženju, spremljanju, načrtovanju, upravljanju tokov in prihodnjem usmerjanju razvoja turizma.
9. **SLOVENSKI TURISTIČNI HOLDING (STH)** (visok delež države v lastništvu največjih gospodarskih družb na področju turizma, ki je bil naslovljen v prejšnjem strateškem obdobju), še vedno ostaja nedokončan ukrep. Aktivnosti konsolidacije naložb države na tem področju z oblikovanjem STH v okviru Slovenskega Državnega Holdinga in razvojno naravnane postopne privatizacije je potrebno preišljeno pospešiti in dokončati s ciljem trajnostnih rešitev in povečanja notranje in zunanje konkurenčnosti slovenskega turizma.
10. **REGULATORNI OKVIR IN POSLOVNO OKOLJE** bolje prilagoditi potrebam turizma (še posebej MSP), da bo konkurenčnejše in stroškovno učinkovitejše tako za obstoječa podjetja kot tudi privlačno za vlaganja v turistične zmogljivosti višje dodane vrednosti in butičnega značaja.

3.5.3 Turizem v regiji – Julijske Alpe

Občina Tolmin je skupaj s celotno destinacijo Dolina Soče del regije, ki pokriva 10 občin, ki tvorijo UNESCO MAB Biosferno območje Julijske Alpe. Občine na območju Julijskih Alp se povezujejo že 30 let, v letu 2016 so sprejele skupen razvojni načrt za področje turizma, skozi katerega so okrepili sodelovanje, v letu 2020 pa glede na številne nove izzive pripravile nov Razvojni načrt BOJA kot trajnostne turistične destinacije 2025. Dolina Soče je v tem procesu močen in aktiven partner.

Gre za izjemno pozicijo (Triglavski narodni park) in moč (Julijske Alpe kot najmočnejša in najhitreje rastoča turistična regija v Sloveniji, ki predstavlja več kot četrtno prenočitev slovenskega turizma):

- ▶ Več kot podvojitve obsega prenočitev (1,8 mio leta 2008 na 4 mio leta 2019; v letu 2020 pa dobrih 40 % oziroma 1,6 mio manj prenočitev, s čemer se je regija vrnila na številke iz leta 2016, ko je bilo opravljenih 2.469.816 prenočitev – s to razliko, da je bilo v letu 2015 27.671 postelj, leta 2019 pa 44.353);
- ▶ Povečanje deleža prenočitev v Sloveniji z manj kot petine na več kot četrtno (= 25,7 % prenočitev v Sloveniji % in kar 87,5 % v kategoriji nočitev Gorske občine);
- ▶ Močna odvisnost od tujih trgov – delež tujih prenočitev se je povečal s 72,5 % leta 2008 na 83,7 % leta 2019 (na ravni Slovenije je delež 72 %);
- ▶ Visoka rast turističnih ležišč – samo od leta 2015 do 2019 so se povečala na 44.353 (26 % vseh ležišč v Sloveniji) oziroma za 60 %.

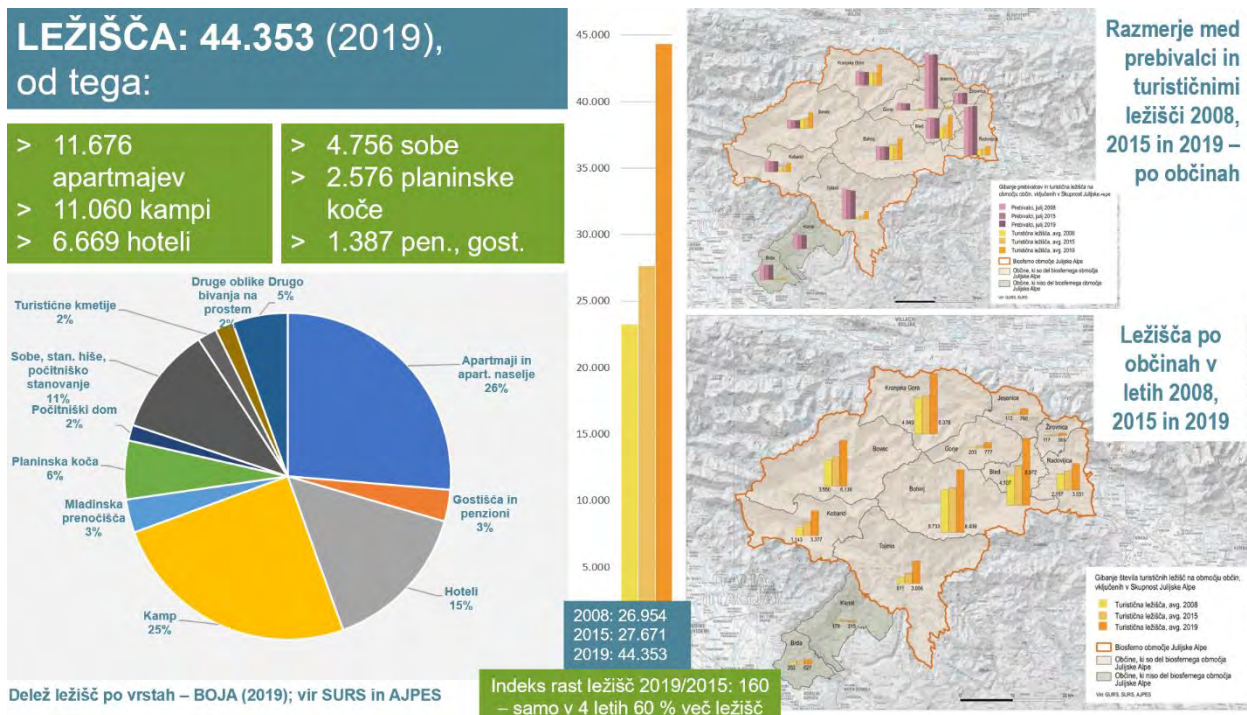
Ob dobrih rezultatih pa so ostali ali se nadalje okrepili tudi naslednji kazalniki:

- ▶ Močna sezonskost: 44,7 % prenočitev (1,8 mio v letu 2019) v dveh poletnih mesecih;
- ▶ Zmanjšanje povprečne dobe bivanja z 2,80 na 2,45 dni – ki je tako malo pod povprečjem Slovenije (2,53 dni leta 2019);
- ▶ Zelo nizek delež hotelskih sob (15 %) – velik izziv za izvenpoletne mesece (manjka full-service hotelov), medtem ko kampi in apartmaji skupaj tvorijo 51 %, ob tem zelo velika rast zasebnih sob; problem nizke kakovosti zasebnih sob (ter »neprikladnost« destinaciji in visoki deleži prodaje preko OTA);
- ▶ Ne-koordinirane investicije v nastanitve, ki imajo vpliv na povečane tokove v regiji;
- ▶ Demografska ogroženost območja (padec števila prebivalcev od 2008 do 2019 za 2,5 %);
- ▶ Padec kmetijske dejavnosti.

Ključni izzivi, ki jih morajo naslavljati občine/destinacije Julijskih Alp (BOJA) – vključno z Dolino Soče in Tolminom:

1. Obvladovanje sezonskosti;
2. Obvladovanje preobremenjenosti mikro destinacij in turističnih tokov;
3. Obvladovanje visokih pričakovanj obiskovalcev, trga in ostalega zunanjega okolja;
4. Obvladovanje stihijskega razvoja nizkocenovnih nastanitvev in novih turističnih naselij;
5. Obvladovanje zunanjih tveganj: pokriznega okrevanja, podnebne spremembe, potovalni režimi;
6. Obvladovanje novih vlog turizma in funkcije DMMO znotraj BOJA in TNP.

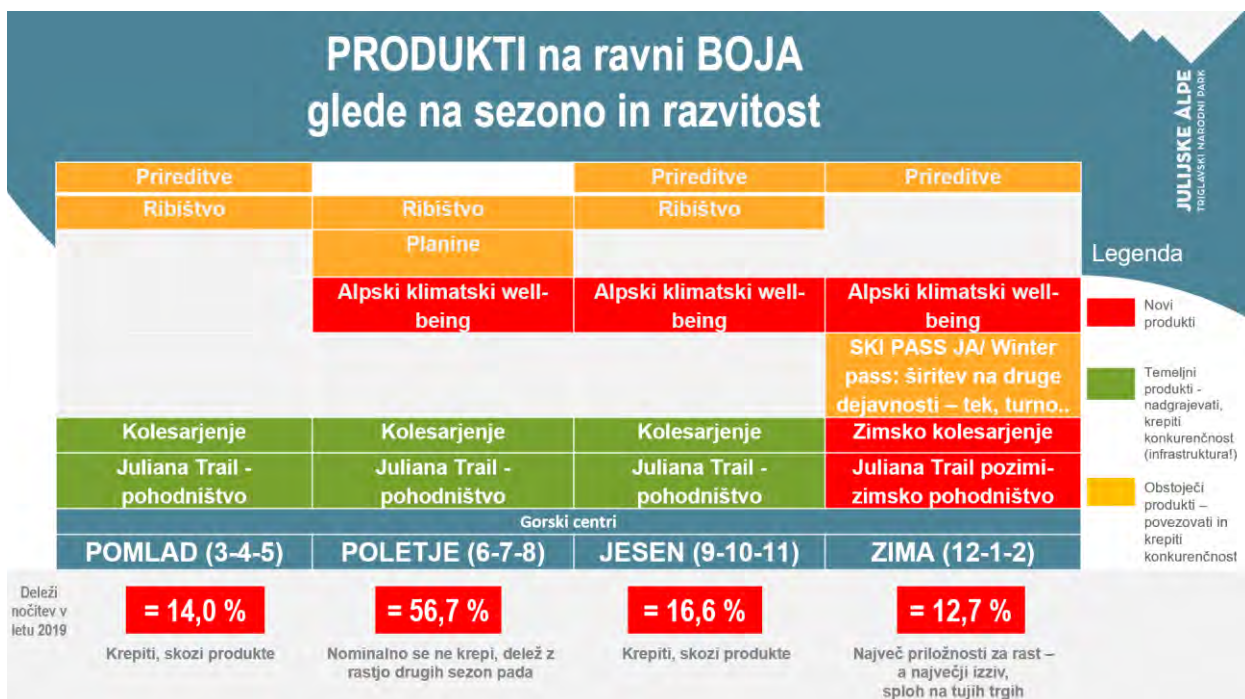
Slika 13: Pregled turističnih ležišč v BOJA za leto 2019 – struktura in prikaz rasti 2008 do 2019



MOČEN POUK NA PRODUKTNEM RAZVOJU V JULIJSKIH ALPAH

Skupnost Julijske Alpe je v novem Razvojnem načrtu Julijskih Alp kot trajnostne turistične destinacije 2025 dala produktnemu razvoju. Cilj je dvig kakovosti, okrepitev upravljanja, doživljajskosti, butičnosti in celovitosti destinacijskih turističnih produktov (1. Julijana trail, 2. Kolesarjenje, 3. Bela in zelena zima, 4. Ribištvo/planine, 5. TOP dogodki), za krepitev mesecev izven poletja.

Slika 14: Strategija nadgradnje temeljnih, povezovanja obstoječih in razvoja novih skupnih produktov na ravni BOJA



RAZVOJNI MODEL – PRIORITETNA PODROČJA UKREPANJA NA RAVNI BOJA

V okviru strategije je BOJA opredelila 4 prioritena področja delovanja, s konkretnimi projekti. Iz slike so razvidni cilji in ključni kazalniki uspeha.

Slika 15: Strateški razvojni model BOJA 2025 s cilji in kazalniki uspeha



Vir: Razvojni načrt za Biosferno območje Julijske Alpe kot trajnostne turistične destinacije 2025+

3.5.4 Turizem destinaciji Dolina Soče in občini Tolmin

3.5.4.1 Turizem v destinaciji Dolina Soče

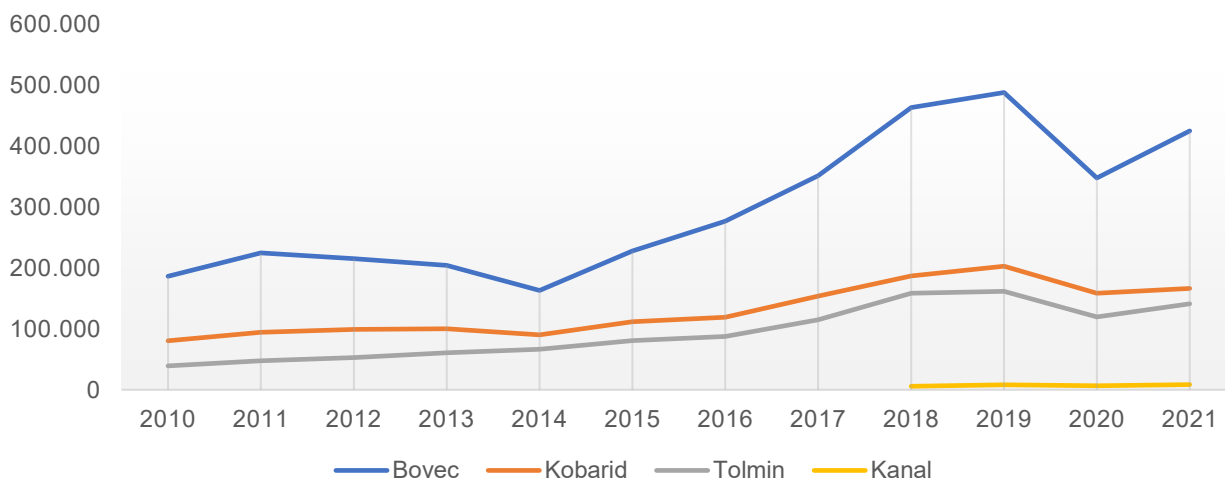
Dolina Soče se na trgu pozicionira kot zelena outdoor destinacija z izjemno naravno in kulturno dediščino. Dolina Soče je dokaj specifična slovenska destinacija. Kot sestavni del Julijskih Alp si s partnerskimi destinacijami deli Triglavski narodni park in UNESCO MAB območje.

Izstopa kot prepričljiv tržni voditelj na področju outdoor športov; v dolini je že blizu 100 agencij, ki ponujajo aktivnosti v naravi. Posebna je skozi zgodovinsko perspektivo – soška fronta, danes odličen turistični produkt, je eno redkih dogajanj na slovenskih tleh, ki se lahko uvrščajo med velike in usodne svetovne dogodke. Posebna je tudi zaradi svoje geografske pozicije med Alpami in Jadranom – naravna in kulturna dediščina doline je edinstven preplet alpskega in mediteranskega sveta. Povprečna raven turistične ponudbe je zaradi hitre rasti še relativno nizka, na drugi strani pa nastaja vrsta majhnih, butičnih igralcev – od edinstvenih nastanitev pa do vrhunske kulinarike – Hiša Franko npr. je edina hiša z dvema Michelinovima zvezdicama v Sloveniji, Ana Roš pa je bila leta 2017 proglašena za najboljšo kuharsko mojstrico na planetu.

Dolina Soče je bila v minulem desetletju najhitreje rastoča destinacija v Sloveniji in se je v zadnjem pred-covid letu 2019 uvrstila 5. mesto med največjimi slovenskimi turističnimi destinacijami (5,4% prihodov in nočitev), če jih merimo skozi obseg obiska. Povečeval se je tudi njen delež v realizaciji Julijskih Alp – v obdobju 2010-2015 je Dolina Soče regiji prispevala 17 % nočitev, leta 2019 že 21 % nočitev, leta 2020 pa kar 26 % nočitev. Ta zadnji rezultat je seveda posledica covid situacije in se bo ob normalizaciji razmer zmanjšal, po drugi strani pa priča o primernosti in atraktivnosti destinacije tudi v času izrednih razmer, kot smo jim priča.

Covid izkušnja je dolino zaradi v naravo usmerjene ponudbe in ustreznih tržnih aktivnosti porinila še naprej po lestvici navzgor. Upad obiska je bil v dolini znatno manjši, kot velja za nacionalno povprečje, okrevanje pa je hitrejše.

Slika 16: Rast prenočitev v Dolini Soče 2010 do 2021 (za leto 2021 je podana ocena)

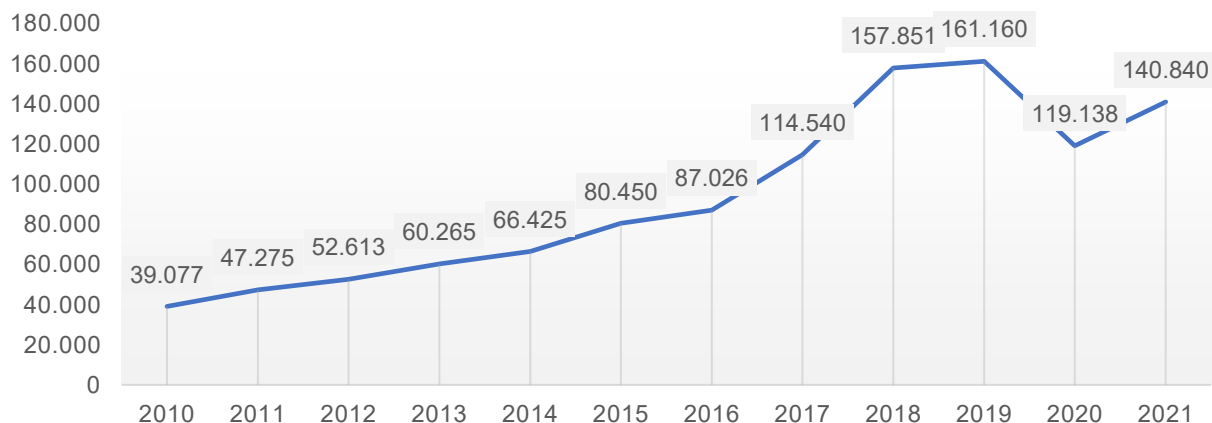


PRENOČITVE	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Bovec	185.830	224.185	214.867	203.829	162.568	227.238	275.948	350.402	462.077	486.798	346.536	423.984
Kobarid	80.169	94.114	98.830	99.766	89.720	111.315	118.921	153.399	186.187	202.297	158.011	165.645
Tolmin	39.077	47.275	52.613	60.265	66.425	80.450	87.026	114.540	157.851	161.160	119.138	140.840
Kanal									5.633	8.197	6.349	8.385
DOLINA SOČE	317.029	365.574	366.310	363.860	318.713	419.003	481.895	618.341	811.748	858.452	630.034	738.854

3.5.4.2 Turizem v občini Tolmin

Občina Tolmin je administrativno središče Doline Soče, po kazalcih turistične realizacije pa sestavlja manjši del skupnega kolača: leta 2019 je Bovec prispeval 55 % nočitev, Kobarid 23 %, Tolmin 18 % in Kanal 1 %.

Slika 17: Rast prenočitev v občini Tolmin 2010 do 2021 (za leto 2021 je podana ocena)



Tolmin je v zadnjem desetletju obseg turističnega obiska povečal za štirikrat – zaradi česar je turizem iz marginalne dejavnosti postal pomembna gospodarska dejavnost v občini.

Tudi za Tolmin – kot za celotno Dolino Soče – v celoti velja, da so osnovni motiv za prihod aktivnosti v naravi.

Če zgornji del izstopa po raftingu in kajaku na divjih vodah, po smučanju in zahtevnejših gorskih vzponih, območje Tolmina skupni paleti dodaja najboljše možnosti za jadralno letenje, gorsko in trekking kolesarjenje, pa tudi muharjenje, ki je eden najžlahtnejših produktov doline.

Za pohodništvo, ki je po obsegu največji outdoor produkt, so odlični pogoji povsod, izjemna raznolikost doline pa dodaten motiv za prvovrstna doživetja.

Tolminska posebnost so tudi poletni glasbeni festivali, ki so v minulem obdobju Tolminu prinesli veliko dodatno prepoznavnost v mednarodnem okolju.

Pri ocenjevanju tolminskih trendov je torej potrebno upoštevati, da se v zadnjih letih (pred covidom) navedenim številkam v juliju in avgustu pridruži še ca. 100.000 nočitev na festivalskem prizorišču. V uradno statistiko niso vključene, ker so te nočitve brezplačne in ker se dogajajo v začasnih šotoriščih.

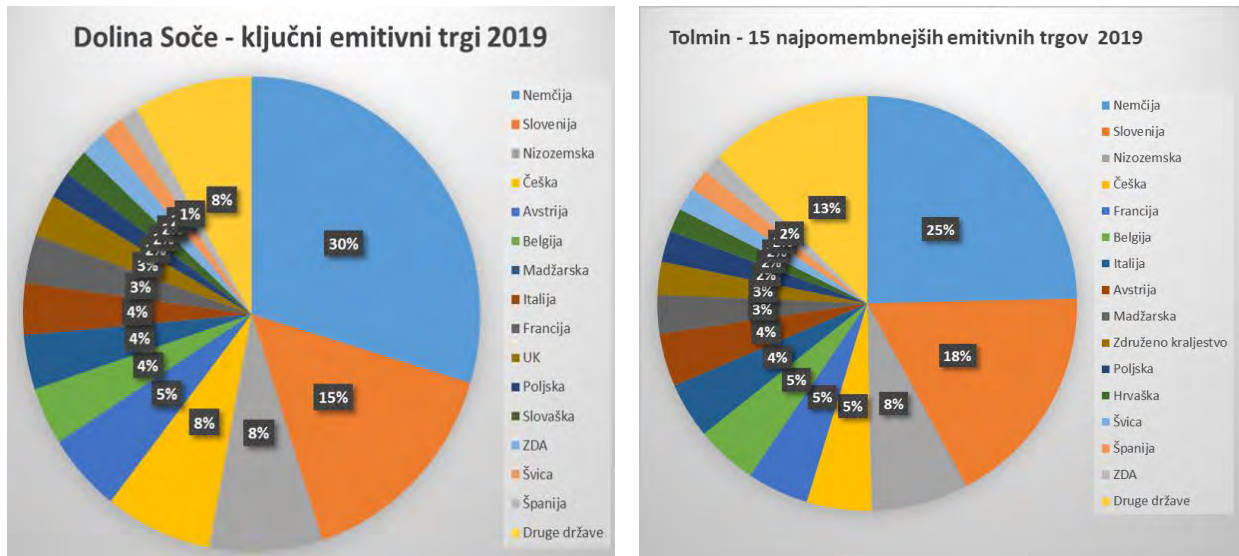
Ena izmed mednarodnih potrditev, da se Tolmin umešča med resne turistične destinacije, je tudi naziv Alpskega mesta leta, ki ga je mesto prejelo v letu 2016.

3.5.4.3 Struktura emitivnih trgov

Kot izhodiščni kriterij moramo upoštevati zadnje »normalno« pred-covid leto 2019.

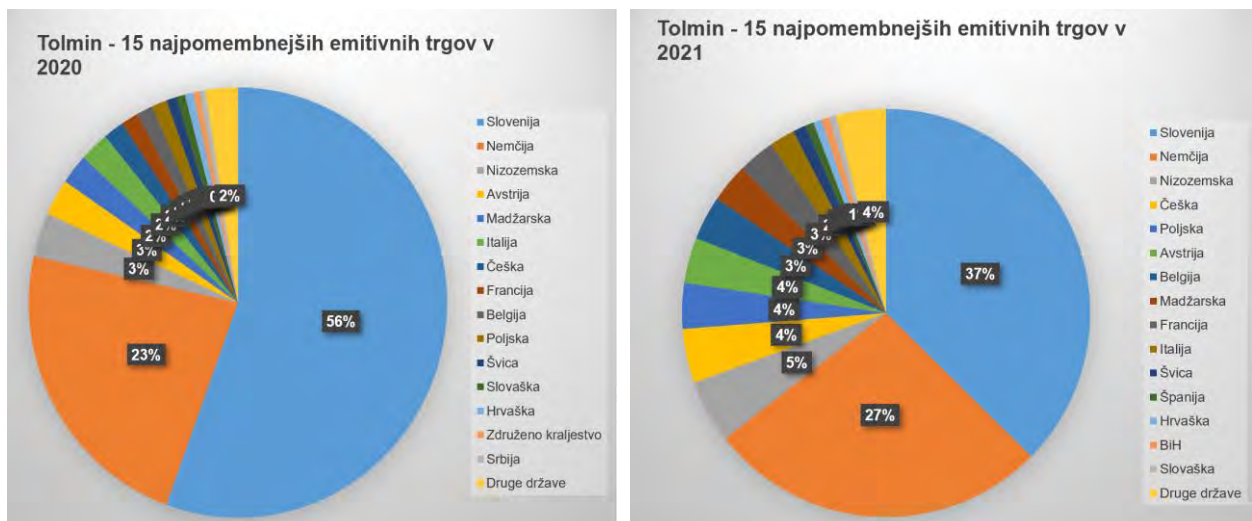
Struktura emitivnih trgov Tolmina je zelo podobna kot velja za dolino v celoti: 60-70 % prispevajo največji štirje – Nemčija, domači trg, Nizozemska in Češka; dobro četrtino predstavljajo relativno uravnoveženi deleži naslednjih držav na seznamu – Avstrija, Belgija, Madžarska, Italija, Francija, Velika Britanija in Poljska; opazne deleže (1-2%) prispevajo še Slovaška, Švica, Španija, Hrvaška in ZDA; preostanek pa sestavlja velika množica avanturistov iz celega sveta.

Sliki 18: Prikaz strukture trgov v letu 2019: Dolina Soče in Tolmin



Ta slika pomeni, da sta tako dolina kot Tolmin zelo zanimiva destinacija, da je struktura raznolika in da ni prevelike odvisnosti od posameznega trga.

Sliki 19: Prikaz strukture trgov v letu 2020 in 2021 v občini Tolmin



Vir: SURS

Epidemija je sliko seveda čez noč spremenila. Zaradi lock downov na eni strani, pa tudi zaradi učinkovitih ukrepov države na domačem trgu na drugi strani, je dramatično upadal obisk mednarodnih gostov, močno pa se je povečal obisk domačih.

Po dveh letih se že zelo jasno kaže, da tuji obiskovalci ponovno prevladujejo in da lahko pričakujemo, da se bomo v letu ali dveh vrnil na podobno strukturo emitivnih trgov, kot smo jo imeli v letu 2019.

Dolina Soče ni odvisna od čezmorskih trgov in letalskih prihodov, prevladujoč gost je individuallec, ki pride z avtomobilom, zato večji pretresi niso pričakovani. Glede na trende in vplive na povpraševanje, ki jih bo epidemija zagotovo pustila na eni strani in upoštevanje geografske lokacije in prevladujoči tip outdoor ponudbe na drugi strani, je pričakovati, da se bo pozicija doline in Tolmina na tradicionalnih evropskih trgih kvečjemu okrepila.

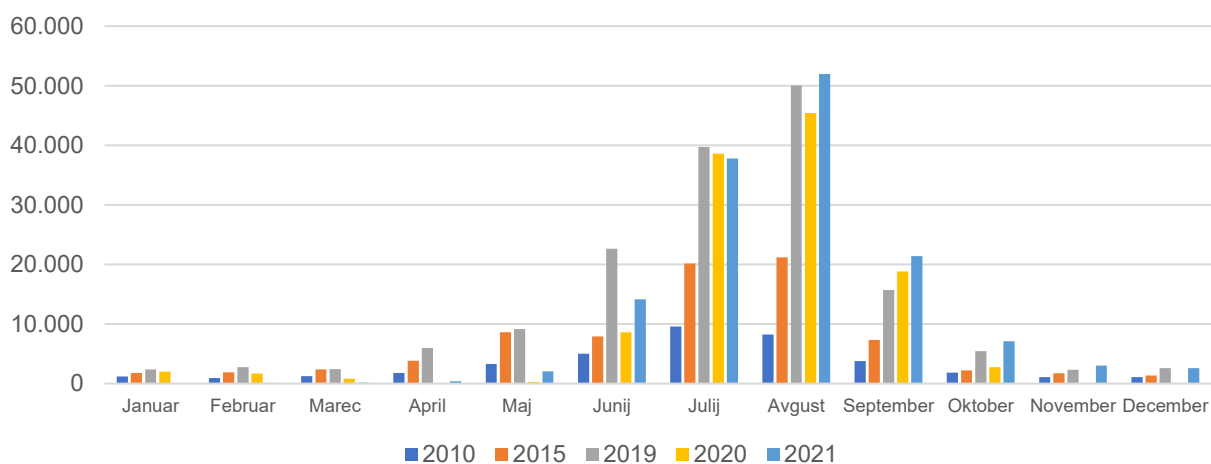
3.5.3.4 Sezonskost

Tolmin je lahko upravičeno ponosen na rast turističnega obiska v zadnjem desetletju, vedno bolj pa se izpostavlja dejstvo, da letna dinamika te rasti ne teče v pravi smeri.

Sezonska konica se namreč krepi, delež obiskovalcev v juliju in avgustu se je v 2019 v primerjavi z desetletjem nazaj, povečal kar za 10 %, kar je trend v napačno smer.

Če opazujemo leto 2019, sicer lahko ugotovljamo, da so se pričeli krepiti tudi pred in posezonski meseci – bistveno boljše zasedenost beležimo v aprilu, juniju, septembru in oktobru – vendar je epidemija sliko ponovno zelo poslabšala. Pričakovati je, da se bo destinacija vračala k mesečni zasedenosti iz leta 2019, vendar to ne sme biti cilj. Da je sezonska konica problem je potrebno ozavestiti in usmeriti napore k zagotavljanju enakomernejšega celoletnega poslovanja.

Sliki 13: Letna dinamika prenočitev – po mesecih, v občini Tolmin; primerjave 2010 do 2021



Mesec	2010	2015	2019	2020	2021
Januar	1.189	1.803	2.379	2.028	36
Februar	916	1.910	2.750	1.656	106
Marec	1.278	2.405	2.421	829	190
April	1.802	3.840	5.965	0	380
Maj	3.303	8.618	9.137	258	2.062
Junij	5.016	7.899	22.628	8.615	14.159
Julij	9.577	20.164	39.743	38.608	37.769
Avgust	8.212	21.185	50.053	45.439	51.977
September	3.786	7.304	15.680	18.839	21.414
Oktober	1.837	2.219	5.466	2.780	7.106
November	1.095	1.750	2.343	58	3.046
December	1.066	1.353	2.595	28	2.595
Skupaj	39.077	80.450	161.160	119.138	140.840

Mesec	2010	2015	2019	2020	2021
Januar	3%	2%	1%	2%	0%
Februar	2%	2%	2%	1%	0%
Marec	3%	3%	2%	1%	0%
April	5%	5%	4%	0%	0%
Maj	8%	11%	6%	0%	1%
Junij	13%	10%	14%	7%	10%
Julij	46%	77%	51%	81%	90%
Avgust	46%	77%	51%	81%	90%
September	10%	9%	10%	16%	15%
Oktober	5%	3%	3%	2%	5%
November	3%	2%	1%	0%	2%
December	3%	2%	2%	0%	2%
SKUPAJ	100%	100%	100%	100%	100%

Vir: SURS

3.5.4.5 Struktura nastanitvenih kapacitet

Ključni razlog za krepitev sezonske konice je neprimerna struktura nastanitvenih kapacitet, ki je posledica (pre)hitre rasti zadnjih let. Problem je velik za celotno Dolino Soče, v Tolminu, praktično novi destinaciji, kjer je bil prej obseg turizma zelo skromen, pa je še bolj izrazit.

Številko so zgovorne – v letu 2000 je bilo v tolminski občini vsega 17 turističnih ponudnikov, leta 2019 pa že 221. Najbolj se je ta rast stopnjevala v drugi polovici zadnjega desetletja – leta 2018 npr. je v tolminski občini na trg vstopilo 45 novih ponudnikov apartmajev, ki so ponudbi dodali 270 novih postelj.

Epidemija je nove iniciative sicer zaustavila, a najverjetneje ne za dolgo. Na začetku opazovanega obdobja so zahtevnejše kapacitete – hoteli, penzion, turistične kmetije, tisti torej, ki poleg namestitve zagotavljajo vsak še hrano – znašale 28 %.

Leta 2019 je njihov delež upadel na vsega 11 %. Leta 2000 so enostavnejše kapacitete – kampi in apartmaji – pomenile le 16 % v skupni strukturi, leta 2019 pa že 75 %.

Ta dejstva vplivajo na potrošnjo, obremenjevanje lokalnih trgovin in javne infrastrukture in neposredno krepijo sezonsko konico.

Medtem ko so hoteli in penzioni zaradi zaposlenih in ekonomike poslovanja prisiljeni poslovati celo ali vsaj večji del leta, so kampi in apartmaji tipična ponudba sezonske narave; ker zagotavljajo omejen obseg storitev, se gostje v večji meri obremenjujejo lokalne trgovine, restavracije in infrastrukturo.

Ker je to povečano povpraševanje omejeno samo na konične termine, se zaradi preobremenitev poslabšuje kakovost storitev na posameznih točkah, namesto zagotavljanja stabilnih delovnih mest pa se povečuje prekarlost.

V veliki meri je zatečeno stanje razumljiv rezultat hitre rasti. Pozitivno je, da so lokalni prebivalci spoznali, da je turizem lahko vir dodatnih prihodkov, ki jim lahko izboljšuje kakovost življenja.

Na drugi strani pa je potrebno ozavestiti, da trenutna struktura kapacitet za doseganje željene rasti kakovosti storitev in dodane vrednosti ni dovolj primerna in da ima destinacija na tem področju pred sabo velik izziv za prihodnost.

Sliki 13: Nastanitvene zmogljivosti v občini Tolmin; primerjave 2000, 2010 in 2019

LETO	2000			2010			2019		
	število ponudnikov	število ležišč	delež	število ponudnikov	število ležišč	delež	število ponudnikov	število ležišč	delež
Hoteli in penzioni	5	160	26,4%	7	252	18,6%	9	297	9,5%
Hostli in CŠOD	1	180	29,7%	2	206	15,2%	6	279	8,9%
Kampi				3	330	24,4%	6	992	31,6%
Sobe & Apartmaji	7	95	15,7%	51	351	25,9%	192	1.345	42,8%
Kmetije	1	12	2,0%	3	37	2,7%	4	53	1,7%
Planinske kočje	3	159	26,2%	4	177	13,1%	4	173	5,5%
SKUPAJ	17	606	100,0%	70	1.353	100,0%	221	3.139	100,0%

Vir: SURS

POVZETEK ANALIZE TURISTIČNIH TRENDOV V DOLINI SOČE IN OBČINI TOLMIN

Dolina Soče – in znotraj nje še posebej občina Tolmin – je bila v minulem desetletju najhitreje rastoča slovenska turistična destinacija. Če jo ocenjujemo skozi število obiskovalcev, se je leta 2019 uvrstila že na peto mesto na lestvici, torej med največje in najpomembnejše.

Ponudniki v dolini so razvili vrsto zanimivih programov, predvsem na področju športa in doživetji v naravi, edinstvena zgodba 1. svetovne vojne se počasi oblikuje v turistični produkt, imamo vrsto butičnih ponudnikov in restavracijo z dvema Michelinovima zvezdicama.

Dolina Soče s svojo ponudbo nesporno spada med najbolj atraktivne destinacije, ki ponujajo nepozabna doživetja. Na drugi strani pa intenzivni rasti obiska ni sledil razvoj infrastrukture, javnih storitev in primerne oblike nastanitvenih kapacitet. Število hotelskih kapacitet v dolini je zadnjem desetletju stagniralo, medtem ko se je število mest v kampih podvojilo, število apartmajev pa početverilo. Kampi in apartmaji tako danes predstavljajo že blizu 80 % vseh namestitvenih kapacitet v dolini in zato je povprečna vrednost storitev, kljub nesporni atraktivnosti in potencialom ponudbenih možnosti, relativno nizka. Dosegli smo obseg, ki ga resna destinacija potrebuje, dodana vrednost pa se na račun nerazvite infrastrukture in manj primernih kapacitet ne povečuje, krepijo se negativni učinki na okolje.

Vse naštetu velja tudi za občino Tolmin, kjer se sezonska konica in pritiski na okolje še stopnjujejo na račun poletnih festivalov, ki v destinacijo prinesejo dodatnih 100.000 poletnih nočitev, ki jih – ker so brezplačne v začasnih šotoriščih – uradna statistika sploh ne vključuje.

Dolina Soče in občina Tolmin imata sprejeto novo strategijo razvoja turizma, kjer so naslovljene prave prioritete: namesto na količino se je potrebno osredotočiti na zagotavljanje kvalitete storitev, upravljanje turističnih tokov mora postati najmanj enako pomembno kot marketing, merilo mora postati dodana vrednost in ne obseg, glavana sezona je polna, potrebno jo je upravljati, vsebino in programe pa zagotavljati za obdobja izven julija in avgusta.

Sotočje nudi potencial razvoja ponudbe, ki bo primerno in učinkovito odgovarjala na izpostavljene izzive.

3.6 Opredelitev konkurence

Na osnovi pregleda trga nastanitvenih zmogljivosti in glede na okvirno nakazan koncept načrtovanega objekta (izhodišča, podana s strani Delovne skupine – prevladujoča tema outdoor vsebine) je dokaj jasno, da povsem primerljivega koncepta, centra ali objekta v dolini ni, je pa možno ocenjevati konkurenco po posameznih segmentih:

3.6.1 Outdoor aktivnosti

Dolina Soče je tržni voditelj na področju športov in aktivnosti v naravi, zato je ponudba na tem področju izjemno pestra. V dolini najdemo preko 70 agencij, ki ponujajo outdoor programe, še najmanj podobno število pa jih redno prihaja iz sosednjih destinacij. Pregled ponudnikov nastanitvev pokaže, da gre večinoma za primere, ki so ob svojem že vzpostavljenem rednem poslovanju prepoznali kolesarske in pohodniške goste kot zanimiv ciljni segment in pridobili znak specializacije – niso pa bili v osnovi zastavljeni na način, da bi res poglobljeno in nadpovprečno nagovorili ta ali drugi outdoor segment. Kompleksnih specializiranih ponudb, ki bi združevale namestitev, prehrano, športne aktivnosti, je v dolini malo, le nekaj procentov.

V nacionalno združenje GIZ Aktivna Slovenija² je vključenih 9 ponudnikov iz Doline Soče, od teh 2 agenciji (Positive Sport in B-Tours) in 7 ponudnikov kapacitet: Hotel Boka, Hotel Dvorec, Gostišče Jelkin hram, Penzion Kobala, Kamp Koren, Kmetija Škvor in Robidišče Trail Center in Soča Valley freeride. Vsi navedeni imajo certifikat specializirane ponudbe za pohodništvo in kolesarjenje, vendar jih večji del ni dejansko specializiran, pohodništvo in kolesarstvo sta le dva izmed preostalih segmentov, ki jih naslavlja.

Trenutno bi v dolini lahko našli le osem prepričljivo izstopajočih specialistov s kompleksnejšo outdoor ponudbo:

- > Hostel Soča Rock in novi hotel Soča v Bovcu: oba sta odlična in močno izstopajoča primera razvoja športne agencije v celovitejšo dejavnost, prvi je nadgradnja Aktivnega planeta, drugi pa najstarejše posoške športne agencije Soča raftinga, oba uspešno sestavljata programe namestitev in športnih dejavnosti (predvsem aktivnosti na vodah in zip line); žal je njihova ponudba hrane (zaenkrat) omejena samo na zajtrke
- > Penzion Jelkin hram v Drežnici in kamp Gabrje sta specialista za jadralne padalce. Jelkin hram v smislu specializacije ponuja najbolj zaokroženo ponudbo v dolini – od namestitev in hrane za padalce, pa do transferjev, tandemov in šole. Kamp Gabrje pa izstopa kot organizator mednarodnih padalskih tekmovanj, ki jih striktno organizira izven julija in avgusta in je zato primere odlične prakse kako izboljšati pred in posezonske termine ter umirjati konico
- > Tudi kolesarstvo, kot mlajša oblika ponudbe ima že dva dobra primera: GIZ Mravlišče v Robidišču, kjer so se ponudniki združili in razvili lokalni kolesarski Trail center in Apartmaji Pri Jakobu v Magozdu, kjer so podobno kot v bovškem primeru združili ponudbo namestitev in športnih aktivnosti agencije Soča Valley Freeride - kanjoning, plezanje in v največji meri gorsko kolesarjenje.
- > Izpostaviti je treba tudi specialiste za muharjenje; ribiče sprejema veliko ponudnikov, najbolj pa sta jim svojo ponudbo prilagodila Hotel Zlata ribica v Idriji pri Bači in Hotel Hvala

v Kobaridu oba sodita v zgornji rang posoške ponudbe in se poleg prilagajanja dnevnega ritma hotela in zagotavljanja dodatnih, ribičem potrebnih storitev lahko pohvalita še z odlično kulinariko.

Glede na potencial outdoor ponudbe v dolini je pravih specialistov še malo, obstoječi in bodoči se med sabo v večji meri dopolnjujejo in podpirajo, kot da bi si bili neposredna konkurenca.

3.6.2. Zelena specializacija

Dolina Soče je z zadnjo strategijo potrdila usmerjenost v trajnostni turizem kot ključno prioriteto. Ponudniki turističnih storitev se v vedno večji meri zavedajo svoje odgovornosti in se vključujejo v zelene sheme. Trenutno je v dolini 12 nosilcev zelenih certifikatov:

- > 4 ekološke kmetije: Pri Plajerju in Jelinčič v Trenti, Černujta v Logu pod Mangartom in Pri Lovrču v Čadrgu; vsi imajo znak kvalitete TNP;
- > 3 kampi: Kamp Jelinc in kamp Korita v Trenti, Kamp Koren v Kobaridu - v 2011 prvi dobitnik EU Eko Marjetice med kampi v SLO in zelenega certifikata nasplah v dolini. Vsi imajo znak kvalitete TNP, Korita in Koren še znak Eco Camping, Korita je še nosilec zlatega znaka Travellife, Koren pa EU Ecolabel;
- > in 5 drugih ponudnikov: Apartmajsko naselje v kampu Koren v Kobaridu (EU Ecolabel), butično naselje Nebesa na Livku (zlati znak Travellife), Hiša na Robidišču (zlati znak Travellife) ter Penzion Kobala (EU Ecolabel) in njihova gorska vila Astra Montagna (EU Ecolabel in znak kvalitete TNP) na oz. nad Poljubinjem.

Velika večina je certifikat pridobila v zadnjih treh letih, kar kaže na primeren trend. Zeleni certifikati konkurence ne zaostrejujejo ampak jo blažijo, ponudniki med sabo sodelujejo in si pomagajo, prostor za nadgradnjo pa nima omejitev.

Vse posoške občine so se vključile v zeleno shemo - nacionalni program za razvoj trajnostnega turizma v Sloveniji; občina Kanal je v letu 2019 pridobila bronasti znak, občine Bovec, Kobarid in Tolmin pa v letu 2020 zlati znak Slovenia Green Destination. Ključni element in zaveza Zelene sheme je, da morajo vključene občine vsako leto - uradno na občinskih svetih - sprejeti in izvajati akcijski program izboljševanja trajnostnih kategorij v ekonomskem, socialnem in naravnem okolju.

Zelena ozaveščenost je pomemben trend poslovnega okolja in ne nazadnje predpogoj za uspešne zelene produkte, ki ne morejo delovati izolirano, sami zase. Ocenjujemo, da je zavest nujnosti trajnostne usmeritve turizma v dolini vsak dan močnejša, izkazuje se tudi skozi turistično strategijo in razvojne programe občin, razvidna je tudi iz anket v okviru tega projekta – ocenjujemo lahko, da je podlaga za razvoj zelenih projektov v dolini in še posebej na območju Sotočja dovolj zanesljiva za nadaljnje delo.

3.6.3. Konferenčna dejavnost in dogodki

Ena izmed željenih vsebin v objektu na Sotočju je tudi razvoj kompetenčnega centra in konferenčnih programov, ki bi Sotočju, dolini in širši regiji prinašali nova znanja in dodano vrednost na področju outdoor športov in zelenega turizma. Destinacijska organizacija Turizem Dolina Soče je sicer vključena v Kongresni urad Slovenije, dejanska MICE ponudba v dolini pa je slaba. V hotelih se najde kakšna manjša soba za delovne sestanke, tako hoteli kot nekateri penzioni znajo svoje restavracijske prostore preurediti v sobe za poslovna srečanja; resnih namenskih prostorov in infrastrukture pa med turističnimi ponudniki ni. Tako v Bovcu, Kobaridu kot Tolminu imamo kulturne domove in kinogledališča, v Bovcu tudi Strgulčevo hišo, ki je bila namenjena konferenčni dejavnosti, torej kapacitete, ki bi lahko služile in občasno tudi služijo za poslovna srečanja, vendar so taki dogodki bolj izjeme kot pravilo, nihče jih nima resno vključene v svoje programe. Edini resni ponudnik, ki čez celo leto izvaja incentive in team building programe je tolminska agencija Maya, a večinoma izven doline, ker v dolini ne najdejo primernih kapacitet.

Podobno velja za dogodke: dolina ima tradicionalne kulturne domove, kjer se odvijajo občinske proslave, kulturni dogodki in občasna tematska srečanja; za dogodke z več obiskovalci občasno služijo tudi telovadnice, večina festivalov in tekmovanj s področja outdoor športov pa se odvija na improviziranih prizoriščih v naravnem okolju.

V celotni dolini ni enega samega urejenega festivalskega prizorišča, najbližja destinacija, ki omogoča resnejšo MICE dejavnost so Brda (Vila Vipolže) in Nova Gorica (HIT)

Tovrstnega koncepta z širino ponudbe, kot se nakazuje za načrtovani objekt, niti na območju doline Soče niti v širši regiji Julijske Alpe, ne najdemo. V primerih dobrih praks v osrednjem delu dokumenta predstavljamo nekaj izbranih primerov (predvsem iz tujine), vendar tudi tam lahko iščemo vzporednice le po posameznih segmentih, ne pa v celoti. Za območje Sotočja je potrebno razviti povsem samostojno zgodbo.

3.7 Povzetek analize stanja in priporočila, ki iz nje izhajajo

3.7.1 Povzetek analize stanja – SWOT ANALIZA

V nadaljevanju najprej povzamemo SWOT analizo Doline Soče (vključno z občino Tolmin) kot turistične destinacije, nato pa opredeljujemo SWOT analizo za načrtovani objekt »Sotočje«.

Tabela 4: SWOT analiza Doline Soče (in znotraj nje občine Tolmin) kot turistične destinacije

SWOT analiza turizma v destinaciji Dolina Soče, vključno z občino Tolmin	
PREDNOSTI = Ohranjamo + krepimo	SLABOSTI = Odpravljamo
1. Izjemen ambient z naravnimi in kulturnimi vrednotami, TNP 2. Močna prepoznavnost, obstoječe tržne poti in B2B partnerske mreže 3. Zmogljivost in znanje v outdoor in muzejskih storitvah 4. Pristnost in ohranjenost tradicij, potencial zalednih dolin in planot 5. Nekaj izjemnih produktov: vodni športi, AAT, kulinarika A. Roš, Poti miru	1. Visoka sezonskost 2. Pomanjkljiva turistična infrastruktura in upravljavski režimi 3. Neusklajeno delovanje destinacije 4. Velika razpršenost ponudbe nastanitvev 5. Nezadostna širša kulinarčna ponudba
PRILOŽNOSTI = Izkoriščamo	NEVARNOSTI = Zmanjšujemo vpliv
1. Rast povpraševanja po zelenih in avtentičnih gorskih destinacijah 2. Koncept turizma Doline Soče ustreza preobremenjenemu življenjskemu slogu urbanega gosta, ki potrebuje sprostitev 3. Povezovanje v doživljajsko in vsebinsko domišljene programe/ture in 5* doživetja 4. Uvajanje trajnostnih in kakovostnih standardov 5. Izkoriščanje lokacije ob meji, letališčih, med Alpami in Sredozemljem	1. Počasnost usklajevanja interesov in privabljanja investicij v korist destinacije 2. Preobremenjenost v visoki sezoni in manko ponudbe v ostalih mesecih, ko ponudniki, ki obratujejo, nimajo komplementarnih partnerjev 3. Zagotavljanje kadrov (skozi vse leto in dolgoročno) 4. Gospodarsko-politična nihanja, epidemija covid-19 in druge krizne situacije v RS in svetu 5. Podnebne spremembe ter pritiski na naravo in okolje

Vir: Strategija razvoja in trženja turizma Doline Soče 2025+

Tabela 5: SWOT analiza za načrtovani nastanitveni objekt

SWOT analiza turizma za načrtovani nastanitveni objekt	
PREDNOSTI = Ohranjamo + krepimo	SLABOSTI = Odpravljamo
1. Sotočje kot vrhunska lokacija, ki ima izjemen naravni in simbolni pomen 2. Lastniško urejene parcele na območju objekta »Sotočje«, proste bremen, dober dostop in vzpostavljena gospodarska javna infrastruktura	1. Nerešena zemljiška vprašanja na širšem območju Sotočja (parcele, ki so še v postopku denacionalizacije, lastniško nedorečene parcele)

<ol style="list-style-type: none"> 3. Umeščenost v močno in ugledno destinacijo Dolina Soče in Julijske Alpe (jasen produktni profil destinacije, voditeljstvo na področju vodnih in drugih outdoor športov v širšem alpskem prostoru in tip outdoor ponudbe, ki je v močnem trendu) 4. Prepoznavnost Tolmina kot dolgoletne festivalske destinacije² 5. Visoko strinjanje med ključnimi skupinami deležnikov, da se morajo pri nadaljnjem urejanju in razvoju območja upoštevati strateške smernice: odgovornost do okolja, nemožičnost, večja dodana vrednost in celoletni program 6. Projekt »Sotočje« je umeščen med ključne strateške projekte destinacije in Občine Tolmin 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Investicijski projekt »Sotočje« ni mogoče obravnavati in razvijati ločeno od politike na področju festivalov 3. Mikro lokacija in celotno območje je zdaj v poletnih mesecih v času festivalov močno obremenjeno in onemogoča kakovostno doživljanje tega izjemnega prostora 4. Neurejena in pomanjkljiva podporna javna turistična infrastruktura na širšem območju Sotočja (poti, toalete, parkirišča) 5. Zasenčenost območja preko zimske sezone (od sredine novembra do konca januarja)
<p>PRILOŽNOSTI = Izkoriščamo</p>	<p>NEVARNOSTI = Zmanjšujemo vpliv</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Izkoristiti izjemne naravne danosti lokacije in strateško pozicijo ob obvoznici in na križišču pohodniških, kolesarskih in vodnih poti ter Sotočje pozicionirati kot vrata v Dolino Soče in UNESCO MAB območje 2. Vzpostaviti sodoben interpretacijsko-informacijski center TNP s poudarkom na izjemni naravni vrednoti reke Soča 3. Izkoristiti pozicijo Doline Soče kot vodje na področju outdoor športov – za širši evropski izobraževalni center za te športe 4. Preseganje ozkega razumevanja trajnostnega turizma – lokacija »Sotočja« je priložnost za zagon inovativnih poslovnih modelov, ki temeljijo na krožni ekonomiji, v svoje delovanje vključujejo lokalno skupnost in so primer dobre prakse na področju digitalizacije 5. Rast zelenih trendov in zelene ozaveščenosti – krepi in razvijati programe zelenega turizma za dolino in širše območje 6. Sredstva za okrevanje in odpornost (RRF) 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Preobremenjenost v visoki sezoni in manko ponudbe v ostalih mesecih, ko ponudniki, ki obratujejo, nimajo komplementarnih partnerjev 5. Brez sprememb modela festivalskega dogajanja bo prišlo do škode na naravnem okolju in imidžu (izguba kakovostnih gostov) 6. Stihijski in neusmerjen razvoj turizma in turističnih tokov v destinaciji 7. Zagotavljanje kakovostnega upravljanja zaokrožene ponudbe objekta 8. Gospodarsko-politična nihanja, epidemija covid-19 in druge krizne situacije v RS in svetu 9. Podnebne spremembe ter pritiski na naravo in okolje

² Prednost, ki jo razumemo v smislu dejstva, ki pa ga moramo vrednotiti v luči potrebne transformacije v nov model in novo kakovost dogajanja na tem izjemne naravnem in simbolnem prostoru.

3.7.2 Povzetek analize stanja v obliki ugotovitev in smernic

V spodnji tabeli smo povzeli ključne ugotovitve iz analize stanja in nakazali potrebno smer razvoja načrtovanega objekta.

Tabela 6: Povzetek ugotovitev in nakazane smeri/priporočila za razvoj koncepta objekta »Sotočje«

	Ugotovitev – izhodišče, ki ga moramo upoštevati	Smernice za razvoj načrtovanega objekta + potrebne smeri intervencije + priložnosti, ki jih moramo izkoristiti
1.	<p>IZJEMNA NARAVNA IN SIMBOLNA LOKACIJA Načrtovan objekt se nahaja na strateško izjemno pomembni in naravno izjemno dragoceni lokaciji. Sotočje dveh alpskih rek Soče in Tolminke je edinstvena naravna znamenitost, za Tolmince pa tudi zelo poseben in pomemben prostor, močno vtkan v vsakdanje življenje. Sotočje mora ostati (odprt) prostor srečevanja domačinov, kar je tudi v skladu z novimi trendi razvoja turističnih kompleksov.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Izkoristiti izjemne naravne danosti lokacije in strateško pozicijo ob obvoznici in na križišču pohodniških, kolesarskih in vodnih poti ter Sotočje pozicionirati kot vrata v Dolino Soče in UNESCO MAB območje. ▶ Vzpostaviti sodoben interpretacijsko-informacijski center UNESCO MAB območja s poudarkom na izjemni naravni vrednoti reke Soče. ▶ Izkoristiti pozicijo Doline Soče kot vodje na področju outdoor športov (primarno na področju vodnih športov) – za širši evropski izobraževalni center za te športe.
2.	<p>STRINJANJE O STRATEŠKEM POMENU IN KONCEPTU RAZVOJA LOKACIJE Visoko strinjanje med ključnimi skupinami deležnikov, da se morajo pri nadaljnjem urejanju in razvoju območja upoštevati strateške smernice: odgovornost do okolja, nemožičnost, večja dodana vrednost in celoletni program. Program mora biti ambiciozen in zagotavljati dodano vrednost; najprej destinaciji, nato pa tudi regiji (Julijske Alpe) in širšemu prostoru (Slovenija in čezmejnost).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Objekt in lokacijo »Sotočje« vzpostaviti kot inovativnega, a avtentičnega zelenega voditelja – tako glede tehnologij, krožnih modelov kot tudi glede vpetosti v lokalno okolje. ▶ Oblikovati in udejanjiti programski koncept, ki bo celotni destinaciji in širši regiji Julijske Alpe zagotovil dodano vrednost – postati regionalni center za razvoj trajnostnega in outdoor turizma.
3.	<p>STRATEŠKI PROJEKT OBČINE Sotočje predstavlja eno največjih razvojnih priložnosti za občino Tolmin (opredeljen v strategiji turizma Tolmina oziroma Doline Soče).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Premišljena valorizacija tega izjemnega prostora – ki je preveč dragocen za enostavne nastanitvene oblike (kamp) ali brezplačna festivalska kampiranja.
4.	<p>TRENTNI TRENDI PONUDBE IN POVPRŠEVANJA GREDO V NASPROTNO SMER OD VIZIJE IN CILJEV DESTINACIJE V Dolini Soče (in zelo močno izraženo v Tolminu) se povečuje poletna konica ter ob tem zmanjšujejo »kompleksnejše« nastanitve na račun visoke rasti preprostih kapacitet (kampi in apartmaji) – kar je popolnoma nasprotna smeri od vizije in potrebe po izboljšanju kakovosti, trajnosti in krepitvi dodane vrednosti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Potreba po celostnem, celoletnem konceptu in ekonomsko vzdržnem modelu, ki bo temeljil na visoki kakovosti in dodani vrednosti (več generatorjev prihodkov – ne zgolj nastanitve). ▶ Razširiti spekter tolminske turistične ponudbe. ▶ Razviti primer dobre prakse, ki bo prispeval k dvigu ugleda destinacije in k dvigu standardov poslovanja v dejavnosti.

5.	<p>NI PONUDBE, KI BI BILA GENERATOR RAZVOJA IN OBISKA TEKOM CELEGA LETA Preobremenjenost obiska v visoki sezoni in manko ponudbe v ostalih mesecih, ko ponudniki, ki obratujejo, nimajo komplementarnih partnerjev.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Prekiniti »začaran krog«. Številne namestitve, gostinski obrati, športne agencije in tudi drugi storitveni servisi (pr. taxi službe,...) pozimi ne obratujejo. Sezonski kadri zapustijo dolino. Vse to še posebej ovira poslovanje in ekonomičnost ponudnikov, ki jim turizem predstavlja osnovno in celoletno dejavnost). ▶ Delovati kot povezovalni člen v destinaciji.
6.	<p>PREOBREMENJENA LOKACIJA SOTOČJA Mikro lokacija in celotno območje je zdaj v poletnih mesecih v času festivalov močno obremenjeno in onemogoča kakovostno doživljanje tega izjemnega prostora.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Zasnova koncepta objekta, ki bo celosten in zaobjel ter imel pozitiven in povezovalen vpliv na celotno širše območje Sotočja.
7.	<p>POMANJKLJIVA IN NEUREJENA INFRASTRUKTURA NA ŠIRŠEM OBMOČJU SOTOČJA Neurejena in pomanjkljiva podporna javna turistična infrastruktura na območju (poti, dostopi, toalete, parkirišča) ne pritiče temu prostoru.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Re-invecija festivalskega poslovnega modela v smeri manjših butičnih prireditev in družbenega dogajanja po meri posameznih ciljnih skupin – in domačinov (!); večje dogodke pa v celoti umeščati izven poletja.
8.	<p>OBSTOJEČ MODEL FESTIVALSKEGA DOGAJANJA NI VZDRŽEN Brez sprememb modela festivalskega dogajanja bo prišlo do škode na naravnem okolju in imidžu destinacije (izguba kakovostnih gostov).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Postaviti jasne kriterije za zero-waste dogodke na območju in oblikovati priporočila/kriterije za koncept dogodkov, ki sodijo na to lokacijo.
9.	<p>COVID JE POKAZAL, DA OBSTAJA TUDI DRUGA POT KONCEPTA SOTOČJA/FESTIVALOV Izpad festivalskega dogajanja se ni poznal na zasedenosti Tolmina, nov koncept dogajanja na Sotočju (manjše prireditve in prostor za druženje) pa je bil izredno pozitivno sprejet med domačini in obiskovalci.</p>	

10. 4. MOŽNE VARIANTE PROGRAMSKEGA KONCEPTA

4.1 Vsebinska izhodišča za oblikovanje programskega in trženjskega koncepta

4.1.1 Primeri dobre prakse

Že v analitičnem delu smo pri analizi neposredne in posredne konkurence glede na okvirno nakazan koncept načrtovanega objekta ugotovili, da povsem primerljivega koncepta, centra ali objekta v Sloveniji, Dolini Soče kot tudi širše v alpskem prostoru ni – da pa je možno ocenjevati konkurenco po posameznih segmentih. Enako velja za primere dobrih praks.

Tako smo v nadaljevanju pregledali izstopajoče prakse, ki bi nam lahko služile kot primeri dobre (učne) prakse, po naslednjih področjih/segmentih ponudbe:

Področje-segment	Primer dobre prakse
Izobraževalni centri (na področju outdoor športov)	Glenmore Lodge - Scotland's National Outdoor Training Centre
Interpretacijski centri	Najbolj izstopajoč in relevante v tujini: <i>National Park Worlds Hohe Tauern Mittersill</i> Pregled novejših interpretacijskih centrov v Sloveniji
Prireditveni prostor	Vista Park Velenje, Slovenija
Outdoor hoteli	Pregled več outdoor hotelov oziroma hotelov, umeščenih v atraktivno naravno okolje, v alpskem in širšem evropskem prostoru.
Športni center	Adventure park, Snowdonia, Wales, Velika Britanija

UVODOMA POJASNILO OSNOVNIH POJMOV:

VISITOR CENTER – INTERPRETACIJSKI CENTER

Visitor center (uporabljajo se Tabern tudi besedne zveze *interpretation centre*, *interpretive centre*, ali *visitor interpretive centre*) je mogoče v slovenščini prevesti kot INFORMACIJSKO IZOBRAŽEVALNO SREDIŠČE³, INFO CENTER ali INTERPRETACIJSKI CENTER, včasih se uporablja tudi poimenovanje CENTER OHRANJANJA NARAVE.

Po pregledu vseh opcij in praks ocenjujemo, da termin INTERPRETACIJSKI CENTER najboljše komunicira koncept, saj gre v primerih tovrstnih centrov za interpretacijo naravnih vrednot in/ali kulturne dediščine nekega prostora. Interpretacijski centri so ponavadi locirani na območju naravnih, historičnih ali kulturnih točk oziroma območij, zelo pogosto pa se povezujejo prav z naravnimi vrednotami in območji s posebno bio-diverzitetno vrednostjo. Ne gre le za klasično

³ To poimenovanje npr. uporablja Triglavski narodni park za INFORMACIJSKO IZOBRAŽEVALNO SREDIŠČE TRIGLAVSKEGA NARODNEGA PARKA DOM TRENTA. V Bohinju uporabljajo naziv Informacijski center Bohinjka, na Bledu pa Info center Triglavska roža Bled.

informacijsko funkcijo. Ti centri pogosto opravljajo tudi vlogo vstopnih informacijskih centrov, ki podajajo informacije in usmerjajo obisk, ob tem pa tudi vlogo izobraževanja, ozaveščanja in pospeševanja odgovornega (responsible in *conscious*) obiska. Gre za neke vrste novodobni muzej, ki vključuje bogate, sodobne in tehnološko napredne rešitve interpretacije in ureditve razstavnih prostorov in rešitev za predstavitev naravne/kulturne dediščine.

IZOBRAŽEVALNI CENTER

V ospredju je namen in poslanstvo izobraževanja za določene program – pri tem ne gre za ozaveščanje, temveč dejanske programe izobraževanja in usposabljanja.

KOMPETENČNI CENTER

Kompetenčni centri so partnerstva med podjetji in drugimi organizacijami v okviru posamezne gospodarske panoge. Glavni namen povezovanja je zviševanje usposobljenosti kadrov, pridobivanje novih kompetenc za večjo konkurenčnost tako zaposlenih kot podjetij in panoge na trgu ter sodelovanje podjetij v okviru panoge. V okviru kompetenčnih centrov so izdelani kompetenčni modeli, ki vključujejo več kompetenčnih profilov za izbrana delovna mesta, ključna za posamezni kompetenčni center. Med cilji so tudi krepitev povezovanja, mreženja podjetij ter prenos dobrih praks na področju razvoja kadrov ter krepitev konkurenčnosti in inovativnosti.

4.1.1.1 Glenmore Lodge - Scotland's National Outdoor Training Centre

ZAKAJ SMO IZBRALI TA PRIMER?

Ker je odličen primer izobraževalne inštitucije, ki se je specializirala kot izobraževalni center odličnosti na področju širokega spektra outdoor športov – za vse ključne programe zagotavljajo licence za različne stopnje zahtevnosti, pomemben del njihovih aktivnosti pa so individualni programi za zainteresirane posameznike, na področju aktivnega raziskovanja narave in izboljševanje znanja in pripravljenosti za posamezno športno aktivnost, ne vodijo pa do certificiranja. Delujejo tudi kot konferenčni cente, programe izvajajo po vsem svetu ter so sedež za več organizacij/združenju v outdoor segmentu; med drugim tudi vodijo škotski center za napovedovanje nevarnosti plazov. So tudi strateški partner in svetovalec vladnim institucijam. Kot priznana institucija tesno sodelujejo z vrsto odličnih razvijalcev in proizvajalcev opreme, na seznamu njihovih partnerjev je vrsta priznanih svetovnih blagovnih znamk.

Letno gre skozi njihove programe okvirno 10.000 udeležencev, pri njih lahko v času izvajanja programov prespi 80 udeležencev, imajo 40 do 50 redno zaposlenih, 100 zunanjih pogodbenih sodelavcev, redno vsaj 10 praktikantov, okvirno do 2 mio GBP prometa, od tega okvirno 10 % v obliki sponzorskih prispevkov in 50 % v obliki vladne podpore (preko vladne škotske športne agencije Sportscotland – ki je njihov lastnik in upravitelj). Nezanemarljiva je informacij, da njihovi začetki segajo v leti 1948.

Glenmore Lodge (<https://www.glenmorelodge.org.uk/>) je škotska izobraževalna institucija za varno gibanje in življenje v prvinskem naravnem okolju, ki ga je potrebno razumeti in spoštovati. Ustanovljena je bila leta 1948 z namenom mladim posameznikom pomagati odkriti njihove lastne fizične, psihične in duhovne potenciale. Ustanovitelj Glenmore Lodge-a je Sportscotland, vladna agencija za šport.

V prvih desetletjih so se ukvarjali z organiziranjem aktivnih počitnic in usposabljanjem mladih, ko pa se je ta koncept skozi razvoj podobnih institucij v deželi razširil, so se **osredotočili na izobraževanje in usposabljanje mentorjev, vodnikov, trenerjev in inštruktorjev**. Center je imel v zgodovini pomemben vpliv na razvoj škotskega smučanja, zimskega plezanja, kajaka in kanuja; danes tem dejavnostim dodajajo nove moderne outdoor aktivnosti. **Njihov trenutni program obsega:**

- ▶ Poletno gorništvostvo in skalno plezanje,
- ▶ usposabljanja in ture v Alpah, priprave za visoka gorstva sveta,
- ▶ zimsko gorništvostvo in plezanje,
- ▶ gorsko kolesarjenje,
- ▶ turno smučanje,
- ▶ kajak, kanu in sup,
- ▶ v manjši meri pa še tek v naravi, biatlon, orientacijo, specifične programe za mlajše od 18 let, specifične programe za ženske,

Za vse ključne programe zagotavljajo licence za različne stopnje zahtevnosti. Poleg izobraževanj in usposabljanj zainteresiranim posameznikom ponujajo tudi povsem individualno oblikovane programe aktivnega raziskovanja narave. Glenmore Lodge je tudi konferenčni center, ki ponuja namestitve do 80 oseb in seminarske prostore z vsemi potrebnimi storitvami za skupine od 4 do 70 oseb. Glenmore Lodge danes velja za referenco in center odličnosti na področju outdoor športov. So tudi strateški partner in svetovalec vladnim institucijam. Kot priznana institucija tesno sodelujejo z vrsto odličnih razvijalcev in proizvajalcev opreme, na seznamu njihovih partnerjev je vrsta priznanih svetovnih blagovnih znamk.

POVZETEK – KAJ SE LAHKO OD PRIMERA NAUČIMO

Kaj je zanimivo, prenosljivo, pozitivno	Kaj je drugače, neprimerljivo, tveganja
<ul style="list-style-type: none">> Center je lociran v nacionalnem parku Cairngorms. V parku živi 18.000 prebivalcev (podobno kot v Dolini Soče), 80 % prihodkov prinaša turizem. Glenmore Lodge je torej tudi zelo dober primer uspešnega sožitja naravovarstva in odgovornega načina izvajanja aktivnosti v naravi.> Kombinacija kompetenčnih in komercialnih vsebin: poleg izobraževanj in usposabljanj center ljubiteljem aktivnosti v naravi omogoča tudi običajne penzijske storitve; gostje pa si lahko – če želijo – tudi izposodijo opremo, najamejo vodnika, rezervirajo individualni tečaj ... Ko nimajo v celoti zasedenih nastanitvenih zmogljivosti, jih ponudijo na trgu.> Center ima dolgoletno tradicijo (od leta 1948) in močno podporno okolje; kultura outdoora je na Škotskem vključena že v osnovnošolskih programih izobraževanja – kompetenčni center v Posočju bi v povezovanju z lokalnimi šolami lahko prispeval k ozaveščanju in odgovornemu načinu izvajanja aktivnosti v naravi.> Sodelovanje s proizvajalci opreme in lastniki renomiranih blagovnih znamk na področju športov v naravi.	<ul style="list-style-type: none">> Center je finančno podprt s strani nacionalne institucije in ustanovitelja Sportscotland (glavni vir prihodkov te agencije je državna loterija); sistemske finančne podpore v Tolminu vsaj na začetku ne moremo pričakovati.> Free acces code: zakonska ureditev (2005), ki dopušča prosto gibanje, pohodništvo, jahanje, veslanje, plezanje, smučanje, kolesarjenje...v naravnem okolju, tudi v parkih in na zasebnih zemljiščih, v kolikor spoštujemo pravila odgovornega obnašanja – aktualna razmišljanja in ukrepi v Sloveniji gredo žal v povsem nasprotno smer.

4.1.1.2 Interpretacijski center: National Park Worlds Hohe Tauern Mittersill

ZAKAJ SMO IZBRALI TA PRIMER?

Visitor center Mittersill predstavlja izjemno okolje avstrijskega gorstva Visoke Ture na zelo atraktiven, inovativen ter programsko bogat način. Temeljno atrakcijo dopolnjuje podporni ponudba konferenčnih prostorov, restavracija in trgovina s spominki. Gre za res zelo relevanten primer dobre prakse, ki dokazuje, da izjemnemu naravnemu prostoru pritiče tudi vrhunski visitor (interpretacijski) center, ki lahko postane zelo dobro ali celo najbolj obiskana atrakcija območja.

National Park Worlds (<http://www.nationalpark.at/en/nationalparkzentrum/>) je ena izmed najmodernejših predstavitev nacionalnih oparkov v EU in predstavlja izjemno okolje avstrijskega gorstva Visoke Ture v 10 tematskih sobah na 1.800 m² razstavnih površin (<https://www.sciencevision.at/en/productions/national-park-worlds-mittersill/>; <https://www.youtube.com/watch?v=MDdOPtbMHTE>).

Center je ena izmed najbolj obiskanih atrakcij v regiji.

Arhitekta so izbrali na vseevropskem razpisu – zmagala sta domačina, Thomas Forsthuber in Christoph Scheithauer iz Salzburga, ki sta v središče postavila človeka. V arhitekturne elemente sta vključila izkušnje iz pokrajine, stavbne tradicije, kulture in zgodovine in predstavila dinamični model družbe in prostora. Vtis obiskovalcev je okrepljen skozi posebej premišljene poglede in s spiralnim usmerjanjem skozi razstavo.

S pomočjo sodobnih tehnoloških rešitev center ponuja drugačen in neobičajen vpogled v življenje, prostor in čas območja nacionalnega parka. Skozi oči orla si lahko ogledamo izjemne panorame dolin in vrhov Visokih Tur; na 50 m dolgem platnu lahko občudujemo 3600 pogledov iz najrazličnejših perspektiv – tako z vrhov kot iz globin ledeniške razpoke; v 15 minutah se pred nami odvije 250 milijonov let ustvarjanja Alp, časovni stroj, ki nam pokaže rast in krčenje ledenika Paterze skozi stoletja je samo nekaj primerov, ki navdušujejo obiskovalce. Razstava prikazuje standardne vsebine parka: oblikovanje površja, živalski in rastlinski svet, vode in gozdove, kulturno krajino in človeka v tem izjemnem okolju, vendar na svež in navdušujoče drugačen način.

Poleg razstavnih površin center ponuja še:

- ▶ Tri sobe za konference in seminarje, ki lahko sprejmejo do 250 ljudi,
- ▶ restavracijo s poudarkom na lokalni kulinariki in posebnimi ponodbami za skupine in
- ▶ trgovino, kjer poleg običajne literature in zemljevidov ponujajo lokalne proizvode, minerale in spominke.

POVZETEK – KAJ SE LAHKO OD PRIMERA NAUČIMO

Kaj je zanimivo, prenosljivo, pozitivno	Kaj je drugače, neprimerljivo, tveganja
<ul style="list-style-type: none">> Atraktiven in poveden način interpretacije naravnih pojavov z uporabo sodobne tehnologije.> Tesna povezanost s turizmom in lokalno skupnostjo – Mittersill Worlds je ena izmed osrednjih turističnih atrakcij celotne regije.	Ustanoviteljice nacionalnega parka Hohe Tauern in naknadno interpretacijskega centra so tri dežele – Koroška, Salzburška in Tirolska.

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">> Osredotočenost na vsebinah iz lokalnega okolja, integracija življenja ljudi in oblikovanja kulturne krajine kot sestavnega dela iste narave.> Ambiciozna postavitvev, ki prepriča, angažiranje najboljših oblikovalcev in projektantov; interpretacijski center mora biti resen, zadosti velik in dobro pripravljen projekt, sicer ne bo služil namenu.> Otroci lahko raziskujejo in plezajo po eksponatih, so povabljeni k aktivnemu raziskovanju. | |
|---|--|

4.1.1.3 Nekaj primerov slovenskih interpretacijskih centrov

V Sloveniji se je v zadnjih nekaj letih vzpostavilo kar nekaj novih interpretacijskih centrov – ta razvoj je bil ne toliko usmerjen kot prepoznan njegov pomen skozi identifikacijo potrebe po razvoju tovrstnih atrakcij v obstoječi, trenutno še aktualni Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021, ki je opredelila, da **Slovenija za izboljšanje konkurenčnosti na destinacijski ravni potrebuje 10 do 15 sodobnih interpretacijskih centrov** (po različnih temah). Med kazalniki uspešnosti je bi opredeljen kazalnik števila novih interpretacijskih centrov in muzejev.

Na področju interpretacijskih centrov je Evalvacija Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 (MGRT, 2021) ugotovila, da je bilo vzpostavljenih nekaj novih interpretacijskih centrov (kot del muzeja, TIC-a ali središča za obiskovalce zavarovanih območij, kot so (npr. Topilnica Idrija/ Geopark Idrija, Doživljajsko središče Vrhnika – Moja Ljubljana, Center TNP Bohinjka, Bobrov center Obsotelje, prenova Cukrarne v Ljubljani za namene galerije, Regijski promocijski center – Vrata v Pomurje, digitalizacija posameznih elementov kulturne dediščine iz naslova sofinanciranja produktov vodilnim destinacijam, ipd...), financiranje pa je bilo naključno – iz različnih EU /RS in NFM/EEA projektov, saj z izjemo zadnjih sredstev za digitalizacijo kulturne dediščine v sklopu sredstev za vodilne destinacije ni vzpostavljenih kombiniranih virov spodbujanja medresorskih projektov in sofinanciranja ustvarjanja novih turističnih privlačnosti Slovenije (MGRT, MK, MOP, MKGP). Nadalje, Evalvacija je izpostavila primanjkljaj visoko privlačnih razstav in muzejskih postavitvev, ki bi načrtno pritegnile mednarodno javnost. Hkrati je Evalvacija podala priporočila (ki jih bo upoštevala nova strategija slovenskega turizma, ki bo po naročilu MGRT zaključena pomladi 2022, da je potrebno:

- ▶ Sistemsko načrtovati in finančno podpreti mrežo obstoječih in novih sodobno zasnovanih interpretacijskih središč kot del spodbud povezovanja turizma in kulturne oziroma naravne dediščine (ta središča so lahko samostojni centri za obiskovalce ali pa sestavni deli muzejev, TIC-ov ali drugih obstoječih institucij);
- ▶ Spodbujati interdisciplinarno sodelovanje med turističnimi deležniki, lokalnimi skupnostmi, vodilnimi destinacijami, muzeji in upravljavci kulturne, naravne in ustvarjalne dediščine pri snovanju, realizaciji novih in posodabljanju obstoječih muzejskih in galerijskih projektov, razstav ipd., ki bodo sodobni, privlačni in digitalno podprti;
- ▶ Vzpostaviti medresorsko sodelovanje med MGRT, MK, MOP in MKGP za spodbujanje in financiranje mreže interpretacijskih središč, muzejskih, razstaviščnih drugih projektov kot dodatnih in vrhunskih turističnih privlačnosti.

Izbrali smo dva primera, ki jih na kratko predstavljamo v nadaljevanju. »Naravovarstveni center Sotla« oziroma Bobrov center (Nimno, Rogaška Slatina) predstavljamo zaradi dejstva, da gre za

nov objekt, ki se arhitekturno lepo umešča na območje razvijajočega se Vonarskega jezera, drugi primer – Vrata Krasa (ob izhodu iz avtoceste pri Divači), ki je šele v nastajanju, pa zaradi dejstva, da želijo s centrom vzpostaviti prepoznavno vstopno točko in neke vrste logistični center za obiskovalce širšega območja Krasa z namenom povečanja prepoznavnosti Krasa in lokalnih proizvodov. Podoben koncept vstopne točke in interpretacijski centre pripravlja tudi Mestna občina Ljubljana, na vstopu v Krajinski park Ljubljansko barje.

BOBROV CENTER, NIMNO, ROGAŠKA SLATINA, OBSOTELJE

Ideja o projektu izhaja iz leta 2016, kot del projekta Vonarskega jezera (s katerim si partnerji že več kot 15 let prizadevajo za ponovno oživitev Vonarskega jezera, s kolesarsko povezavo med Rogaško Slatino in Podčetrtkom), a hkrati deluje neodvisno. Cilj je zaščita in obnova biotske raznovrstnosti ter spodbujanje ekosistemskih storitev – vsebine pa predstavljajo danosti območja Natura 2000 Sotla s pritoki. Projekt je bil zasnovan kot »Naravovarstveni center Sotla«, ki je nato s fazo obratovanja prevzel naziv »Bobrov center«. Namenjen je predvsem izvedbi naravovarstvenih vsebin vrtcev in šol, ter naravovarstvenih organizacijam, društvom in vsem ostalim obiskovalcem – služi kot prijetna in zanimiva atrakcija in zelo dobrodošla nova turistična točka obiska za celotno Obsotelje.

Pri projektu so sodelovali občina Rogaška Slatina, občina Grosuplje, ter Zavod RS za varstvo narave, na hrvaški strani pa Občina Vrbovsko, Nacionalni park Risnjak, Zavod za varstvo narave Krapinsko-zagorske županije in zavod Hyla. Leta 2018 je bila sklenjena pogodba o sofinanciranju: Evropski sklad za regionalni razvoj je za projekt namenil 2.170.822 €, od tega je bilo za aktivnosti Občine Rogaška Slatina na voljo 616.037 EUR sredstev sofinanciranja. Vrednost Bobrovega centra, skupaj z vsemi načrti, pripadajočimi vsebinami in opremo, je 1.293.000 EUR.

Gradnja objekta se je začela decembra 2019, otvoritev je bila septembra 2020. V objektu (tlorisnih dimenzij 29 x 9 m, ki ima 393 m² neto površine) se nahaja info točka s kavarno, delovna soba, dva večja prostora, ki sta namenjena interpretaciji narave, opazovalnica in pokriti terasi. Pred stavbo se nahaja 20 parkirnih mest. Načrt interpretacije je nastajal ob vsebinskem sodelovanju Zavoda RS za varstvo narave. Poudarek je na prikazu soodvisnosti naravnega okolja in človeka, ki s svojimi posegi pomembno vpliva na življenje v reki in ob njej.

Objekt je arhitekturno dodelan in je že bil prepoznan na selekcioniranem mednarodnem Salonu arhitekture Novi Sad, kjer so prejeli priznanje za arhitekturo.

VRATA KRASA, DIVAČA

Februarja 2021 so predstavili koncept načrtovanega novega sodobnega interpretacijskega centra geološke dediščine matičnega Krasa, ki bo vključeval tudi info točko s trgovino, restavracijo in parkirišče. Projekt bo prispeval tudi k večji prepoznavnosti Krasa, trajnostni mobilnosti in povezovanju različnih turističnih destinacij na Krasu, kot so Škocjanske jame, Briška jama, soteska Glinščice, Kraški rob in druge znamenitosti.

Gre za t.i. novo logistično informacijsko središče Vrata Krasa, ki nastaja v sklopu projekta GeoKarst in nastajajočega čezmejnega Geoparka, ki je sofinanciran v okviru Programa sodelovanja Interreg V-A Italija-Slovenija 2014-2020 (projekt izvaja Javni zavod Park Škocjanske

jame iz Slovenije v sodelovanju z deželama Furlanijo - Julijsko krajino in Venetom ter Občino Sežana).

Vrata Krasa bodo postavljena na strateški točki, ob izhodu z avtoceste pri Divači. Poslovno cono Risnik, pri avtocestnem izvozu Divača so izbrali, ker tu potekajo glavni turistični tokovi v regiji: Ljubljana – Obala, Triglavski narodni park – Trst in Piran, Italija – Ljubljana, Obala, tu potekajo tudi manjši razpršeni tokovi v Istri proti Postojni, Reki, Opatiji, povezani s Krasom in Brkini.

Objekt bodo predvidoma zgradili v eni fazi, vsebino bodo nadgrajevali postopoma. Na okoli 5.000 kvadratnih metrih veliki parceli bo objekt zasedal slabih 800 kvadratnih metrov neto tlorisne površine, na parkirišču pa bo prostora za okoli 80 vozil. Do marca 2021 naj bi bila nared projektna dokumentacija, ob koncu 2021 pričakujejo izdajo gradbenega dovoljenja, zgrajen pa bi naj bil do poletja 2023.

Po predstavitvi idejnega predloga je sicer projekt v strokovni javnosti naletel na nekaj negativnih odzivov, češ da ne lokacija ne arhitekturna rešitev nista primerni – kritika je vezana na to, da zasnova Vrat Krasa ne odraža niti značilnosti niti duha kraške arhitekture in krajine, niti teme vrat, vsaj v prenesenem pomenu ne. Arhitekt Janeza Koželja utemeljuje, da zasnova stavbe povzema že znane zamisli zelene strehe, ki se dviguje in spušča v obliki klančine. »Gre za sicer všečno, vendar zgolj modno zamisel«. Nadalje poudarja, da mora arhitektura Vrat Krasa ponuditi obiskovalcu podoživetje kraškega sveta - posredujejo ga pa lahko le značilna oblika umestitve, logika gradnje, kompozicija prostorskih oblik, govorica arhitekturnih in krajinskih elementov.

4.1.1.4 Prireditveni prostor: Park z razgledom Vista, Velenjsko jezero

ZAKAJ SMO IZBRALI TA PRIMER?

Gre za pomembno nadgradnjo in zaokrožitev celostne rekreacijsko-zabaviščne ponudbe Velenjske plaže (prej degradiranega prostora), s čemer je nastal atraktiven in sodoben prireditveno-kulturno-zabaviščni center, s kapaciteto za prireditve do 30.000 ljudi. Vidimo ga kot primer dobre prakse predvsem z vidika celostne ureditve in zaokrožene ponudbe, ki predstavlja osrednjo točko srečevanja, rekreacije in druženja za domačine kot tudi pomembno dopolnitev turistične ponudbe in sodobnega prireditvenega prostora – nikakor pa ne kot primer dobre prakse ali kot relevanten primer z vidika obsega prireditev, ki jih ponuja.

V letu 2021 je turistično ponudbo Velenjskega jezera obogatila nova ponudba: Vista – Park z razgledom (www.visitsaleska.si/sl/vista/). Izgradnjo tega prireditveno-kulturno-zabaviščnega centra vidijo v Mestni občini Velenje kot ključni korak v okviru razvoja celotnega objezerskega področja – Velenjska plaža velja za enega ključnih turističnih ponudb v destinaciji, ki ima okvirno 100.000 obiskovalcev letno. Hkrati so se v Sloveniji dobro pozicionirali skozi velike festivalske prireditve – med najbolj znanimi je Festival Pike nogavičke, ki ga izvajajo že več kot 20 let in velja za največjo otroško prireditev v Sloveniji (že v letu 2010 je festival zabeležil več kot 80.000 obiskovalcev ter 150 različnih dogodkov skozi celoten teden).

Prireditveni prostor je lociran na degradiranem urbanem območju, ki je nastal kot posledica rudarske aktivnosti. Gre za ti. območje TRC Jezero (zelenico med Velenjsko plažo, Belo dvorano, Restavracijo Jezero in vrtičkarskim naseljem Kunta Kinte ob Velenjskem jezeru). Z načrti so začeli že leta 2009 – projekt revitalizacije prostora ob Velenjskem jezeru je v okviru zbiranja idejnih rešitev za pokriti oder leta 2009 zasnoval arhitekt Rok Poles. Osnovno idejo pokritega odra je

nadgradil s klančino pristopa na njegovo streho, ki bo ponujala zanimiv razgled na okolico, obenem pa vzpostavljala atrakcijo in uporabno rekreativno turistično točko tudi v času, ko prireditveni

Z izgradnjo sodobnega prireditvenega prostora in odra so trajnostno sanirali degradirano območje v izmeri več kot 46 tisoč m², s povrnitvijo družbene, okoljske in ekonomske vrednosti. Park z razgledom Vista so oblikovali kot zaokroženo atraktivno območje, ki bo omogočalo kakovostno preživljanje prostega časa (rolanje, kolesarjenje, druženje na zelenicah ipd.), organizacijo različnih prireditev, družabnih dogodkov, sejmov, izobraževanj ter kulturnih in festivalskih srečanj.

Mestna občina Velenje je januarja 2019 prejela sklep Ministrstva za okolje in prostor o sofinanciranju projekta CTN Prireditveni oder in prostor v višini 6.001.238 evrov. Vrednost celotnega projekta je bila 9.049.133,08 EUR. Projekt so sofinancirali: 3.047.895,08 EUR Mestna občina Velenje, 4.800.990,40 EUR EU in 1.200.247,60 evrov iz državnega proračuna

Za izvedbo gradbenih, obrtnih in inštalacijskih del je bilo v mesecu maju 2019 na javnem razpisu izbrano podjetje VG5, d. o. o., decembra 2020 bi naj bil projekt končan, otvoritev je bila pred poletjem 2021.

Kaj so pridobili:

- ▶ Revitalizirano degradirano območje površine 46.090 m².
- ▶ Atraktiven prireditveni prostor s kapaciteto 30.000 ljudi.
- ▶ Servisni objekt, z javnimi sanitarijami, pisarno TIC, delavnico, garažo za vozila za vzdrževanje prireditvenega prostora, prostorom za agregat in skladiščnimi prostori, bruto površine 586,23 m².
- ▶ Prireditveni oder površine 2.375 m², ki je oblikovan kot večnamenski objekt.
- ▶ Atraktivno razgledno ploščad (15 m visoka), ki širi poglede daleč čez Velenjsko jezero.
- ▶ Podporno okolje za razvoj in izvajanje novih produktov s področja družabnega dogajanja in rast turističnega sektorja.
- ▶ Park vključuje tudi urejene sprehajalne poti z otok zelenic, kjer poganja več kot 11.000 na novo posajenih okrasnih drevnin in grmovnic.
- ▶ Kolesarji, rolkarji in rolarji imajo na voljo posebno ploščad.
- ▶ Otrokom je na voljo simpatično igrišče ter 5 metrov veliki skulpturi anankusa in mastodonta (ki spominjata, da so na področju Šaleške doline pred 3,6–2,5 milijona leti živeli trobčarji – navezava na Muzej Velenje).
- ▶ Na vodi je nov pomol, ki sega kar 50 metrov daleč.
- ▶ Park je nadgradnja oziroma dopolnitev že vzpostavljene Velenjske plaže, kjer so na voljo lokali, brezplačna uporaba ležalnikov in urejenih lesenih površin ter najrazličnejše priložnosti za vodne športe in drugo rekreacijo, animacije in prireditve. Del ponudbe je Zoo station, samosvoje velenjsko »ministrstvo za plažno kulturo«, kjer si lahko izposodite SUP ali SURF. Na voljo so tudi igrišča za tenis, odbojko na mivki, nogomet, košarko, igrišče za mini golf in vadbišče za golf, na vodni površini so urejeni goli za vaterpolo.

Območje so razdeli na tri pasove, ki bodo omogočali, da se s premično ograjo zamejijo (glede na predvideno število ljudi na dogodkih). Drobnejša členitev območja se je izvedla s tlakovanimi potmi. Na izbranih mestih je 20 točk z možnostjo priklopa elektrike, vode in kanalizacije, prav tako so s tlakovci oblikovana tudi območja okoli teh točk. Možna bo postavitve točilnih mest, paviljonov, prodajnih kioskov ipd. Polja so delno obdelana z utrjenim peščenim nasutjem, delno kot zelenice, robovi območja bodo ozelenjeni z drevjem. Območje so dopolnili z urbano opremo (klopi, koši, razsvetljava). Prireditveni prostor se s potjo navezuje na predvideno območje parkirišč zahodno

od Bele dvorane in na obstoječo prometno mrežo. Vsi elementi ureditve odra in obvodnega prostora so dostopni invalidom in mamicam z vozički.

Krovni upravljavec celotnega prostora je Zavod za turizem Šaleške doline, ob strokovni, tehnični in logistični podpori javnih zavodov Festival Velenje (program), Mladinski center Velenje (tehnika) in Rdeča dvorana športno rekreacijski zavod Velenje (logistika).

POVZETEK – KAJ SE LAHKO OD PRIMERA NAUČIMO

Kaj je zanimivo, prenosljivo, pozitivno	Kaj je drugače, kaj ni uporabno, tveganja
<ul style="list-style-type: none">> Celostni pristop k ureditvi prej degradiranega prostora (zelenice, dostop do plaže, pomol, različne oblike rekreacije, sprehajalne poti, združitve zabaviščno-rekreativnih površin in vsebin ...) – prostorska in konceptualna nadgradnja že vzpostavljene in dobro delujoče Velenjske plaže.> Prostor srečevanja za domačine in hkrati delovanje kot osrednja turistična rekreacijska točka destinacije.> Infrastrukturalna ureditev celotnega centra je zasnovana na način, da omogoča izvedbo ne zgolj na osrednjem prireditvenem odru, temveč tudi na več »otokih«, kjer je možna začasna postavitve paviljonov, točilnih mestih, prodajnih kioskov.> Celostna ureditev območja z enotno urbano opremo in ozelenitev.> Zanimiv partnerski model upravljanja – delitev funkcij med destinacijski zavodom in obstoječimi logističnimi ter prireditvenimi podjetji/zavodi.	<ul style="list-style-type: none">> Gre za prej degradirano območje in ne območje z visoko kakovostjo prostora, kot je to v primeru Sotočja.> Koncept velikih prireditev – tudi do 30.000 obiskovalcev.> Ranljivost velikih prireditvenih prostorov in konceptov v »novi normalnosti«.> Glede na to, da je Velenje mestna destinacija (zaradi odsotnosti historične vrednosti mestnega središča ni klasična izbira za tujega obiskovalca) je koncept prireditev nova priložnost, saj se lahko manj zanašajo na naravne ali kulturne danosti.

4.1.1.5 Športni center – outdoor park: Adventure park, Snowdonia, Wales, VB

ZAKAJ SMO IZBRALI TA PRIMER?

Gre za ambiciozen in bogat koncept športnega parka z zelo raznolikim naborom outdoor športov v obliki atraktivnega zunanega in pokritega tematskega parka, ob tem pa center nudi širok nabor možnosti aktivnega preživljanja prostega časa v naravi, v nacionalnem parku Snowdonia (enem od treh v Walesu). V drugi fazi so začetno glamping ponudbo dopolnili s hotelom. Primer ni direktno relevanten za načrtovani objekt »Sotočje«, saj gre za močno umetno outdoor atrakcijo (kljub poziciji na obrobju nacionalnega parka), je pa dober primer, kako so sicer zasebni projekt, ki je bil s strani valižanske vlade s ciljem oživitve degradiranega industrijskega območja opredeljen kot strateška lokacija/projekt, od vsega začetka peljali na odprt način, z vključevanjem lokalne skupnosti. med ključnimi rezultati projekta omenjajo močen pozitiven vpliv na širšo lokalno ekonomijo.

Adventure park Snowdonia, odprt leta 2015, je ambiciozni zasebni (investitor, razvojniki in operater – družinsko podjetje) projekt v ureditvi športnega tematskega parka na severu Walesa, v lepem naravnem okolju doline Conwy in vasi Dolgarrog (zgolj 600 prebivalcev), na obrobju

nacionalnega parka Snowdonia. Umeščen je na območje, kjer sicer tradicionalno prevladujejo obmorska letovišča (Llandudno, Rhyl, Colwyn Bay, Prestatyn – tradicionalno obiskana poleti, predvsem s strani družin), park je odmaknjen okvirno 9 km v notranjost. Destinacija je imela izzive pritegniti zahtevnejše obiskovalce v mesecih izven poletja. Ponašajo se z največjo umetno laguno za surfanje na svetu, 300 m dolžine, ob tem pa kompleks odlikuje privlačna podporna ponudba za rekreacijo na zunanjih kot tudi notranjih površinah (plezalne stene, plavanje, rokanje, pump track, skate park ...). Del ponudbe je restavracija in nastanitveni del (ki se je najprej začel s ponudbo glampinga (36 enot, do 120 ležišč), ki ga je kasneje dopolnil hotel Hilton Garden Inn Snowdonia s 106 sobami – prvi v Walesu). Celoten zaokrožen park je s svojim branom pripomogel k pozicioniranju destinacije kot celote.

Izhodiščna investicija (prva faza) je bila £ 18 milijonov, od katerih je zasebni investitor prejel £ 3 milijone (oziroma 17 %) iz javnih sredstev – od tega je £ 1,5 milijonov zagotovila nacionalna turistična organizacija, preostalih 1,5 milijonov pa so prejeli iz naslova dekontaminacije prej onesnaženega industrijskega območja. To industrijsko območje je bilo s strani valižanske vlade opredeljeno kot strateška lokacija, ki jo želijo razvijati na način, da bo katalizator za inovacije in da bo projekt prinesel širše učinke za celotno območje in lokalno skupnost. Zato so tudi celoten proces peljali zelo participativno in vključujoče.

Drugo fazo so nato najavili leta 2018, v obsegu dodatnih £ 13 milijonov – za nadaljnjo diverzifikacijo ponudbe in trgov – ta faza je bila v celoti zasebna investicija. Ta investicija je pokrila gradnjo notranjega centra za raznolike družinske aktivnosti ter gradnjo hotela s 106 sobami in spa centrom in konferenčnimi kapacitetami. Podjetje Surf Snowdonia je del skupine Ainscough Group, vendar s svojim vodstvom in direktorjem.

Celoten park vsebinsko lepo dopolnjuje outdoor ponudbo območja parka Snowdonia, ki ima dolgoletno tradicijo nagovarjanja outdoor navdušencev, na območju pa je tudi več nacionalnih centrov za outdoor aktivnosti, kot so Plas y Brenin za pohodništvo, Plas Menai za jadranje in Pwllheli Olympic Sailing Centre, ter nekaj lokalnih izobraževalnih centrov za outdoor aktivnosti.

POVZETEK – KAJ SE LAHKO OD PRIMERA NAUČIMO

Kaj je zanimivo, prenosljivo, pozitivno	Kaj je drugače, kaj ni uporabno, tveganja
<ul style="list-style-type: none"> > Usklajen interes in cilji med zasebnim investitorjem in javnim sektorjem (sredstva v obsegu slabe petine prve faze projekta s strani nacionalne turistične organizacije in za oživitev degradiranega območja). > Močni vpliv na lokalno ekonomijo – zaposlovanje iz lokalne skupnosti, kratke nabavne verige in pospeševanje novih turističnih zgodb. > Prej tradicionalno poletno letoviško območje je postalo atraktivno tekom celega leta- nagovarjanje novih in zahtevnejših ciljnih segmentov. > V drugi fazi projekta okrepitev nastanitvene ponudbe s <i>full-service</i> hotelom (prej zgolj glamping), ki je ključna za večjo konkurenčnost in celoletnost. > Dopolnitev outdoor ponudbe s spa centrom in konferenčnimi zmogljivostmi. > Močna outdoor destinacija, ki je z umetnimi atrakcijami za različne športe in aktivnosti okrepila svojo pozicijo, vrednost in celoletnost. 	<ul style="list-style-type: none"> > Gre za prej degradirano območje in ne območje z visoko kakovostjo prostora, kot je to v primeru Sotočja. > Velikost koncepta (tako glede nastanitvenih zmogljivosti) kot tudi zunanjih in notranjih outdoor objektov. > Tovrstni koncepti so odvisni od zasebnega interesa in investicije – ni ga mogoče

<ul style="list-style-type: none">> Močen in zainteresiran strateški investitor.> Navezava na več nacionalnih in lokalnih izobraževalnih centrov za outdoor športe.	vzpostaviti zgolj z javnim denarjem.
--	--------------------------------------

4.1.1.6 Analiza nekaj primerov outdoor hotelov – umeščenih v alpske outdoor destinacije

Ob pregledu nekaj primerov dobrih praks na posameznih segmentih načrtovane ponudbe (interpretacijski center, športni center, izobraževalni center, prireditveni prostor) smo naredili tudi pregled izstopajočih hotelov v outdoor segmentu v alpskem in kot tudi širšem evropskem prostoru. Namen je bil iz analize več primerov je mogoče izluščiti nekaj ugotovitev.

Ključne (in za načrtovani objekt najbolj relevantne) ugotovitve:

1. **KONCEPT DESTINACIJ: V veliki večini gre za hotele, ki so umeščeni na atraktivne naravne lokacije** (kamor poleg aktivnosti prideš tudi na sprostitev, uživanje v naravi, v lepih razgledih, miru ...), **večinoma v prepoznavnih in močnih destinacijah**. Če v ozadju ni močne destinacije, ki sama po sebi ustvarja prepoznavnost in motiv za prihod, je še toliko bolj pomembno, da delamo na ustvarjanju lastnih paketov/programov in ciljnemu trženju – ob tem pa na zelo osebnem pristopu in servisiranju potreb in pričakovanj posameznih outdoor segmentov. **Veliko boljše osnovo za trženje tekom celotnega leta imajo hoteli, ki so v zimsko-poletnih destinacijah – ki imajo torej tudi zimsko (SKI) ponudbo**. Gre za tradicionalne smučarske destinacije, ki so se v zadnjih letih razvile tudi v poletne, v več primerih pa je poletni outdoor trg postal celo močnejši kot zimski.
2. **OB OSNOVNI SPECIALIZACIJI TUDI BOGATA DODATNA PONUDBA:** Večina analiziranih ponudnikov ima poleg osnovnih zahtev za specializacijo (kolesarnica, prostor za pranje koles in opreme ...) **zelo močno dodatno ponudbo – wellness/spa, kulinarčno ponudbo in druga športno ponudbo (razna športna igrišča in infrastruktura, za različen ciljne segmente)**. Le-ta je v veliki meri odvisna od ciljnega segmenta – ko nagovarjajo družine, je pogosta praksa nudenje razgibanih športnih programov za otroke in družine (pump-track, plezalen stene, zip line, bowling ...) – tako v pokritih halah kot na zunanjih površinah.
3. **JASNI CILJNI SEGMENTI: Zelo pomembno je poznavanje in razumevanje OUTDOOR segmenta in znotraj tega posameznih produktivnih segmentov** (npr. kolesarjenje, pohodništvo, vodni športi ...) – pozor; še pomembnejše pa je razumevanje posameznih podsegmentov. Sploh v kolesarjenju gre za izredno profiliran trg – vsaka skupina (treking, cestno, družinsko, enduro ...) ima svoje specifične, terene, različne tipe koles, potrebe in pričakovanja. Z izjemno rastjo električnih koles se trg še dodatno odpira in prinaša priložnosti tudi za starejše, bolj rekreativne segmente. enako je tudi pri vodnih športih.
4. **GRADNJA POZICIJE:** Diferenciacija, krepitev pozicije na outdoor trgu in izstopanje od povprečja se v veliki meri **gradi na kakovostni podporni storitvi za ciljne segmente:** kakovostne kolesarske in pohodniške opcije, organiziranje tur po meri (vodniki, prevozi, kulinarika ...). **Zagotavljanje vsega, kar se pričakuje za kolesarje in pohodnike in druge outdoor segmente glede na trženjske standarde specializacije** (za ta dva segmenta, saj za druge segmente v Sloveniji nimamo specializacije), **je zgolj nujna osnova – prostor za gradnjo pozicije pa se začne šele od tam**. Kaj več in drugače nudimo, kako uspešni smo

pri ciljnem nagovarjanju teh segmentov. Kakšne programe nudimo. Kako uspešni smo v ciljnem trženju na kompleksnem outdoor trgu.

5. ARHITEKTURA: Vse pomembnejši faktor pri gradnji pozicije igrajo tudi dobre arhitekturne rešitve (**trajnostna arhitektura**), z uporabo sodobnih tehnoloških rešitev za trajnostno delovanje in manjšo energijsko-vodno porabo in prefinjenim občutkom za prostor (sense of place) ter uporabo naravnih avtentičnih materialov. Izredno pomembno je zagotavljanje ustrezne osvetljenosti, izkoriščanja sonca (oziroma senčenja) in kar najbolj neposreden stik med notranjimi in zunanji površinami ter postavitve stavb na način, da zagotavlja kar se da lepe poglede.
6. POIMENOVANJE: Specializirani nastanitveni ponudniki v Sloveniji večinoma nimajo vključenega funkcionalnega poimenovanja iz segmenta HIKE-BIKE-SPORT-OUTDOOR v samo ime hotela – razen npr. Hike & Bike Chalet (Bohinj) in Sport Hotel (Otočec). Svojo outdoor specializacijo nakazujejo skozi znak specializacije in komunikacijo. Pri tujih primerih je bolj praksa, da npr. BIKE HOTEL vključijo v uradno poimenovanja objekta, veliko pa se da narediti nato v okviru SEO (kjer opredelimo ključne besede), pa tudi v samem opisu nastanitve v iskalniku (npr. Bike Hotel, Hike Hotel, Ski Hotel, Outdoor Hotel. **Pomembno je, da skozi ime (in oziroma vsaj funkcionalni podpis hotela čim bolj jasno komuniciramo tip ponudbe).**
7. NASTANITVENA PONUDBA: **Priložnost predstavljajo različni tipi sob, s katerimi pridobimo večjo fleksibilnost in imamo možnost različnega cenovnega pozicioniranja** – različni tipi sob, ki nagovarjajo jasne segmente (družine – mlajši ali starejši otroki, pari, skupine prijateljev na outdoor aktivnostih – ki jih je pomembna predvsem lokacija hotela in vsa infrastruktura, manj pa udobje in velikost hotelske sobe) in ki nudijo različne standarde sob (standard, superior, en-suite, apartma ...).

4.1.2 Potrebe naročnika in ideje iz razprave

4.1.2.1 Potrebe naročnika

Naročnik občina Tolmin je prepoznal vrednost območja Sotočja kot vrhunsko lokacijo, ki ima v lokalnem in širšem prostoru izjemni naravni in simbolni pomen. Pomen Sotočje se v času povečuje, nezadovoljstvo lokalne skupnosti z neuspešnimi in avanturističnimi poskusi oživljanja nekdanjega hotela Paradiso pa narašča. Odločitev občine, da objekt odkupi in prevzame odgovornost za nadaljnji razvoj je bila zato sprejeta z veliko mero naklonjenosti, pa tudi z velikimi pričakovanji.

V nadaljevanju so povzeta izhodišča naročnika in ideje, ki so bile podane v okviru razprave iv okviru Delovne skupine.

TRIJE KLJUČNI AKSIOMI

Župan občine je imenoval delovno ekipo, ki naj bi oblikovala smernice za nadaljnji razvoj območja in ta **skupina je izoblikovala tri aksiome, ki se jih je pri programski konceptualizaciji treba držati:**

1. Zagotoviti je potrebno **celoletni program**;
2. Sotočje mora ostati odprt prostor srečevanja domačinov;
3. **Program mora biti ambiciozen, zagotavljati mora dodano vrednost**; najprej destinaciji, pa tudi širši regiji (julijske alpe, čezmejnost).

Prioriteta obravnave je sicer osredotočena na kupljeni objekt, ki je v lasti občine, vendar je **potrebno zastaviti tudi koncept za celotno območje**. Občina ima skozi svoje pristojnosti realne možnosti vpliva na nadaljnji razvoj in lahko zagotovi, da se bo celotno območje razvijalo v skladu z dogovorjenimi prioritetami.

Delovna skupina je v krogu svojih razprav obravnavala tudi programske ideje in se **uskladila okrog naslednjih vsebin, ki jih razume kot možne, pomembne in potrebne tako za lokacijo kot za destinacijo:**

MOŽNE / PRIČAKOVANE VSEBINE OBJEKTA

Delovna skupina je v krogu svojih razprav obravnavala tudi programske ideje in se **uskladila okrog naslednjih vsebin, ki jih razume kot možne, pomembne in potrebne tako za lokacijo kot za destinacijo:**

HOTEL

Mnenja o hotelu so bila dokaj različna: od vrhunskega hotela z bazenom in wellness storitvami pa do povprečnim obiskovalcem dostopnejših variant.

Prevladalo je stališče, da mora vsebina in ponudba osrednje hiše podpirati in krepiti outdoor karakter destinacije in da bi bil primeren model lahko kompetenčni center – konferenčni hotel, ki bi razvijal usposabljanja, izobraževanja in raziskave na področju športov v naravi in na področju razvoja zelenega turizma; da cilj ne bi bil samo eden izmed novih ponudnikov, ampak tudi nova znanja, ki bi prispevala k rasti kakovosti storitev v vsej dolini in širši regiji.

GOSTINSKE VSEBINE:

- ▶ Prijeten, tematsko koncipiran bar, ki bi služil dnevnim obiskovalcem, stičišče outdoor dejavnosti;
- ▶ Kakovostna restavracija, primerna tudi za zahtevnejše goste in poslovne obiskovalce.

PRIREDTVENO PRIZORIŠČE:

Celoletno prizorišče z vso potrebno infrastrukturo za organizacijo dogodkov:

- ▶ na eni strani zagotovitev ustrežnejšega režima izvajanja festivalov in prilagoditev dimenzij nosilnim kapacitetam okolja;
- ▶ na drugi strani pa odpiranje možnosti za druge dogodke, občasne koncerte, športna tekmovanja (npr. plezanje), tudi za sejemska in druga poslovna srečanja;

VISITORS CENTER:

Visitor center je bil v razpravah dodan kot možna atrakcija, ki bi na privlačen in inovativen način predstavljala Sočo, našo izjemno naravno dediščino in dolino kot celoto kot del UNESCO MAB območja; visitor center naj bi pomagal pozicionirati Sotočje kot »vrata v Dolino Soče«.

UREJANJE ŠIRŠEGA OBMOČJA SOTOČJA:

INFRASTRUKTURA NA ŠIRŠEM OBMOČJU SOTOČJA

Ureditvev in nadgradnja obstoječe infrastrukture in posameznih točk – pohodniške, kolesarske, vodne in tematske poti na območju, sama točka Sotočja, počivališča, razgledišča ipd. je skupna želja in zahteva;

KAMP

Kamp je sicer opredeljen že v prostorskih planih, delovna skupina pa meni, da bi na takem izjemnem območju, kot je Sotočje, moral zagotavljati nadstandardno ponudbo in biti uglašen s konceptom celotnega območja.

4.1.2.2 Ideje iz razprave

Skozi delovno skupino, razgovore v lokalni skupnosti in intervjuje se je nabrala tudi množica idej, ki jih je primerno ovrednotiti, preveriti, če se vklaplajo v skupni koncept in smiselno upoštevati.

Predlogi, ki se nanašajo na OBJEKT:

- ▶ **Hotel:** zelo različne predstave; od hostla naprej, nastanitvene kapacitete do dimenzije dveh avtobusov, več je želja po hotelu višje kategorije in z vključenim bazenom in wellness ponudbo (tudi za domačine); referenčni objekt za celo Posočje;
- ▶ **Usmeritev hotela,** različne ideje: center zdravja in dobrega počutja, prireditveni center, outdoor hotel, konferenčni center za podporo in dopolnitev drugih MICE ponudnikov v Tolminu (hotel Dvorec, agencija Maya), kompetenčni, tudi raziskovalni center za spremljanje in razvoj aktivnosti v naravi in zelenega turizma (zelena shema).
- ▶ **Gostinska ponudba:** od domače gostilne do vrhunske a la carte restavracije.

- ▶ Dodatne **želje organizatorjev festivalov**: razpoložljivi prostori za *production office* in *backstage* za nastopajoče (lahko večji prostor, ki ga sami modularno predelijo za različne namene: catering, day room za bande, produkcija...; minimalno 300 m²).
- ▶ Izstopajoči problem v trenutni situaciji: **sanitarije za potrebe servisiranja večjih dogodkov** (stranišča, tuši) – možno bi ga bilo reševati v okviru objekta ali kot morda samostojni sanitarni blok v okviru prireditvenega prizorišča.
- ▶ Ponudniki na območju bi v objektu želeli videti tudi **infrastrukturo za deževne dni** (bazen, plezalne stene, bowling); tovrstna infrastruktura pomembna tudi za domačine.

Predlogi, ki se nanašajo na UREJANJE PRIREDITVENEGA PROSTORA:

- ▶ Ureditev **fiksne servisne infrastrukture**: električni razvodi, ograje, kanalizacija, voda, prireditveni oder (preveri pri Danijelu).
- ▶ Prioritetno – postavitve/**ureditev sanitarij**.
- ▶ Primerna **organizacija dostopnih transportnih poti** mimo/okoli prireditvenega dogajanja, s hrbtne strani.
- ▶ Nujna **streha**, idealna rešitev bi bila streha, ki bi jo raztegnili po potrebi.
- ▶ Organizacija prostora mora zagotavljati **možnosti za dogodke različnih vrst** – od glasbenih koncertov, kulturnih dogodkov, kina na prostem... do športnih in poslovnih dogodkov.
- ▶ Jasno opredeliti **območja začasnega kampiranja** (v vmesnem obdobju do načrtovanega kampa).

Predlogi, ki se nanašajo na VISITORS CENTER:

- ▶ S pomočjo sodobne tehnologije urediti **ново atrakcijo** v dolini Soče, ki krepila koncept Sotočja in gradila vlogo »**vrata v Dolino Soče**«.
- ▶ Tematska usmeritev na Sočo in posoški dela **UNESCO MAB** območja.
- ▶ Vključitev **info točke**.
- ▶ Tematska usmeritev hotela in visitors centra morata biti **kompatibilni**.

Predlogi, ki se nanašajo na UREJANJE ŠIRŠEGA OBMOČJA (od Sotočja na obeh straneh Tolminke do Volarskega mostu):

- > Širše območje Sotočja mora ostati **prostor za druženje prebivalcev**, mestni park in sprostitveno rekreacijska cona, kamor so povabljeni in kjer so dobrodošli tudi vsi obiskovalci; sama točka Sotočja mora ostati odprta za domačine in obiskovalce skozi vse leto.
- > »**Sfrizirati**« je potrebno že obstoječe sprehajalne, pohodniške, kolesarske, tekaške poti in zagotoviti **stalno tekoče vzdrževanje**; vzpostaviti točko stičišča/izhodišča tematskih poti.
- > Zgraditi je treba **kolesarsko pot** proti Gabrjem, ki ni vključena v trenutni projekt obvoznice.
- > **Kopališča ob Soči** je treba razumeti in urejati kot mestno plažo; primerneje urediti vstopno točko za supe in čolne.
- > Na primerni lokaciji v gozdu zgraditi **vrt/paviljon** za manjše dogodke in koncerte.
- > Posodobiti je treba nekatere obstoječe točke (učni gozdček) in **premišljeno dodajati dodatno drobno infrastrukturo**: počivališča, razgledišča, info točke.
- > **Kamp**, ki je predviden na območju, mora biti kamp višjega kvalitetnega in cenovnega razreda.
- > Razmišljati je potrebno o **manjših infrastrukturnih objektih**, ki bi bogatili življenje tako domačinov, kot obiskovalcev: otroška igrišča (interaktivna), plezalne stene, pump track, skate park, mini golf.
- > Zagotoviti je potrebno tudi **zimske programe** – predlagano je drsališče in tekaška steza.

- > Vzpostaviti **vodno taksi povezavo** do Mosta na Soči in Postaje.
- > Vztrajati pri **kolesarsko pohodniškem mostu** čez Sočo pri tolminskem pokopališču na volčansko stran.
- > Poiskati je potrebno primerne rešitve za **režim prometa in parkiranja**.

Seznam iniciativ je neurejena zbirka idej, nekatere si celo nasprotujejo. Vsi akterji pa se povsem strinjajo v oceni visoke vrednosti območja Sotočja.

Organizatorji festivalov so v svojih razmišljanjih seveda osredotočeni na urejanje in servisiranje sezonske festivalske zgodbe, medtem ko lahko pri prebivalcih, ponudnikih in lokalnih organizacijah izluščimo veliko željo po celoviti urejenosti območja, celoletnih programih in večnamenskosti infrastrukture. Urediti je potrebno tudi primerno upravljanje in nadzor.

Turizem ni dejavnost, kjer bi razvoj moral slepo slediti prevladujočemu povpraševanju na trgu, ampak moramo z razvojem nasloviti in morda tudi razviti tiste segmente povpraševanja, ki jih destinacija najbolj potrebuje.

Potrebe in prioritete prebivalcev in lokalnih ponudnikov so pomembnejše od povpraševanja trga in če bo lokalnim potrebam zadoščeno, bo višja tudi kakovost storitev in posledično zadovoljstvo obiskovalcev.

4.1.3 Zainteresirana poslovna javnost (strokovne in partnerske institucije)

V smislu podpore koncipiranja kompetenčnega centra smo preverili morebitni interes nekaterih strokovnih inštitucij, ki bi na daljši rok lahko prispevale k razvoju atraktivnega in predvsem koristnega programa.

4.1.3.1 Olimpijski komite Slovenije

Povzetek razgovora s podpredsednikom mag. Janezom Sodržnikom in generalnim sekretarjem Blažem Perkom 03.07.2021:

Na obisku Olimpijskega komiteja Slovenije (OKS) sta župan občine Tolmin Uroš Brežan in predsednik delovne skupine Matej Skočir. Cilj obiska je bil predstaviti predlagano idejo vzpostavitve outdoor kompetenčnega centra na prostoru ob Sotočju, ki bi jo želeli razvijati v smeri regijske, nacionalne in evropske zgodbe, ter preveriti prihodnje ambicije OKS in možnosti sodelovanja na tem področju.

Predlagana ideja outdoor kompetenčnega centra je pri predstavnikih OKS naletela na pozitiven odziv. Ker pa ima OKS javno pooblastilo za izvajanje obstoječih, že certificiranih športnih programov, kjer je sistem že dodobra vzpostavljen in organiziran (panožne zveze, center za priznanja in certificiranje...), so v tem delu možnosti za sodelovanje manjše.

Odprti pa so za nove pobude, osnovane s strani lokalnih nosilcev in podprte s strani lokalnega okolja (na področjih, ki jih OKS ne pokriva in so še v nastajanju:

- ▶ Rafting, kajakaštvo (kombinacija športa in turizma);
- ▶ Rekreativne outdoor aktivnosti, ki jih v veliki meri v povezavi z razvojem Sotočja naslavljajo predlogi delovne skupine;
- ▶ OKS je pri tem pripravljen pomagati pri vzpostavljanju povezav s panožnimi zvezami (kajakaši, planinska zveza, padalska zveza – padalci...) ter drugimi akterji;
- ▶ Udeleženci srečanja so se strinjali, da je najprej potrebno poiskati lokalne(-ga) nosilce(-a) s konkretno in dolgoročno sprejemljivo razvojno zgodbo. V tem trenutku nosilca(-ev) še ni.

4.1.3.2 Primorska Univerza – Turistica, fakulteta za turistične študije

Povzetek razgovora z dekanjo dr. Marijano Sikošek in dr. Mihom Lesjakom, prodekanom za mednarodno in poslovno sodelovanje 18.11.2021:

Turistica je najpomembnejša slovenska fakulteta za turistične študije. Kot pravi dekanja, želijo oblikovati turizem po meri človeka, lokalne skupnosti in sveta.

Med vsemi turističnimi in s turizmom povezanimi področji seveda pokrivajo tudi outdoor; na vseh stopnjah študijskega programa pa tudi skozi projekte. Za GIZ Slovenia Outdoor so pripravili Operativni načrta razvoja produkta outdoor turizma Slovenije, kjer so identificirali podobne probleme kot so tisti, s katerimi se soočamo v Dolini Soče: pomanjkanje znanja in izobraževanja, večja dodana vrednost, kvaliteta storitev. Tudi problematika doline jim je blizu, saj so njihovi študentje npr. napisali že vrsto diplomskih nalog na temo posoškega turizma, tudi tolminskih festivalov. Terensko del in spoznavanje dobrih praks je sestavni del študijskega procesa.

Strinjajo se, da je Dolina Soče specifično okolje in da outdoor postaja trend, ki potrebuje podporo. Povezovanje z realnim sektorjem jim je pomembno, ker ocenjujejo, da za razvoj študentov fakulteta ne zadostuje ampak je potrebno tudi sodelovanje z gospodarstvom. Kar ne nazadnje odpira tudi možnosti za zaposlitve.

Z bodočim kompetenčnim centrom so se pripravljene povezovati in sodelovati. Ponudijo lahko terenske vaje, prakso, znanje, ki ga imajo kot fakulteta, strokovnjake in predavatelje za posamezne strokovne tematike; možnosti sodelovanja bi lahko bile tudi pri projektih, ki pa jih je potrebno vnaprej jasno dogovoriti.

Kot javni zavod bi najraje/najlažje povezovali z občino, oz. preko občine z ostalimi deležniki.

4.1.3.3 Univerza v Novi Gorici - Fakulteta za znanosti o okolju

Povzetek razgovora z dr. Matjažem Valantom, dekanom fakultete, dne 18.11.2021:

Univerza v Novi Gorici je neprofitni zasebni zavod, kar pomeni, da morajo sredstva za večji del svojega programa pridobiti na trgu. So edina slovenska univerza, ki ponuja celovit študij s področja okolja; Fakulteta za znanosti o okolju je bila tudi prva fakulteta (1995) v sklopu novogoriške univerze. Fakulteta spodbuja menjavo študentov s tujimi univerzami, v sodelovanju s podjetji in institucijami izvajajo projekte, ki rešujejo konkretne podjetniške in okoljske probleme.

Pri svojem raziskovalnem delu se ukvarjajo tudi s raziskovanjem alternativnih in trajnostnih energetskih virov. Ocenjujejo, da bi gorivo prihodnosti bil lahko vodik (Nemčija npr. ga je v svoji energetski strategiji bodočnosti postavila na prvo mesto): sodelujejo pri odprtju prva vodikove polnilnice v Posočju v Anhovem 24.11.2021 in razvijajo projekte energetske samooskrbe in krožnega gospodarjenja na osnovi vodika in hibridnih rešitev. Vključeni so v projekt Hydrogen Valley, ki ima za cilj vzpostaviti brezemisijski koridor mobilnosti skozi čezmejno območje Hrvaške Istre, Slovenije, in Furlanije Julijske krajine. Konkreten primer zanimiv za Tolminsko bi lahko bil npr. javni prevoz obiskovalcev v Tolminska korita z vozili na vodikov pogon, vodik pa bi pridobivali s pomočjo sončne elektrarne, ki bi jo lahko postavili na območju izhodiščnega parkirišča...

Projekt kompetenčnega centra v Tolminu ocenjujejo kot zanimivo idejo in so pripravljene sodelovati na več področjih:

- ▶ pri sami pripravi projekta lahko sodelujejo pri izdelavi študije vplivov na okolje ali/in pri izdelavi ocen energetske učinkovitosti in ogljične nevtralnosti projekta;
- ▶ veliko možnosti sodelovanja z bodočim kompetenčnim centrom vidijo pri najrazličnejših projektnih vsebinah vezanih na okolje in turizem: študije vplivov na okolje, ocene obremenitev in določanje nosilnih kapacitet, čiščenje voda, opredeljevanje življenjskega cikla raznih proizvodov in storitev, računanje ogljičnega odtisa in predlaganje rešitev za doseganje ogljične nevtralnosti, razvijanje projektov krožne ekonomije ipd.; vse navedeno je možno izvajati, za posamezni produkt, za posameznega ponudnika ali pa za celo dolino;
- ▶ kot pomembno kategorijo v povezavi turizmom vidijo tudi trajnostno mobilnost in uvajanje alternativnih, hibridnih ali ogljično nevtralnih načinov prevoza

4.1.3.4 Univerza v Ljubljani - Fakulteta za šport

Povzetek razgovora z dr. Blažem Jerebom in dr. Tadejem Debevcem, 23.11.2021

Fakulteta za šport je naša najpomembnejša izobraževalna in raziskovalna institucija na področju športa. Outdoor dejavnosti na fakulteti nimajo svoje lastne študijske usmeritve, so pa sestavni del drugih programov. Na organizacijski ravni obstaja Katedra za planinstvo, smučanje in športno rekreacijo. Sogovornika sta bila izredna profesorja te katedre dr. Blaž Jereb in dr. Tadej Debevec.

Osnovni program fakultete je usmerjen v vzgojo učiteljev telesne vzgoje. Fakulteta ima že vrsto let v Tolminu (v centru CŠOD) tedenske (?) tabore, kjer študente seznanjajo z outdoor športi, osnovni namen pa je priprava na šole v naravi. Meni, da bi bil predstavljen program na Sotočju zagotovo primeren tudi za njihove študente. Potrebujemo primerno infrastrukturo npr. plezalno steno, možnost sušenja in shranjevanja opreme, kakšen skupen prostor...; zelo pomembna pa jim je tudi cena, saj morajo zagotavljati študentskemu žepu premierne variante.

Oba sogovornika se strinjata, da je načrtovani projekt primeren in potreben in da možnosti sodelovanja obstajajo. Dr. Jereb sicer ocenjuje, da fakulteta v zadnjih dveh letih outdoor športom ni posvečala dovolj pozornosti in da se predvsem osredotoča na tradicionalne vsebine, na klasične in dvoranske športe. Del težave je tudi na študentski strani, saj za program Športne turisticke, ki so ga želeli uveljaviti, ni bilo dovolj zanimanja.

Dr. Debevec vidi sliko bolj optimistično, meni, da bi vodstvo fakultete podprlo dobre ideje in da fakulteta tovrstna sodelovanja potrebuje tudi zaradi krepitev svojega imena in ugleda v splošni in strokovni javnosti. Na fakulteti imajo trenutno tri predmete, ki bi jih lahko povezovali z delom bodočega kompetenčnega centra: planinstvo, aktivnosti v naravi in turno smučanje. Potrebno je najti ideje, ki bi obema stranema prinašale dodano vrednost.

Projektna dejavnost fakultete je prioritarno usmerjena v znanstveno raziskovalni del. Sogovornika verjameta, da so na nivoju EU (Erazmus) in nacionalnih razpisov realne možnosti za sodelovanje. Dober primer je npr. novogradnja planinske kočice na Koročici, kjer je fakulteta s študenti in mentorji sodelovala pri sestavljanju vsebinske zasnove in programa. Za sodelovanje v razpisih so zainteresirani kot partnerji, ne želijo pa prevzemati administrativnega vodenja, ker za tak namen nimajo dovolj potrebnih kadrov.

Možnost sodelovanja in konkretnega prispevka k programu kompetenčnega centra na Sotočju so tudi vsakoletne magistrske naloge študentov.

Sogovornika ocenjujeta, da je ena izmed ključnih stičnih točk fakultete in nastajajočega kompetenčnega centra na Sotočju strokovnost in da je interes, da se nivo znanja in posledično kvaliteta izvajanja storitev nesporno obojestranski.

4.1.3.5 Posoški razvojni center

Povzetek razgovora z direktorjem Simonom Škvorom, 10.11.2021:

Predstavljena ideja kompetenčnega centra na Sotočju ima smisel in perspektivo, dolina tako obliko delovanja potrebuje. V Sloveniji uspešni primeri kompetenčnih centrov obstajajo (npr:....), vendar ne v turizmu. Kompetenčni center je lahko zgodba, ki presega lokalne in tudi nacionalne dimenzije, lahko ponuja storitve domačim in tujim interesentom, postane lahko točka medevropske izmenjave izkušenj.

PRC si npr. trenutno prizadeva, da bi si izbral status kontaktne točke oziroma sekretariata v okviru EU programa Alpine Space. Pomembno se jim zdi, da ima kompetenčni center jasno opredeljen fokus.

Kot PRC vidijo potrebe po širših programskih vsebinah od trenutnega okvira debate (*outdoor in zeleni turizem – op. JH*), poleg turizma tudi podjetništvo in podeželje, od elementarnih programov, kot so jezikovni tečaji ali finančne vsebine, pa do individualnih programov, narejenih po meri, kar se mu zdi bistvo kompetenčnega centra. Zelo pomembna tema se mu zdi digitalizacija. Meni, da mora kompetenčni center pokrivati panogo, osredotočanje na posamezne segmente prinaša premajhno dodano vrednost. Možno nevarnost vidi v selitvi konferenc, izobraževanj, predstavitev, komuniciranja na splet – del udejanjenih izkušnje covid obdobja, ki bo zagotovo ostal, tudi zaradi prihrankov, in vplival na standarde izvajanja EU projektov. Manj bo konferenc, ki so bila v predcovid času priložnost tudi za osebna srečanja.

PRC ima zelo jasen interes razviti svoj kompetenčni center. Njihov oddelek namenjen izobraževanju, sicer lahko trenutno razumemo kot ljudsko univerzo, vendar se razvija, raste pa tudi povpraševanje po programih, od najbolj elementarnih do sofisticiranih:

- ▶ Njihovo razumevanje kompetenčnega centra je širše; želeli bi zagotoviti širok servis za male ponudnike, skozi podajanje znanja pa tudi krepiti lastno pozicijo. Sposobni so zagotavljati celoletni program;
- ▶ Trenutno povpraševanje po izobraževalnih programih presega njihove prostorske zmožnosti, program bi želeli razširiti iz standardnih tečajev tudi na ponudbo za podjetniške ekipe; ocenjuje, da bi bila tovrstna ponudba – če možnosti za izvajanje takih programov zagotovi Dvorec in če se uredi Sotočje – lahko obetajoča tržna niša tudi za Tolmin;
- ▶ Trenutno je v Tolminu težko dobiti primerne prostore za konferenčno dejavnost, ocenjujejo, da je prednost in velika dodana vrednost tolminski ponudbi tudi okolje, kjer lahko izvedejo del programa (*primer odlične in pohvaljene izkušnje: konferenca v penzionu Kobala – debata na Sotočje – zaključek na poti prek Kolovrata v Kobarid*);
- ▶ Izvajajo odlične projekte (*npr. dva njihova Interreg projekta Walks of Peace in Crossmoby sta se uvrstila na prvo in drugo mesto v dveh zaporednih letih 2020 in 2021 (?) v EU*) in imajo reference; uspešen oddelek za okolje želijo krepiti in zgraditi tako prepoznavnost, da jih bodo naročniki, ki bodo reševali probleme okoljskih in prostorskih vsebin, sami poiskali
- ▶ Kot javni zavod z več ustanoviteljicami in raznolikimi interesi so v svojih odločitvah in razvojnih načrtih sicer velikokrat omejeni, postopki usklajevanja pa so zahtevni in zapleteni

Lahko bi bili partner v zgodbi Sotočja. Kompetenčnega centra se bodo lotili v vsakem primeru, ne zdi pa se jim najbolj smiselno, da bi Tolmin imel dva, so za sinergijo. Ocenjujejo tudi, da se program kompetenčnega centra samo tržno/brez projektov ali dodatnih programov ne bi mogel

finančno pokrivati, da pa imajo sami projektov in povpraševanja dovolj, da pokrijejo celoletno poslovanje.

4.1.3.6 Skupnost Julijske Alpe

Skupnost Julijske Alpe (razgovor z direktorjem Klemnom Langusom 12.11.2021).

Zelo podpira projekt, kombinacija kompetenčni center – visitors center – »oštarija« se mu zdi primeren model. Lepo primerljivo zgodbo vidi Berchtesgadnu (Haus der Berge). Zgodba, ki jo je v interpretacijskem centru potrebno celovito izpostaviti je po njegovem gotovo zgodba Soče, ki nas v dolini spremlja na vsakem koraku. Vsak del alpskega območja (Dom Trenta, planinski muzej v Mojstrani...) lahko razvija svoje vsebine, ki jih na koncu sestavljamo v skupno zgodbo Biosfernega območja Julijskih Alp.

Kot enega ključnih izzivov skupnosti Julijskih Alp vidi upravljanje. Meni, da obstoječa oblika sodelovanja na daljši rok ni vzdržna. Z upoštevanjem obstoječih akterjev: 10 občin, 5 destinacijskih organizacij, 2 razvojni agenciji... bi morali priti do ustrežnejše upravljavske strukture območja. Turizem je le eden izmed stebrov in upravljanje prostora je potrebno zastaviti širše. Ena izmed idej je, da se upravljavska struktura ne centralizira ampak tematsko razdeli po posameznih območjih – v tem primeru bi tudi center Sotočje lahko eno izmed močnih skupnih nalog.

Glede na razvitost posoške outdoor ponudbe bi kompetenčni center na Sotočju lahko brez predsodkov razumeli kot Outdoor center celotnega Biosfernega območja Julijskih Alp, ki bi bil središče znanja, izobraževanja, usposabljanj na področju outdoor vsebin za celotno regijo. Ena izmed nalog, ki bi jih center lahko prevzel, bi lahko bil nadzor skupnih produktov Julijskih Alp, certificiranje izvajalcev in ponudnikov teh produktov in podeljevanje potrdila »approved by Julian Alps«.

Vsebinsko kompetenčnega centra bi morali razvijati naprej v upravljanje in aktivno reševanje pogojev za izvajanje outdoor dejavnosti na celotnem območju: zakonodaja, lastništvo, razvijanje pogojev za trajnostni razvoj. Tako kot pri predstavitvenih visitors centrih bi si tudi na področju kompetenc znotraj območja JA morali razdeliti vsebine; npr. Sotočje Outdoor, Bohinj promet v Alpskem prostoru, Kranjska Gora zimske vsebine.... Posamezno območje bi se osredotočalo na vsebine, kjer je močnejše in jih razvijalo v imenu in v dobrobit celotne regije. Skupni rezultat bi bil pomemben korak k boljšemu upravljanju celotnega območja. Skupnost JA si predstavlja kot EU z močnimi nacionalnimi državami v sestavi, ki so se odločile, da bodo nekaj naredile skupaj in si razdelile delo.

Na področju zelenega turizma bi bilo nujno povezati certificirane sheme zelenega turizma in zagotoviti koordinatorskega, ki bi se s temi shemami aktivno ukvarjal in jih povezoval v regijskem duhu. Veliko, večina aktualnih problemov (npr. avtodomarski turizem) zadeva celoten prostor in jih ne moremo reševati individualno.

4.1.3.7 Outdoor produkt in športni turizem (krovna raven slovenskega turizma)

Ker je med nakazanimi možnimi koncepti objekta tudi oblikovanje ponudbe za outdoor trg in trg športnega turizma, v nadaljevanju povzemamo aktivnosti na tem področju na krovni ravni Slovenije (STO in MGRT).

Uvodoma je potrebno kratko pojasnilo teh dveh zelo različnih segmentov:

- ▶ **OUTDOOR** je beseda, ki se mednarodno uporablja za **širok nabor aktivnosti oziroma rekreacije, ki se izvaja v naravi**. To so v prvi vrsti pohodništvo, kolesarjenje, ribolov, smučanje oziroma cel nabor zimskih aktivnosti na snegu, aktivnosti na vodi, zračni športi, kot je jadralno padalstvo, pa tudi golf in druge bolj nišne aktivnosti v naravi.
- ▶ Pod **ŠPORTNI TURIZEM** spadajo naslednji segmenti: 1-Mednarodni in drugi športni dogodki; 2-Priprave športnikov in rehabilitacija športnikov, 3-Športna infrastruktura za izvajanje različnih športov, Slovenija pa v to področje vključuje tudi pozicioniranje Slovenije kot države vrhunskih športnikov.

Če bi poenostavili, bi lahko zapisali, da OUTDOOR nagovarja rekreativni, počitniški (*leisure*) segment, športni turizem pa poslovno-profesionalni (ki pa v primeru športnih dogodkov kot gledalce pritegne tudi močen trg domačih in tujih obiskovalcev).

OUTDOOR je v obstoječi krovni strategiji slovenskega turizma (za obdobje 2017-2021) opredeljen med tremi ključnimi produkti (glede na njegov obseg, potencial za ustvarjanje prihodkov, pa tudi glede na potencial produkta za nadaljnjo rast) – poleg turizma zdravja in dobrega počutja ter poslovnega MICE produkta. Pričakuje se, da bo produkt v novi strategiji umeščen še na višjo pozicijo, saj so spremenjeni trendi povpraševanja, vezani na pandemijo, še okrepili zanimanje za aktivnosti v naravi.

Slovenska turistična organizacija bo ta produkt (skupaj s krepitvijo pozicije Slovenije na trgu športnega turizma) umestila kot krovno promocijsko temo za leti 2022 in 2023, glede na ugotovitve Evalvacije pretekle strategije (MGRT, 2021) pa bo za krepitev konkurenčnosti tega produkta potrebno nasloviti številne izzive (vzpostaviti sistemski pristop/model za usklajevanje urejanja lastninsko-pravnih razmerij, nosilnih zmogljivosti in vzdrževanj z outdoor aktivnosti (gorsko kolesarjenje, vodni športi, pohodništvo) v sodelovanju MGRT, MOP, MKGP, MZI oziroma na operativni ravni vodilne destinacije, občine, ZGS, ZRSVN ...; vzpostaviti celovit sistem upravljanja in spodbud za nadgradnjo vseh vrst poti (planinske, pohodniške, tematske) kot javne turistične infrastrukture; nadaljevanje naložb v zagotavljanje povezljivosti slovenskega kolesarskega omrežja itd.). Kar 85 % respondentov v anketi v podporo izvedbi Evalvacije je poudarilo, da je potrebno produkt počitnice v gorah in outdoor v prihodnje ohraniti in tudi infrastrukturno okrepiti.

Manj aktivna pa je bila v preteklih letih krovna politika na področju pospeševanja in krepitve konkurenčnosti športnega turizma. K temu zdaj aktivneje pristopa Slovenska turistična organizacija, ki je septembra 2021 organizirala močno obiskano strokovno srečanje s panožnimi zvezami in vladnimi institucijami na temo priložnosti športnega turizma in priložnosti za nadgradnjo sodelovanja med športom in turizmom, predvsem na področju pridobivanja in izvajanja mednarodnih športnih dogodkov. Kratek povzetek srečanja (vir zapisnik STO, 15. 9. 2021):

- ▶ STO je v naslednjih dveh letih kot krovno temo na področju turizma in predvsem na področju komuniciranja opredelila temo »*outdoor*« in *športni turizem*. **Na tem mestu velja izpostaviti,**

da v Sloveniji velja precej različno (in pogosto napačno) razumevanje teh zelo različnih segmentov – prvi je rekreativni, drugi profesionalni. Vsak segment ima svoje ciljne skupine, potrebe in trženjske kanale.

- ▶ Pandemija je športu in turizmu zadala zelo hud udarec, zato je nujno vzpostaviti tesnejše sodelovanje, analizirati stanje in poiskati priložnosti, ki bodo koristile športu in turizmu v prihodnjih letih.
- ▶ Predstavniki nacionalnih športnih panožnih zvez in drugi navzoči predstavniki so se strinjali s predlaganimi aktivnostmi STO v smeri tesnejšega sodelovanja med predstavniki športa in turizma. Prav tako so navzoči potrdili potrebo po oblikovanju delovnega telesa oz. tesnejše koordinacije med športom, turizmom in širšim gospodarstvom.
- ▶ Prisotni so se strinjali, da je mednarodni javnosti potrebno poslati enotno sporočilo, da je Slovenija vrhunska destinacija na področju športa (imamo znanje, smo odlični gostitelji velikih športnih dogodkov, imamo vrhunske športnike in ustrezno infrastrukturo).
- ▶ Prisotni so razpravljali v smeri izzivov na področju športa in športnih dogodkov, o možnostih za uspešnejši razvoj športa in športnega turizma, o izzivih športnih zvez in destinacij, o krepitvi državne znamke *I feel Slovenia* in njene čim večje implementacije tudi v športu. Naslednji koraki so:
 - STO bo prevzela oblikovanje strokovne skupino za sodelovanje pri pripravi ukrepov za področje razvoja in trženja športnega turizma in s ciljem nadgradnje sodelovanja nadaljevala s tovrstnimi srečanji tudi v prihodnje.
 - STO bo pristopila k pripravi akcijskega načrta za razvoj in trženje športnega turizma, ki bo glavna promocijska tema 2022/2023.

Pandemija je športnemu turizmu zadala močen udarec in globalni trendi, ki se nakazujejo, so:

1. Varnost: Organizatorji dogodkov bodo morali postati eksperti na področju zagotavljanja varnosti in zdravja športnikov in udeležencev.
2. Dostopnost: Trend bližine športnih dogodkov se je začel že pred pandemijo. Organizatorji se morajo fokusirati na trge, dostopne v enem dnevu vožnje z avtom.
3. Aktivnosti na prostem: Športne dejavnosti, ki se izvajajo na prostem, so percipirane kot varnejše in so/bodo hitreje okrevale.
4. Individualni športi: Predstavljajo najhitrejšo pot okrevanja.
5. Vzpon ženskega športa: Vse več je vrhunskih ženskih lig, tekmovanj in profesionalnih športnic v vseh panogah, ki s svojimi rezultati krepijo zanimanje za ženski šport.
6. Kreiranje novih dogodkov: Postaja ključna razvojna aktivnost destinacije s ciljem zmanjšati tveganje in odvisnost od uspešnosti kandidatur.
7. Digitalizacija na dogodkih: Hiter napredek novih tehnologij omogoča boljše uporabniško izkušnjo za obiskovalce in lokalno skupnost.
8. Novi pristopi: Destinacije in imetniki pravic športnih dogodkov iščejo nove oblike finančnega sodelovanja.
9. Prihodnost športnih kapacitet: Močen trend spreminjanja namembnosti uporabe javno financiranih športnih kapacitet (multi-use, multi-sport, multi-function).

S strani STO je v pripravi Analiza razvoja in trženja športnega turizma 2022-2025, ki bo zelo dobrodošla za boljše razumevanje specifičnosti podsegmentov in pričakovanj le-teh, pa tudi za oceno stanja in konkurenčnosti Slovenije na tem področju.

4.2 Nabor vseh možnih variant ponudbe in programskega koncepta

V nadaljevanju poglavja podamo vse možne variante ponudbe in programskega koncepta, tako z vidika ciljev, potrebne infrastrukture, ciljnih skupin, prednosti kot tudi slabosti in tveganj ter možnih variant izkoriščanja ožjega območja (mikro lokacija – objekt »Sotočje«) in širšega območja Sotočja. Ta nabor bo služil za preigravanje vseh opcij, ki jih bomo v naslednjem koraku oblikovali v nekaj možnih zaokroženih programskih scenarijev.

Najprej opredeljujemo objekt (obstoječi objekt »Paradiso« – tako v funkciji različnih konceptov nastanitvenega objekta oziroma hotela kot tudi drugih možnih vsebin), nato pa visitor center, prireditveni prostor in širše območje Sotočja.

4.2.1 Možne programske rešitve za osnovni objekt

LOKACIJA

Objekt je lociran na območju obstoječega objekta Paradiso, nad Sotočjem rek Soče in Tolminke. Območje lokacije – širše območje Sotočja – je izjemna naravna vrednota, pomembna zgodovinska točka, križišče kolesarskih, pohodniških in vodnih poti, trenutno tudi festivalsko prizorišče in priljubljeno shajališče domačinov. Nova obvoznica bo dostop do lokacije olajšala, pa tudi povečala izpostavljenost območja, zato je potrebno zagotoviti primeren in vzdržen program.

IZHODIŠČNO STANJE

Objekt je več let le v občasni uporabi in zaradi tega tudi slabo vzdrževan. V velikem delu je objekt zapuščen. Notranjost objekta je dokaj dotrajana, večletno stihijsko prenavljanje in nekoherentni posegi pa so dodali svoj delež k slabemu stanju objekta. Uporablja se samo v konici sezone za potrebe festivalov. Stanje konstrukcije, vodotesnosti objekta, požarne varnosti, oblog in fasadnega ovoja je vprašljiva in bi potrebovala bolj poglobljeno strokovno tehnično analizo. Bruto površine objekta so 3.806 m². Večina prostorov večjih dimenzij je locirana v pritličju, ki si longitudinalno sledijo en za drugim. Skupna uporabna površina pritličja je 1.344 m². V nadstropjih so pretežno hotelske sobe (uporabnih cca. 38 sob). Uporabna površina nadstropij je 2.197 m².

CILJI, ki jih zasledujemo pri zasnovi programskega koncepta objekta

1. Zagotovljen mora biti **celoletni program**.
2. Program projekta mora upoštevati potrebe trga in **potrebe lokalne skupnosti**.
3. Projekt mora zagotoviti **dodano vrednost** tolminski turistični ponudbi in širši regiji.
4. Projekt mora biti **v skladu s smernicami Strategije** razvoja in trženja turizma Dolina Soče 2025+ in prispevati k realizaciji postavljenih prioritet.

MOŽNI KONCEPTI OBJEKTA

Nakazalo se je 5 možnih konceptov objekta:

1. **Wellness hotel:** odličen hotel višje kategorije, ki z vrhunskimi storitvami in atraktivno lokacijo zagotavlja dobro počutje in zadovoljstvo zahtevnih gostov.
2. **Športni (oziroma outdoor) hotel:** dober hotel, ki s specializirano ponudbo outdoor dejavnosti zagotavlja prvovrstna doživetja zahtevnejšim outdoor gostom.
3. **Konferenčni hotel – kompetenčni center (izobraževalni hotel):** konferenčni hotel, namenjen usposabljanju in izobraževanju na področju outdoor športov in trajnostnega turizma, pa tudi razvoju produktov in zagotavljanju storitev na tem področju.
4. **Športno-raziskovalni hotel in center:** raziskovalni center za izboljševanje zmogljivosti in priprave športnikov, z nastanitvijo.
5. **Visitors center in podporni objekt za prireditve:** objekt prvenstveno namenjen atraktivnemu centru za obiskovalce; del prostorov se nameni za podporo dogodkom in festivalom; ne vključuje pa nastanitvenih zmogljivosti.

V vseh primerih sta vključena bar kot družabno stičišče in a la carte restavracija, namenjena tako gostom objekta kot domačinom in zunanjim obiskovalcem.

Shema 6: Prikaz 5 možnih konceptov objekta



V nadaljevanju predstavljamo teh 5 programskih opcij, ki so okvirno razdelane na ravni razlage možnega koncepta ter prednosti in pomanjkljivosti oziroma tveganj.

POZOR: Ta del ne vključuje popisa vseh potrebnih prostorskih kapacitet, prav tako še ne opredeljuje obsega ter velikosti oziroma kvadratur.

Opcija 1: WELLNESS hotel

Hotel (kategorije 4* do opcijsko 5*) za zahtevnejše goste, ki prihajajo v destinacijo zaradi doživljanja izjemne narave, raziskovanje njenih naravnih in kulturnih posebnosti ter zaradi aktivnosti v naravi, vendar pa jim je pri tem zelo pomembna kakovostna in atraktivna hotelska ter podpora wellness in outdoor servisna ponudba.

Prostori-ponudba	Koncept	Ciljne skupine
Osnovni hotelski del: > Sprejemni prostori > Sobe > Hotelska restavracija	Odličen hotel višje (4 * ali 4* superior) oziroma visoke (opcijsko 5*) kategorije: recepcija, lobby, info točka, družabni prostori, dimenzija in oprema sob prilagojena različnim ciljnim skupinam in potrebam, restavracija za goste v skladu s pravili kategorizacije za štiri ali pet zvezdic; oprema in tehnologija, prilagojena zelenim prioritetam destinacije.	Zahtevnejši gostje, ki cenijo ohranjeno naravno okolje, iščejo manj obremenjene destinacije, nadpovprečno potujejo izven viškov sezone, v vsakodnevem življenju prakticirajo aktivni »life style«, ljubitelji aktivnosti v naravi, ki pa pričakujejo kakovostno infrastrukturo, opremljenost in storitve, si želijo občasnega razvajanja in cenijo lokalno obarvano gastronomijo. Gostje cenijo design, vse bolj udi elemente trajnostne arhitekture, kar predstavlja pomemben faktor izbora.
Programska infrastruktura	Dodatne storitve v skladu z outdoor karakterjem destinacije: shramba za (draga) kolesa in smučarsko opremo, sušilnica in pralnica za ribiče in udeležence vodnih športov, shramba za potrebe drugih športov, električna polnilnica za kolesa in avtomobile.	Gostje hotela, če zasedenost dopušča, še posebej izven koničnih terminov pa tudi zunanji/lokalni obiskovalci.
Wellness ponudba	Bazen, tematske savne in masaže, programi razvajanja in dobrega počutja – ki pa je pozicionirana predvsem kot podpora ponudba po dnevu, preživetem v naravi/aktivnostih v naravi.	Gostje hotela, če zasedenost dopušča, še posebej izven koničnih terminov pa tudi zunanji/lokalni obiskovalci.
Bar	Točka sprostitve, debat in druženja.	Namenjen gostom hotela, odprto tudi za zunanje obiskovalce – pomemben poudarek na oblikovanju prijetne in priljubljene točke druženja za domačine.
Restavracija <i>a la carte</i>	Odlična kulinarika z močnim poudarkom na lokalnih sestavinah in tradiciji. Poudarek na zadovoljevanju potreb in pričakovanj gostov, ki so čez dan aktivni.	Priložnostni obiskovalci, poslovni obiskovalci območja, stacionarni gostje v dolini, gostje hotela.
Konferenčne kapacitete	Prostor za poslovna srečanja in sestanke, dimenzioniran v skladu s kapacitetami hotela.	Poslovni obiskovalci, udeleženci dogodkov, incentive programi, možen najem uporabe.
Prednosti WELLNESS hotela		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ponudba kakovostnih hotelskih storitev, ki jih v dolini močno primanjkuje. ▶ <i>Full-service</i> hotel, z vso dodatno programsko, kulinarično in sprostitevno ponudbo, ki omogoča atraktivno bivanje vse leto in zapolnjuje tudi verzel, ki nastane v destinaciji, ko je slabo vreme. ▶ Pozicioniranje v segmentu zahtevnejših gostov. ▶ Wellness storitve, ki jih v omejenem obsegu lahko koristijo tudi domačini. 		
Pomanjkljivosti in tveganja WELLNESS hotela		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Visoki stroški investicije. ▶ Meteorološki pogoji in senca v zimskem času leta. ▶ Zahtevno zagotavljanje individualnosti, ki jo gostje takega segmenta pričakujejo. 		

- Destinacija izven poletnih mesecev ne živi in zato manj atraktivno bivanje izven poletja.

Opcija 2: ŠPORTNI (OUTDOOR) HOTEL

Hotel (okvirne kategorije 3*) za goste, ki so pri svoji izbiri osredotočeni na to, kaj jim na področju aktivnosti/športov v naravi ponuja destinacija; hotel je za njih sekundarnega pomena in od njega pričakujejo predvsem udobje, ves potreben servis, gostinsko ponudbo in dobro vrednost za ceno.

Ponudba-prostori	Koncept	Ciljne skupine
Osnovni hotelski del: > Sprejemni prostori > Sobe > Hotelska restavracija	Kakovostni hotel srednjega ranga: recepcija, lobby, športnim vsebinam prilagojena info točka, družabni prostori, dobra dimenzija in oprema sob, restavracija za goste v skladu s pravili kategorizacije za tri zvezdice; oprema in tehnologija prilagojena usmeritvi hotela in zelenim prioritetam destinacije.	Outdoor navdušenci, aktivni obiskovalci, ki si želijo v kratkem času izkusiti čim več intenzivnih doživetji, pričakujejo pa spodobno nastanitev za relativno ugodno ceno, zelo kakovostne informacije, zanesljive vodnike in kompetentno osebje, ki razume aktivnosti v naravi in pričakovanja outdoor segmentov.
Programska infrastruktura	Dodatne storitve v skladu s tematsko usmeritvijo hotela: shrambe za kolesa, čolne, supe, smučarsko opremo, sušilnica in pralnica za potrebe športnih programov, električna polnilnica za kolesa, manjši bazen za usposabljanja, izposoja koles in športne opreme, plezalna stena.	
Wellness ponudba	Tematske savne in masaža – predvsem z namenom sprostitve telesa in mišic po napornem dnevu.	Gostje hotela, če zasedenost dopušča, še posebej izven koničnih terminov tudi zunanji/lokalni obiskovalci
Bar	Točka sprostitve, debat in druženja	Namenjen gostom hotela, odprto tudi za zunanje obiskovalce.
Restavracija a la carte	Odlična kulinarika z močnim poudarkom na lokalnih sestavinah in tradiciji	Priložnostni obiskovalci, poslovni obiskovalci območja, stacionarni gostje v dolini, gostje hotela.
Konferenčne kapacitete	Večji večna menski prostor za predavanja, srečanja in sestanke, v času prireditev primeren tudi kot servisni prostor za organizatorje.	Gostje hotela, udeleženci hotelskih dogodkov in zunanjih prireditev, možen najem uporabe.
Prednosti ŠPORTNEGA (OUTDOOR) hotela		
<ul style="list-style-type: none"> > Odlična in atraktivna ponudba široke palete športov v naravi na enem mestu in v paketu z nastanitvijo in prehrano – hotel, ki ga v osnovi zasnujemo po meri outdoor navdušencev in njihovih potreb. > Shajališče obiskovalcev s podobno interesno naravnostjo – »Sotočje« kot osrednji <i>meeting point</i> outdoor navdušencev v Julijskih Alpah. > Primerna izhodiščna lokacija za najrazličnejše avanture. 		
Pomanjkljivosti in tveganja ŠPORTNEGA (OUTDOOR) HOTELA		
<ul style="list-style-type: none"> ► Obetaven tržni koncept, ki pa ne prinaša veliko novega. ► Ob upoštevanju javne podpore in javnih sredstev ne najbolj primerna konkurenca zasebnikom, ki bodo v prihodnosti gradili podobne zgodbe. 		

Opcija 3: KONFERENČNI HOTEL – KOMPETENČNI CENTER (IZOBRAŽEVALNI HOTEL oziroma HOTEL Z IZOBRAŽEVALNIM CENTROM ZA OUTDOOR ŠPORTE)

Koncept izobraževalnega outdoor hotela srednje do višje kategorije, ki svojo pozicijo gradi primarno skozi izobraževalno-kompetenčni center za outdoor športe, v osrednjih poletnih mesecih pa nastopa na trgu kot outdoor hotel.

Ponudba-prostori	Koncept	Ciljne skupine / vir prihodkov
Osnovni hotelski del: > Sprejemni prostori > Sobe > Hotelska restavracija	Kakovosten hotel srednjega do višjega srednjega ranga (3 do 4*): recepcija, lobby, info točka, družabni prostori, dimenzija in oprema sob, restavracija za goste v skladu s pravili kategorizacije za tri ali štiri zvezdice; oprema in tehnologija prilagojena usmeritvi hotela v razvoj kompetenc na področju outdoor in zelenega turizma.	<ul style="list-style-type: none"> > Posamezniki, skupine, profesionalni ponudniki športnih storitev; vsi, ki želijo napredovati v svoji dejavnosti kot udeleženci ali kot ponudniki. > Zeleni koordinatorji, svetovalci za razvoj odgovornega turizma, ponudniki, ki želijo svojo dejavnost izvajati na trajnosten in odgovoren način, > Predvsem v konicah sezone tudi udeleženci in izvajalci prireditev, običajni gostje usmerjeni v outdoor aktivnosti.
Podporna infrastr. za izvajanje programov izobraževanja in usposabljanja za outdoor športe	Podporna infrastruktura mora zagotavljati tudi možnosti za lastni tržni program v smislu demonstracij dobre prakse.	
Programska infrastruktura	Dodatne storitve v skladu z outdoor karakterjem destinacije in hotela: shrambe za kolesa in drugo športno opremo, sušilnica in pralnica za potrebe športnih programov, električna polnilnica za kolesa, manjši bazen za usposabljanja, izposoja koles in športne opreme, plezalna stena	
Konferenčne kapacitete	Prostori za predavanja, izobraževanje, delavnice in sestanke, večji večnamenski prostor primeren tudi kot servisni prostor za organizatorje prireditev.	Udeleženci programov, udeleženci dogodkov, možen najem uporabe.
Wellness ponudba	Tematske savne in masaže.	Gostje hotela, če zasedenost dopušča, še posebej izven koničnih terminov, tudi zunanji/lokalni obiskovalci.
Bar	Točka sprostitve, debat in druženja.	Namenjen gostom hotela, odprto tudi za zunanje obiskovalce.
Restavracija a la carte	Odlična kulinarika z močnim poudarkom na lokalnih sestavinah in tradiciji	Priložnostni obiskovalci, poslovni obiskovalci območja, stacionarni gostje v dolini, gostje hotela.
Prednosti IZOBRAŽEVALNEGA hotela		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Znanje o outdoor športih in trajnostnem turizmu, zbrano na enem mestu. ▶ Kombinacija kompetenčnega in tržnega programa, ki krepi ekonomiko poslovanja in zapolnjuje celo koledarsko leto – zelo osredotočeno ustvarjanje motiva prihoda izven poletnih mesecev. ▶ Nova znanja, pozitiven vpliv na rast kakovosti storitev in razvoj odgovornega turizma. 		
Slabosti in tveganja IZOBRAŽEVALNEGA hotela		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Podpora lokalne skupnosti najmanj v prvem letu zagona programa. ▶ Zahtevna vzpostavitev tovrstnega koncepta. 		

- ▶ Pridobivanje podpore na državni ravni.
- ▶ Potreba po zelo premišljenemu konceptu izobraževanja za športe, ki jih še ne pokrivajo panožne zveze.

Opcija 4: ŠPORTNI HOTEL in RAZISKOVALNI CENTER

Zelo specializiran hotel, ki je osredotočen na vrhunske športnike, ki prihajajo v destinacijo na priprave, testiranja in izboljševanje zmogljivosti, simulacije, terapije ...

Ponudba-prostor	Koncept	Ciljne skupine / vir prihodkov
Osnovni hotelski del: > Sprejemni prostori > Sobe > Hotelska restavracija	Raziskovalni center s sobami ranga 3* in infrastrukturo, prilagojeno raziskovalnemu značaju objekta. Gostinske storitve so servis osnovni dejavnosti.	Vrhunski športniki, športne ekipe, trenerji in drug strokovni kader, razvijalci opreme; športniki in s športom povezani strokovnjaki, ki si želijo povečevati zmogljivosti in napredovati v svoji dejavnosti, športniki na rehabilitaciji, ki ali potrebujejo pomoč in terapije po poškodbah.
Programska infrastruktura	Raziskovalna in terapevtska (rehabilitacijska) infrastruktura: fitness z ustrezno opremo za merjenje zmogljivosti, fizioterapija, krioterapija, tlačne komore, globinski bazen, plezalna stena, vetrovnik ...	Gostje centra, če zasedenost dopušča, tudi zunanji/lokalni obiskovalci
Wellness ponudba	Savne in masaže, usklajene s programom centra.	Namenjen gostom centra in zunanjim obiskovalcem
Bar	Točka sprostitve, debat in druženja.	Priložnostni obiskovalci, poslovni obiskovalci območja, stacionarni gostje v dolini, gostje hotela
Restavracija a la carte	Odlična kulinarika z močnim poudarkom na lokalnih sestavinah in tradiciji	Udeleženci programov, možen najem uporabe
Konferenčne kapacitete	Prostor za strokovna srečanja, sestanke, delavnice in izobraževanje	

Prednosti ŠPORTNEGA HOTELA in RAZISKOVALNEGA CENTRA

- > Pridobitev zahtevnih znanj in angažiranje visoko strokovnih kadrov.
- > Pozicioniranje v strokovni javnosti (če bo program uspešen).
- > Obstoječa infrastruktura širše destinacije (občine Tolmin) na področju športov.

Pomanjkljivosti in tveganja ŠPORTNEGA HOTELA in RAZISKOVALNEGA CENTRA

- ▶ Ni (dovolj) potencialnih lokalnih nosilcev programa.
- ▶ Manjša kompatibilnost s »prostočasnim« turizmom, dogodki in festivali.
- ▶ Zahtevno zagotavljanje vsebin za zelo specifične segmente možnega povpraševanja – gre za izredno zahteven in visoko konkurenčen trg športnega turizma, ki ga v veliki meri poganjajo športni dogodki (izredno zahtevno pridobivanje športnih dogodkov in veliki naporji za ustvarjanje nišnih lastnih dogodkov; medtem ko je trg priprav športnikov visoko konkurenčen in zahteva zelo jasno profiliranje).
- ▶ Prevelika odvisnost od razpisov in proračunskih virov financiranja.
- ▶ Slovenija kot destinacija se na področju športnega turizma šele pozicionira – na nacionalni ravni ni organizacije, ki bi združevala in usmerjala razvojne in trženjske aktivnosti.
- ▶ Večja konkurenčnost v tem segmentu zdraviliških, obmorskih in drugih destinacij, ki so bolj celoletne, z bolj ugodno klimo, imajo ugodnejšo klimo/vreme in vso infrastrukturo na bolj zaokroženem (ožjem) območju.
- ▶ Slabša dostopnost destinacije za ta segment, sploh za avio trge (od koder pogosto prihajajo športniki na priprave).

- ▶ Potreba po zahtevni strokovni podpori za raziskovalno in terapevtsko infrastrukturo in strokoven kadre.
- ▶ Manjša fleksibilnost tovrstnega specializiranega koncepta za termine, ko je težje tržiti ponudbo za ta segment.

Opcija 5: VISITOR CENTER (INTERPRETACIJSKI CENTER) in PODPORA PRIREDITVAM (INTERPRETACIJSKO-SERVISNI CENTER)

Obstoječi objekt v celoti namenimo interpretacijskem centru in servisni podpori prireditvam na območju Sotočja – brez opcije nastanitev.

Ponudba-prostori	Koncept	Ciljne skupine
Sprejemni prostori	Večinski del obstoječega osrednjega objekta je namenjen atraktivnemu tematsko koncipiranemu interpretacijskemu centru za obiskovalce, v delu objekta pa so urejeni podporni prostori za potrebe organizatorjev dogodkov in servisiranje prireditvenega prizorišča.	<ul style="list-style-type: none"> > Dnevni obiskovalci iz kroga do 150 km. > Organizirane interesne skupine, izobraževalne ustanove. > Stacionarni gostje območja Julijskih Alp. > Organizatorji in izvajalci prireditev.
Bar	Točka sprostitve, debat in druženja.	Namenjen obiskovalcem centra, odprto tudi za zunanje obiskovalce in domačine.
Restavracija	Kakovostna kulinarika z močnim poudarkom na lokalnih sestavinah in tradiciji, omejen nabor jedi, prilagojenost skupinam, možnost zagotavljanja večjih količin, za večje skupine.	Obiskovalci centra, zunanji obiskovalci, organizirane skupine, udeleženci dogodkov.
Podporni prostori za organizacijo prireditev	Shrambe za opremo, prostor za administracijo, večnamenski modularno organiziran prostor, ki se ga lahko preuredi v prostore za programske in servisne potrebe dogodkov in festivalov; tudi notranji prostor za prireditve.	Organizatorji festivalov, tehnično osebje, nastopajoči.
Prednosti VISITOR CENTRA v obstoječem objektu »Paradiso«		
<ul style="list-style-type: none"> > Programsko zelo osredotočena, enoznačna zgodba. > Z osredotočanjem na interpretacijski center je prostor (v smislu kapacitet) za razvoj res nadstandardne atrakcije. 		
Pomanjkljivosti in tveganja VISITOR CENTRA v obstoječem objektu »Paradiso«		
<ul style="list-style-type: none"> > S tem konceptom nimamo vzvoda za pospeševanje obisk izven mesecev, ko so v Dolini Soče obiskovalci. > Tovrstni koncepti so v celoti ali prevladujoče financirani iz javnih virov. 		

PRENOVA ali NOV OBJEKT

Opcija A: PRENOVA	
ZA	PROTI
<ul style="list-style-type: none"> > Identiteta objekta: obstoječ objekt ima svojo identiteto, ki je zasidrana v tem prostoru > Nižje emisije: ponovna uporaba materialov in struktur znižuje emisije > Trajnostni pristop: ponovna uporaba novih materialov in prostora ter zmanjšanje novih posegov je temelj trajnostnega pristopa. > Kulturna vrednost: objekt s svojo kulturno vpetostjo v zavesti javnosti je del kulturne krajine tega območja 	<ul style="list-style-type: none"> > Predvidena dražja gradnja: prenova objekta v takšnem stanju se smatra za dražji podvig v primerjavi s novo gradnjo. > Nepredvidljiva situacija: dejansko stanje objekta in komponent je neznano. > Manj površin in manjša fleksibilnost: obstoječe objekt je zaradi svoje tlorisne zasnove manj fleksibilen in ima manj površin od morebitne nove gradnje. >
Opcija B: NOVOGRADNJA	
ZA	PROTI
<ul style="list-style-type: none"> > Večja kvadratura objekta: nov objekt je lahko velik med cca. 4.500 m² in 6.700 m² > Sodobna gradbena tehnologija: objekt zgrajen po zadnjih tehnoloških smernicah gradnje > Predvidena cenejša gradnja: cena gradnje je odvisna od tehnologije in stanja objekta > Izkoriščen in fleksibilen prostor: racionalna in fleksibilna zasnova programa 	<ul style="list-style-type: none"> > Izguba identitete: obstoječ objekt ima svojo identiteto, ki je zasidrana v tem prostoru > Višje emisije v fazi gradnje: > uporaba novih materialov ima višjo porabo operativnega ogljika > Trajnostni vidik: ponovna uporaba novih materialov in prostora ter zmanjšanje novih posegov je temelj trajnostnega pristopa.

4.2.2 Visitor center (interpretacijski center) kot dodatna atrakcija

ZAKAJ visitor/interpretacijski center

Visitors center, ki ga lahko razumemo predvsem kot interpretacijski center, pa tudi kot tematski park, je atrakcija, ki na enem mestu podaja zgoščeno sliko izjemnega okolja, v katerem se nahajamo. Na to okolje nas pripravi, ga nam razloži in nas animira za globlje raziskovanje na terenu. Skozi interpretacije visitor centra lahko podamo pomembna sporočila o svetu, v katerem živimo, pa tudi povemo, kako se je v tem občutljivem okolju potrebno odgovorno obnašati. Dober visitor center postane ena izmed ključnih identifikacijskih točk Doline Soče, močna atrakcija, pa tudi učinkovito marketinško orodje, ki širi pozitivna sporočila v svet.

Kakšna je VLOGA visitor centra v konceptu objekta »Sotočje«

Visitors center je integralni del širšega območja Sotočja: na eni strani samostojna turistična atrakcija, na drugi strani pa s svojim zelenim sporočilom poudarjen skupni imenovalec celotnega programa na območju, ki pa zahteva primerno vsebinsko, organizacijsko in izvedbeno uglasenost vseh dejavnosti.

LOKACIJA

Če zanemarimo ureditev visitor centra v objektu »Paradiso« (glej prejšnje poglavje – OPCIJA 5) kot eno izmed možnosti, je najprimernejša rešitev samostojni objekt, ki omogoča prilagojen režim

obiska in od hotela ločeno oziroma samostojno upravljanje centra. Možna lokacija je lahko trenutna lokacija pomožnega skladiščnega objekta.

IZHODIŠČNO STANJE

Pritlični objekt na zahodni strani glavnega objekta ima bruto površino 293 m². Objekt se trenutno uporablja kot skladišče za festivale. Objekt je ne-vzdrževan in v slabem stanju. Stene so iz notranje strani neometane opeke, objekt pa ima montažen značaj. Stanje konstrukcije, vodotesnosti objekta, požarne varnosti, oblog in fasadnega ovoja je vprašljiva in bi potrebovala bolj detajlno strokovno tehnično analizo.

CILJI, ki jih zasledujemo

1. Prispevati k atraktivnosti in pozicioniranju destinacije.
2. Izpostaviti in predstaviti izjemno naravno okolje, pomen in odgovornost znaka UNESCO MAB.
3. Organizirati vstopno točko Vrata v Dolino Soče in predstaviti »navodila za odgovorno uporabo« oz. smernice za odgovorno obnašanje obiskovalcev.

Okvirno nakazan možni PROGRAMSKI KONCEPT

- > Reka Soča mora biti ključna tematika in rdeča nit postavitve.
- ▶ Predstavitev UNESCO MAB območja s poudarkom na območju Doline Soče in območja občine Tolmin.
- ▶ Oblikovanje površja (potresi, poplave, Tolminska korita).
- ▶ Sožitje človeka in narave, spreminjanje kulturne krajine.
- ▶ Visokogorski kraški svet (morda sistem MIG).
- ▶ Živali in rastline doline Soče.
- ▶ Občasne tematske razstave.
- ▶ Druge identificirane teme, ki podpirajo zgornje.

CILJNE SKUPINE

- > Dnevni obiskovalci iz kroga do 150 km.
- > Organizirane interesne skupine, izobraževalne ustanove
- > Stacionarni gostje območja Julijskih Alp.

VREDNOTENJE

Prednosti	Pomanjkljivosti in tveganja
<ul style="list-style-type: none">> Velika prednost za vsebinsko koncipiranje visitor centra je inspirativno okolje Sotočja.> Lokacija centra je primerna tudi zaradi dostopnosti – na križiščih poti in ob novi obvoznici.> Program in trženje lahko navezujemo na uspešne obstoječe atrakcije, kot npr. Tolminska korita.> Visitor center lahko programsko in tržno povezujemo s podobnimi institucijami na območju Julijskih Alp in v širšem alpskem prostoru (UNESCO MAB, Tolmin v mreži Alpskih mest...).	<ul style="list-style-type: none">> Obisk visitors centra bo zagotovo vezan na sezonsko nihanje toka obiskovalcev skozi dolino, zato bo v zimskih terminih potrebno več naporov na organiziranem trgu.> Program širšega območja Sotočja mora biti organiziran in upravljan na način, da ne bo ogrožal sporočilnosti visitor centra.> Potreben upravljavalec – ki je ločen od managementa osnovnega objekta (hotelskega) oziroma v primeru skupnega upravljavca določiti upravljavski model in financiranje.

4.2.3 Prireditveni prostor

LOKACIJA

Območje med stoletnimi lipami za objektom do konca trenutno urejenih tenis igrišč.

IZHODIŠČNO STANJE

Neposredna okolica objekta je ne-vzdrževana in zaraščena. Območje med stoletnimi lipami proti urejenim teniškim igriščem je pretežno netlakovana. Površina območja za potencialni prireditveni prostor je 2.770 m² brez teniških igrišč, katerih površine je 700 m².

CILJI, ki jih zasledujemo

1. Zagotoviti, da bodo vsebine osnovnega objekta, eventualnega visitor centra in prireditvenega prostora (kot tudi širšega koncepta Sotočja) komplementarne in sinergijske ter delovale kot zaokrožena celota.
2. Urediti potrebne priključke in prireditveno infrastrukturo in organizatorjem olajšati izvedbo najrazličnejših dogodkov.
3. Prilagoditi obseg prireditev in število obiskovalcev nosilni zmogljivosti območja.
4. V dogovoru z organizatorji zagotoviti zelene standarde, ki bodo zagotovili odgovoren način organizacije in izvajanja prireditev, v največji možni meri omejiti negativne učinke.
5. Na daljši rok zagotoviti kakovosten, vzdržen in okolju primeren program.

OKVIRNO NAKAZAN MOŽEN PROGRAMSKI KONCEPT (opcije) prireditev na območju

- ▶ V dogovoru z organizatorji izboljšati in urediti način izvajanja aktualnih festivalov.
- ▶ Povečati število športnih dogodkov in tematskih srečanj.
- ▶ Razviti program vrhunskih kulturnih dogodkov.
- ▶ Zagotoviti manjši (oziroma ZERO) ogljični dogodkov, vključno s hrupom.
Razviti vsaj eno sejmsko/poslovno srečanje na temo outdoor turizma na leto.

VREDNOTENJE

Prednosti	Pomanjkljivosti in tveganja
<ul style="list-style-type: none">▶ Celostno urejeno ožje in širše območje Sotočja, ki deluje kot organizirana celota.▶ Urejena infrastruktura, ki lahko služi kot primer dobre prakse urejenosti turističnega območja.▶ Infrastruktura, ki prispeva tudi k raznolikosti in kakovosti življenja prebivalcev.	<ul style="list-style-type: none">▶ Neuskklajenost interesov in neurejeni odnosi z lastniki zemljišč.▶ Neuskklajenost programov, terminov, režimov prireditvenega in ostalega programskega dela na območju Sotočja, premalo učinkovito upravljanje.

4.2.4 Širše območje Sotočja

OPREDELITEV IN OPIS OBMOČJA

Obravnavano območje obsega širše področje sotočja obeh rek, Soče in Tolminke, od dejanskega sotočja do Nemške kostnice in območje obrežnega gozda naprej mimo tolminskega pokopališča do Volčanskega mostu.

STANJE

Sotočje, nekoč pašnik agrarne skupnosti in kmetijsko zemljišče najnižje kategorije z razvojem turizma postaja vedno bolj privlačna cona sprostitve in rekreacije. V zadnjih dveh desetletjih je postalo prepoznavno kot prizorišče festivalov, vedno je bilo stičišče domačinov in ta vloga se še krepi. Skozi območje danes tečejo prepoznavne daljinske pohodniške in kolesarske poti, na obrežju Soče so priljubljene neurejene plaže, ob Soči in Tolminki tečejo prijetne sprehajalne poti. Zapuščeni objekt »Paradiso« postaja vedno bolj moteč in prebivalci težko sprejemajo zapiranje dostopa do sotočja Soče in Tolminke v času festivalov. Podpora spremembam in primerni urejenosti celotnega območja je velika.

Pomemben dejavnik je tudi začetek gradnje obvoznice, ki bo močno olajšala dostop.

CILJI, ki jih zasledujemo

1. Ureditev območja v sproščeno stičišče obiskovalcev in domačinov.
2. Izpostaviti Sotočje kot križišče in izhodišče tematskih poti.
3. Pozicionirati Sotočje kot eno izmed ikon posoškega turizma.

UREJANJE DROBNE INFRASTRUKTURE in poti na območju

Urejanje drobne infrastrukture in poti na območju mora vključevati:

- ▶ Ureditev širšega območja kot sprehajalne in tekaške cone.
- ▶ Ureditev kritičnih točk na obstoječih poteh (mostički, stopnišča).
- ▶ Izgradnja kolesarske poti na tolminski strani obrežnega gozda.
- ▶ Ureditev posameznih počivališč in interpretativnih točk.
- ▶ Ureditev učnega gozda ob Nemški kostnici.
- ▶ Preveriti prostorske možnosti in urediti infrastrukturne točke, ki lahko služijo kot del ponudbe obiskovalcem ali kot infrastruktura za domačine (skate park, pump track, paviljon za manjše dogodke, drsališče...).
- ▶ Ureditev prometnega režima, parkirišč in javnih prevozov.
- ▶ Ureditev vodne povezave z Mostom na Soči in Postajo.
- ▶ Urediti sanitarije za obiskovalce.

UREDITEV KAMPA

Lokacija za kamp je že predviden v prostorskih planih. Kamp mora biti tematsko integriran v koncept ponudbe Sotočja. Glede na kakovost ambienta morajo biti kapacitete omejene, kamping mesta določena, infrastruktura pa primerna zgornjemu cenovnemu razredu. Vsaj del kampa mora biti oblikovan kot sodobno in arhitekturno dodelano glamping naselje.

VZDRŽEVANJE in UPRAVLJANJE

Zagotoviti je potrebno upravljanje in redno tekoče vzdrževanje celotnega območja.

VREDNOTENJE

Prednosti	Pomanjkljivosti in tveganja
<ul style="list-style-type: none">> Celostno urejeno ožje in širše območje Sotočja, ki deluje kot organizirana celota.> Urejena infrastruktura, ki lahko služi kot primer dobre prakse.> Infrastruktura, ki prispeva tudi k raznolikosti in kakovosti življenja za prebivalce.	<ul style="list-style-type: none">▶ Neusklajenost interesov in neurejeni odnosi z lastniki zemljišč.▶ Zasebni investitorji, ki ne želijo slediti skupnemu konceptu.

4.3 Oblikovanje možnih programskih konceptov v obliki scenarijev

Na osnovi preigravanja možnih gradnikov ponudbe in konceptov smo najprej izvedli ocenjevanje opcij ter nato na osnovi ugotovitev **izločili manj atraktivne opcije (z vidika ključnih ciljev naročnika), ter nato oblikovali dva možna programsko-trženjska koncepta, v obliki scenarijev.**

Namen je, da kar najbolj nazorno prikažemo možne koncepte, opredelimo potrebne prostorske kapacitete, storitve in trženjske aktivnosti – da se nato lažje odločimo za optimalno pot.

4.3.1 Dejavniki uspeha in upravičenosti projekta (možni kriteriji za izbor) in ocena petih programskih opcij

V spodnji tabeli za predstavljene opcije osnovnega objekta podajamo možne kriterije presoje in ocenjujemo vpliv vsakega posameznega koncepta.

Tabela 7: Presoja konceptov glede na kriterije

KRITERIJI	Izbrani koncept objekta	Wellness hotel	Športni (outdoor) hotel	Konferenčni hotel in kompetenčni center (izobobraževalni hotel)	Športni hotel in raziskovalni center	Visitors center, dogodki
1.	Vpliv na razvoj prednostnih strateških področij v destinaciji					
1.1	Vpliv na razvoj infrastrukture in režimov	Manjši	Manjši	Velik	Manjši	Velik
1.2	Vpliv na razvoj ponudbe	Zmeren	Zmeren	Velik	Zmeren	Zmeren
1.3	Vpliv na izboljšanje upravljanja	Manjši	Manjši	Velik	Manjši	Zmeren
1.4	Prispevek k pozicioniranju na zahtevnejših trgih	Pomemben	Zmeren	Pomemben	Manjši	Zmeren
2.	Vpliv na izpolnjevanje strateških ciljev v destinaciji					
2.1	Višja kakovost in vrednost (finančni izplen)	Zelo pozitiven	Pozitiven	Zelo pozitiven	Pozitiven	Pozitiven
2.2	Desezonalizacijo	Pozitiven	Pozitiven	Pozitiven	Nevtralen	Negativen
2.3	Trajnostna usmeritev	Lahko pozitiven	Lahko pozitiven	Zelo pozitiven	Lahko pozitiven	Lahko pozitiven
3.	Sodelovanje					
3.1	Možnost sodelovanja z lokalnimi	Primerna	Primerna	Primerna	Majhna	Primerna

	ponudniki					
3.2	Možnost partnerstva z organizatorji dogodkov/festivalov	Majhna	Primerna	Primerna	Ni povezave	Velika
> 3 . 3	Prispevek k pokrivanju lokalnih potreb	Manjši	Manjši	Velik	Manjši	Manjši
3.4	Prispevek k pokrivanju širšega javnega interesa	Manjši	Manjši	Velik	Velik	Manjši
4.	Dosegljivost ključnih kadrov	Zahtevno	Realna	Realna	Vprašljiva	Realna
5.	Dosegljivost trga	Realna	Realna	Realna	Vprašljiva	Realna
6.	Razmerje do trenutno obstoječe ponudbe	Dopolnitev	Delna konkurenca	Dopolnitev	Dopolnitev	Dopolnitev
7.	Prevladujoči viri financiranja investicije	Zasebni	Zasebni	Javno-zasebni	Javni	Javno-zasebni
8.	Prevladujoči viri financiranja programa	Tržni prihodki	Tržni prihodki	Tržni prihodki, razpisi	Razpisi, proračunski viri	Vstopnina, razpisi, javni viri

Na osnovi gornjih kriterijev smo iz nadaljnje obravnave oziroma oblikovanja rešitev za osnovni objekt (zdajšnji objekt »Paradiso«) izločili 3 koncepte:

- ▶ OPCIJA 2: **Športni (outdoor) hotel**, ker bi pomenil preveč neposredno konkurenco (financirano iz javnih sredstev) ponudnikom, ki se v zadnjem času pojavljajo in že ponujajo integrirane vsebine.
- ▶ OPCIJA 5: **Visitor center v osnovnem objektu** s podporo prireditvam: koncept že v sami osnovi ne izpolnjuje celoletnosti, ki smo jo postavili kot enega ključnih kriterijev in bi kvečjemu povečeval sezonske obremenitve
- ▶ OPCIJA 4: **Športni hotel in raziskovalni center**, ker bi naslavljal preveč zahtevne ciljne segmente na premajhnem trgu tako v programskem kot kadrovskem pogledu. Identificirane pomanjkljivosti in tveganja so večja kot pričakovane prednosti.

4.3.2 Predlog programskih scenarijev

V tabeli v nadaljevnaju predstavljamo izbor 2 opcij v obliki možnih scenarijev, ki smo jih oblikovali na osnovi zasledovanja zgoraj opredeljenih kriterijev in dodatne trženjske dodelave.

IZBRANI SCENARIJI PROGRAMSKEGA KONCEPTA

Tabela 8: Pregled dveh možnih/predlaganih scenarijev

SCENARIJ (KONCEPT)	Scenarij 1:	Scenarij 2
	ALPINE OUTDOOR & WELL-BEING HOTEL	OUTDOOR SPORTS HOTEL & TRAINING CENTER
Katero zgoraj predstavljeno opcijo predstavlja	Opcija 1: (WELLNESS HOTEL) In ločena opcija 2 (Športni (OUTDOOR) hotel)	Opcija 3: KONFERENČNI HOTEL – KOMPETENČNI CENTER (Hotel z izobraževalnim kompetenčnim centrom za outdoor športe)
Kategorija	4* / 4*S	3* / 4*
	Hotel (kategorije 4*) za zahtevnejše goste, ki prihajajo v destinacijo zaradi doživljanja izjemne narave, raziskovanje njenih naravnih in kulturnih posebnosti ter zaradi aktivnosti v naravi, vendar pa jim je pri tem zelo pomembna kakovostna in atraktivna hotelska ter podporna wellness in outdoor servisna ponudba.	Koncept izobraževalnega outdoor hotela, ki gradi svojo primarno pozicijo skozi izobraževalno-kompetenčni center za outdoor športe in pospeševanje trajnostnih praks, ob tem pa deluje tudi v segmentu MICE ter v osrednjih poletnih mesecih nastopa na trgu kot klasični outdoor hotel za leisure segment.
Fokus-segmenti	Počitniški (leisure) outdoor in wellbeing segment; ki ga glede na intenzivnost aktivnosti, ki jih zanimajo, lahko ločimo na ACTIVE segment in RELAX segment.	Vodniki, ponudniki, organizatorji outdoor športov; napredni uporabniki outdoor športov, tudi počitniški (leisure) segment. Vseh vrst ponudniki, ki želijo razvijati trajnostni turizem; MICE dogodki in programi.
Nastanitev-sobe	X 4*do 4*S	X 3* do 4*
Hotelska restavracija	X	X
Bar	X	X
A-la-carte restavracija	X	X
Wellness	X (večji poudarek)	X (podporna ponudba)
Visitor center (pomožni objekt) – kot ločen, samostojen koncept, a komplementaren	X	X
Vsa potrebna infrastruktura za specializacijo za hiking&biking	X (nižji nivo specializacije –2 od 3 koles/pohodnikov)	X (najvišja specializacija)

SCENARIJ (KONCEPT)	Scenarij 1: ALPINE OUTDOOR & WELL-BEING HOTEL	Scenarij 2 OUTDOOR SPORTS HOTEL & TRAINING CENTER
Infrastruktura v podporo usposabljanju za outdoor športe	/	X
Infrastruktura (in kadri) v podporo raziskavam in rehabilitaciji športnikov	/	/
Konferenčni-seminarski prostori	X (zelo omejeno)	X (velik poudarek, vendar manjše zmogljivosti)
Servisna podpora prireditvam na območju Sotočja	/	X
Odprtost za zunanje obiskovalce in domačine	X (omejeno)	X
Vpliv prireditvenega koncepta na območju Sotočja	Lahko ima negativen vpliv, če gre za hrup in gnečo na prireditvenem prostoru	Manjši vpliv – predvsem pozitiven, če gre za koncept nižjih in butičnih dogodkov
Pomen celostne ureditve širše lokacije Sotočja	Velik	Velik
Zeleni koncept (okoljski znak)	X	X
Poslovanje celo leto	X (izziv manj privlačni meseci v zimskem času)	X

Legenda

X = DA

/ = NE

Na skupnem sestanku s predstavniki naročnika dne 24. 11. 2021 je so bile sprejete odločitve, potrebne za nadaljevanje priprave projekta:

- ▶ **Izbran je bil scenarij 2 - Outdoor Sports Hotel & Training Center**, ker pokriva javni interes in ga občina lažje usklajuje z lastnimi prioritetami. Za Občino Tolmin je pomembno, da Sotočje ostane odprt prostor za prebivalce, zato pričakuje rešitev, ki bo to zagotavljala. Točke interakcije vidi v gostinskem delu ponudbe, v interpretacijskem centru, v povezovanju hiše s prireditvenim prostorom. Programski del mora imeti prednost pred hotelskim, Sotočje mora postati in ostati stičišče obiskovalcev in domačinov.
- ▶ Pri izbiri načina gradnje je bila sprejeta odločitev, da je **novogradnja primernejša** zaradi nižjih stroškov, večje funkcionalnosti in večje fleksibilnosti, ki jo taka gradnja omogoča. Obstoječa zgradba sicer ima simbolno vrednost, še posebej za tiste, ki so v njej prebivali, ni pa zaščiten in ne pomeni presežkov v prostoru. Novogradnja mora biti tudi izziv za arhitekta, da najdejo kakovostno in atraktivno rešitev, ki si jo Sotočje zasluži. Upoštevati je potrebno tudi most čez Tolminko in novo obvoznico, ki bo krepko spremenila podobo krajine na dostopu oziroma v vplivnem območju Sotočja. Prevladala je ocena, da bi bilo novogradnjo lažje umestiti v nov ambient.

11. 5. PREDSTAVITEV IZBRANEGA PREDLOGA PROGRAMSKO-TRŽENJSKEGA KONCEPTA

5.1 Krovni koncept izbranega scenarija in cilji, ki jih zasledujemo

IZBRANI SCENARIJ IN KROVNI KONCEPT

Izbran je scenarij 2 (v predhodnem poglavju 4.3.2 predstavljen kot KONFERENČNI HOTEL – KOMPETENČNI CENTER oziroma hotel z izobraževalnim kompetenčnim centrom za outdoor športe). Z dodelavo in v nadaljevanju 5. poglavja podrobnejšo predstavitev je izbran programsko-trženjski koncept načrtovanega investicijskega projekta »Sotočje« naslednji:

Vzpostavljamo koncept

SLOVENSKEGA NACIONALNEGA IZOBRAŽEVALNO-KOMPETENČNEGA CENTRA ZA OUTDOOR ŠPORTE IN TRAJNOSTNI TURIZEM

(s podporno ponudbo hotela po konceptu aktivnega alpskega well-beinga),

ki gradi svojo primarno pozicijo skozi

vrhunski nacionalni izobraževalno-kompetenčni center za outdoor športe in trajnostni turizem, ob tem pa nudi podporno infrastrukturo za prireditve na širšem Sotočju, s konferenčnimi dvoranami nudi prostor za dogodke lokalne skupnosti, deluje v segmentu MICE ter v glavnih poletnih mesecih (oziroma ko ima proste kapacitete) nastopa na trgu kot outdoor hotel za aktivne goste (leisure segment).

Z zaokroženo ponudbo interpretacijskega centra UNESCO MAB območja in Doline Soče, podporno infrastrukturo za izvajanje nadgrajenega koncepta prireditev na tem izjemnem prostoru, prostorom za srečevanje ter ureditvijo širšega območja Sotočja postane

postane

VRHUNSKO ALPSKO SREDIŠČE ZA USPOSABLJANJE NA PODROČJU OUTDOOR ŠPORTOV

**IN PRODOREN POSPEŠEVALEC TRAJNOSTNIH PRAKS,
KI S SODOBNIM INTERPRETACIJSKIM CENTROM PREDSTAVLJA VRATA V
DOLINO SOČE.**



KATERE TEMELJNE CILJE IZPOLNJUJE PROGRAMSKI KONCEPT



Poleg štirih temeljnih ciljev sledi naslednjem strateškim principom:

1. **Premišljeno valoriziramo ta izjemni prostor** visoke simbolne vrednosti, tako z vidika narave kot pomena za lokalno skupnost.
2. Razvijamo **celosten, celoletni koncept in ekonomsko vzdržen model**, ki bo temeljil na visoki kakovosti in dodani vrednosti (**več generatorjev prihodkov – ne zgolj nastanitve**).
3. **Izkoriščamo izjemne naravne danosti lokacije in strateško pozicijo** ob obvoznici in na križišču pohodniških, kolesarskih in vodnih poti ter »Sotočje« pozicioniramo kot vrata v Dolino Soče in UNESCO MAB območje.
4. **Vzpostavljamo sodoben interpretacijsko-informacijski center UNESCO MAB območja** s poudarkom na izjemni naravni vrednoti reke Soče.
5. **Izkoriščamo pozicijo Doline Soče kot vodje na področju outdoor športov** (tržni voditelj v širšem alpskem prostoru na področju vodnih športov in močen igralec v drugih outdoor športih) – za nacionalni izobraževalno-kompetenčni center za te športe.
6. Objekt in lokacijo »Sotočje« vzpostavljamo kot **inovativnega, a avtentičnega zelenega voditelja in pospeševalca trajnostnih praks v turizmu in širših lokalnih okoljih** – tako glede tehnologij, krožnih modelov kot tudi glede vpetosti v lokalno okolje.
7. Razvijamo programski koncept, ki bo celotni destinaciji in širši regiji Julijske Alpe zagotovil dodano vrednost – postati **regionalni center za razvoj outdoor in trajnostnega turizma**.

5.2 Vizija, poslanstvo in ciljno tržno pozicioniranje

VIZIJA – KAJ ŽELIMO DOSEČI

**»Sotočje«, ta izjemni naravni prostor visoke simbolne vrednosti,
postane
VRHUNSKO ALPSKO SREDIŠČE
ZA USPOSABLJANJE NA PODROČJU
OUTDOOR ŠPORTOV
in prodoren pospeševalec trajnostnih praks,
ki s sodobnim interpretacijskim centrom predstavlja vrata v Dolino
Soče.**

POSLANSTVO – KAJ NAS PRI TEM VODI

**Naše poslanstvo je nudenje vrhunskih programov usposabljanja na
področju outdoor športov v izjemnem naravnem prostoru ter
navdihovanje vseh obiskovalcev, lokalne skupnosti in Slovenije za
aktiven in odgovoren zelen življenjski slog.**

KONCEPT TRŽNEGA POZICIONIRANJA – ZA OSREDNJI KONCEPT PONUDBE

V Sloveniji

TOLMIN, SOTOČJE, DOLINA SOČE

**Nacionalni outdoor izobraževalni center & hotel z vrhunskimi
programi usposabljanja za področje outdoor športov
in za aktivne počitnice.**

Na tujih trgih

TOLMIN, SOTOČJE, Soča Valley, Slovenia

**National Outdoor Training Centre & Hotel for outdoor activity courses
and active holidays all year round, in stunning Soča Valley.**

interpretacijski center se pozicionira tudi samostojno, kot interpretacijski center Soče in
UNESCO MAB območja Julijskih alpe ter kot vstopna informacijska točka v Dolino Soče.

Ime celotnega kompleksa še ne podajamo v končni verziji, temveč kot delovno – čeprav bi veljalo
to v lokalni skupnosti uveljavljeno in prepoznavno ime (Sotočje) ohraniti. V nadaljevanju je
prikazan koncept uporabe imena glede na različne programske sklope.



Ko uporabimo besedo »Sotočje«, so torej mišljeni vsi programski sklopi, umeščeni na Sotočje, ki tvorijo zaokroženo celoto.

KLJUČNI ELEMENTI TRŽNEGA POZICIONIRANJA

Svojo trženjsko pozicijo uresničujemo skozi naslednje elemente (10):

- (1) Izjemni naravni in simbolni prostor** sotočja rek Soče in Tolminke.
- (2) Osrednji slovenski (nacionalni) training (izobraževalni-kompetenčni) center za outdoor športe in trajnostni turizem** – za posameznike, ki želijo izboljšati svoje outdoor kompetence kot tudi za outdoor inštruktorje (ki želijo pridobiti certifikat) – po najvišjih standardih, za več disciplin športov (vodni športi, gorništvu, kolesarjenje itd).
- (3) Inovativni zeleni hub** – center za trajnostni turizem Doline Soče, Julijskih Alp in Slovenije; promotor odgovornega ravnanja in inovator na področju krožnih rešitev.
- (4) Zelen aktivni butični hotel**, ki udejanja koncept aktivnega alpskega well-beinga.
- (5) Vrhunska interpretacija Soče** in širšega prostora.
- (6) Vstopna točka v Dolino Soče.**
- (7) Priljubljena tolminska točka druženja** – za domačine in obiskovalce.
- (8) Angažiran partner v promociji zelenega in aktivnega življenjskega sloga** v lokalni skupnosti, Dolini Soče in Sloveniji.
- (9) Pospeševalec kakovosti v destinaciji ter pomemben ustvarjalec spodbudnega podpornega okolja** v lokalni skupnosti (community support).
- (10) Zelena, odgovorna, zero waste ponudba, e-mobilnostna točka.**

5.3 Predstavitev programsko-trženjskega koncepta

5.3.1 Vsebinska razlaga posameznih programskih sklopov

Slika 18: Uvodni hitri pregled programskih sklopov in vsebin



Programski sklopi so v nadaljevanju podrobneje predstavljeni.

5.3.1.1 Training (izobraževalno-kompetenčni) center in hotel

Training (izobraževalno-kompetenčni) center



POJASNILO KONCEPTA

Gre za koncept IZOBRAŽEVALNO-KOMPETENČNEGA CENTRA, ki pa ga za jasno in bolj razumljivo komunikacijo na **trgu komuniciramo kot TRAINING (IZOBRAŽEVALNI) CENTER**.

Kompetenčni center⁴ pomeni, da deluje ne zgolj kot izobraževalni center, temveč tudi kot pospeševalec razvoja kompetenc na področju outdoor športov v Sloveniji, za krepitev

⁴ Dodatna razlaga KOMPETENČNEGA CENTRA = Več kot zgolj usposabljanje:

konkurenčnosti slovenskega outdoor produkta na mednarodnem trgu. Ta vidik mu daje na mednarodnem trgu training programov večjo strokovnost in pozicijo.

Center pokriva dva vsebinska področja, ki sta med seboj močno povezana (komplementarna, s sinergijami), a hkrati gradi vsak svojo strokovno in trženjsko pozicijo:

1. **Training (izobraževalni) center za OUTDOOR športe in kompetenčni center za OUTDOOR športe** (prvi ima fokus na izvajanje programov, drugi na krepitev kompetenc destinacije in Slovenije na področju outdoor športov);
2. **Center za trajnostni turizem** – ki deluje kot izobraževalni in kompetenčni center oziroma osrednji strokovni center za področje pospeševanja trajnostnih in krožnih praks v destinaciji in Sloveniji.

KONCEPT PROGRAMOV, KI JIH NUDI IZOBRAŽEVALNO-KOMPETENČNI CENTER

Center nudi 2 tipa programov:

1. **Izobraževanja in usposabljanja na področju posameznih outdoor športov, ki vodijo v CERTIFICIRANJE in pridobitev LICENC** za izvajalce posameznih outdoor športov – učitelje, trenerje oziroma vodnika (gorski vodnik, kolesarski vodnik, vodnik za soteskanje, vodnik za rafte, vodnik za kajake ...). Te programe licenciranja zdaj izvajajo posamezne panožne zveze v Sloveniji, vendar v omejenem obsegu oziroma periodiki; celotno področje pa je na nacionalni ravni relativno neopredeljeno in ne-regulirano. Cilj je, da center pod svoje okrilje vključi vse obstoječe sisteme certificiranja panožnih zvez (v obliki partnerstva, za večjo celovitost, prepoznavnost in nudenje trženjske in logistične podpore) ter dopolni izobraževanja na področjih, kjer je zdaj izvajanje omejeno, in vzpostavi tudi nove.
2. **INDIVIDUALNA IZOBRAŽEVANJA in PRIDOBIVANJE KOMPETENC na posameznih področjih, ki ne vodijo v certificiranje, za njih pa se odločajo posamezniki, ki želijo izboljšati svoje znanje, izkušnje, izvajanje in kompetence** v okviru posameznega športa ali drugih področij v povezavi z izvajanjem aktivnosti v naravi (poleg izredno širokega nabora športov v naravi tudi znanja na področju ravnanja v primeru plazov in druga bolj specialistična znanja).

Center programe izvaja z manjšo temeljno ekipo lastnih, redno zaposlenih vrhunskih trenerjev in učiteljev, nato pa širok asortima programov izvaja na osnovi pogodbenega sodelovanja z izbranimi zunanjimi trenerji in učitelji, na osnovi jasnih kriterijev glede potrebnih certifikatov in znanj.

V naslednji fazi bo potrebno s strokovnjaki pripraviti **natančno razdelan programski koncept in načrt** izobraževalno-kompetenčnega centra (partnerji, področja, izobraževalni programi, poslovni model, trženje), kar je nujno potrebno pripraviti v sodelovanju z upravljavcem.

-
- > Izboljšanje kompetenc zaposlenih v segmentu outdoor športov in s tem povečanje njihove prilagodljivosti, zaposljivosti in učinkovitosti;
 - > Krepitev ozaveščenosti zaposlenih in delodajalcev o nujnosti vseživljenjskega pristopa k usposabljanju na področju outdoor športov;
 - > Krepitev povezovanja, mreženja podjetij ter prenos dobrih praks;
 - > Krepitev konkurenčnosti in inovativnosti slovenskega gospodarstva v segmentu outdoor produkta;
 - > Razvoj in usklajeno izvajanje kompetenčnih modelov.

Hotel



NAMEN IN POZICIJA HOTELA

Hotel je glede na vizijo in poslanstvo celotnega »Sotočja« v osnovi zasnovan na način, da **predstavlja podporo izobraževalnemu-kompetenčnemu centru**, saj le-ta ne more na trgu delovati konkurenčno, če nima svojih nastanitvenih zmogljivosti (primeri dobrih praks v tuji kažejo, da so pomembni rezidenčni programi).

Primarno je torej namenjen nudenju nastanitve za udeležence programov. Šele takrat, ko njegove zmogljivosti niso napolnjene z udeleženci programov, se trži tudi na prostočasnem (leisure) in poslovnem (business) trgu.

Hotel hkrati deluje tudi kot podpora drugim programskim sklopom – interpretacijskemu centru in izvajanju prireditev na območju. V ta namen so njegovi prostori razdeljeni na:

- > »Zasebni del« (sobe in hotelska restavracija; prostori prvenstveno namenjeni udeležencem programov in hotelskim gostom in) ter
- > »Povezovalni del« (wellness, fitness, prireditveno-konferenčna dvorana, prostor za podporo izvajanju športnih programov, gostinska ponudba ter druga podporna ponudba.

Hotel na ta način ne predstavlja neposredne konkurence drugim ponudnikom v destinaciji.

PROGRAMSKI KONCEPT HOTELA

Močno izražen alpski outdoor karakter hotela s podporno wellness ponudbo, ki se pozicionira kot

AKTIVNI ALPSKI WELL-BEING HOTEL

ACTIVE ALPINE WELL-BEING HOTEL

TEMELJNA HOTELSKA KATEGORIZACIJA:

Nastanitveni objekt se bo po Pravilniku o kategorizaciji nastanitvenih obratov – kriteriji za kategorizacijo – hotel (Hotel Stars) kategoriziral kot HOTEL.

KATEGORIJA – zvezdice

Hotel pridobi 4 zvezdice (**)**

Utemeljitev izbora kategorije

V destinaciji Dolina Soče močno primanjkuje *full-service* hotelov, sploh višje kategorije:

- > V občini Tolmin ni 4-zvezdičnega hotela (kot hotel so kategorizirani 4 objekti, vsi v kategoriji 3*)
- > V občini Kobarid je na voljo le 1 objekt kot hotel – in ta je v kategoriji 4*
- > V Bovcu je 8 objektov kategoriziranih kot hotel, od tega le 1 hotel v kategoriji 4*
- > = V celotni destinaciji Dolina Soče je le 13 hotelov, od tega le 2 v kategoriji 4*

Glede na zastavljen programski koncept in poslanstvo ter vizijo mora objekt nujno postavljati in zasledovati višje standarde kakovosti in prispevati k celoletnosti in izboljšanju strukture ponudbe v ožji in širši destinaciji. Danes trendi povpraševanja kažejo, da kategorija 4* ni več razumljena kot visoka/nadpovprečna kategorija, temveč temeljna kakovostna ponudba, ki za zahtevnejše obiskovalce – ki jih želi destinacija učinkoviteje nagovoriti – minimalni standard.

TRŽENJSKA SPECIALIZACIJA

STANDARDI SPECIALIZACIJE ZA POHODNIŠKO NASTANITEV

Hotel ciljno pridobi najvišji standard ELITE 3 pohodniki

STANDARDI SPECIALIZACIJE ZA KOLESARSKO NASTANITEV

Hotel ciljno pridobi najvišji standard ELITE 3 kolesarji = ELITE BIKE HOTELS (MTB HOLIDAYS)

POZOR-DODATNO POJANSILO

Prvo leto lahko hotel začne z osnovno kategorijo ali 2. stopnjo, 3. stopnjo šele po letu dni delovanja in kontroli; osnova za kategorizacijo je članstvo v združenju Slovenia Outdoor.

RAZLAGA

Kriteriji / standardi imajo poudarek na:

- > Usposobljenem osebju
- > Predstavitev in informacije na internetni strani
- > Pohodniški/kolesarski image nastanitve
- > Infrastruktura / ponudba nastanitve
- > Ponudba nastanitve in okolice

MOŽNE KATEGORIJE: Specializacija z letom 2022 prehaja iz zdajšnjih možnih 5 pohodnikov/kolesarjev na 3 kategorije:

POHODNIŠTVO

- > BASIC 1 pohodnik
- > STANDARD 2 pohodnika
- > ELITE 3 pohodniki

KOLESARJENJE

- > BASIC 1 kolo = BIKE & BED
- > STANDARD 2 kolesa = CLASSIC BIKE HOTELS/ROAD BIKE HOTELS
- > ELITE 3 kolesa = ELITE BIKE HOTELS (MTB HOLIDAYS)

S tremi stopnjami je označena ponudba ponudnikov, ki jim je pohodništvo prioriteten produkt v nastanitvi in ki "živijo s pohodniki/kolesarji", kar bo tudi obrazloženo v promocijskih materialih.

PROGRAMI-STORITVE, KI JIH NUDI HOTEL (POZOR: podrobnejša tabelarična predstavitev v poglavju 5.4)

POTREBNE STORITVE IN PROSTORI

Prvi sklop: HOTELSKI DEL

A. Nastanitvena ponudba

Sobe so 3 tipov:

- > Sobe (vse s kopalnico in balkonom ali ploščadjo z izhodom na prosto): **30** (velikost 22 do 27 m²)
- > Suite: **2** (32 m²)
- > Individualna ležišča za skupine: (2 x 6); umestijo se »bunk beds«, 2 x po 6 postelj in 1 skupna kopalnica. Namenjena je skupinam)

Skupaj je na voljo 80 ležišč.

B. Sprejemni del

Recepcija, lobby in mini lobby bar/kavarna, info točka (pohodniška, kolesarska...), knjižnica.

Recepcija je del javnega servisa, ki je povezan z *lobbyjem* in info točko. Glede na trende digitalizacije, kjer se prijava/odjava izvajata digitalno, se mesto receptorja nadgrajuje v funkcijo *concierge*, ki poleg hotelskega servisa in informacij pomaga tudi gostom pri organizaciji in načrtovanju doživetij/izletov v destinaciji.

Prostor je stičišče hotelsko-izobraževalnega dela, preko katerega poteka tudi povezava do drugih programov. Nudi dovolj prostora, za sprejem večjih skupin na programu izobraževanja. Lobby in knjižnica lahko tudi priložnostno nudita prostor za manjše sestanke.

C. Gostinska ponudba

Hotelska restavracija za hotelske goste (zajtrkovalnica in penzijska restavracija): 1 x 60 sedežev: 135 m² oziroma 2 enoti.

Drugi del: POVEZOVALNI DEL (ki poveže vsebine in programe hotela in izobraževalno-kompetenčnega centra)

Wellness in fitness

- > Savne
- > Ohlajevalni bazen (tudi za kneipanje)
- > Whirlpool in prostor za sprostitev
- > Prostor za masaže
- > Fitness in prostor za telovadbo

Gostinska ponudba

A la carte restavracija

Prireditveno-konferenčni del

- > 3 do 5 manjših konferenčno-seminarskih enot, ki so lahko umeščene kot dodaten multifunkcijski prostor ali pa kot več funkcijsko kombinacijo z gostinskim in športnim delom – glej programsko specifikacijo v nadaljevnaju.
- > Multifunkcionalni prostor oziroma konferenčna dvorana (150 do 200 pax), ki se lahko različno pregrajuje; v času prireditev prostori na voljo organizatorjem, namenjena pa je tudi večjim dogodkom lokalne skupnosti.

Športni program (vključuje vse, kar opredeljujejo najvišji standardi specializacije za kolesarjenje in pohodništvo)

- > Shramba za kolesa in polnilnica za e-kolesa
- > Shramba z smuči in gorniško/pohodniško opremo
- > Prostor za izposajo in sprejem koles, turno smučarske opreme, pohodniško gorniške opreme ter servisiranje
- > Plezalna stena – balvanska notranja

Drugi javni programi

- > Parkirišče (garaža); 20 parkirnih mest
- > Polnilnice za električni avto in električna kolesa
- > Kolesarska stojala pred objektom (zaklepanje)
- > Pralnica (self service pralni stroj), sušilnica, toalete in tuš
- > Pisarne za zaposlene
- > Ostale javne površine (garderobe, sobe, wc-ji, skladišča)

Za podrobnejši tehnični pregled glej poglavje 5.4 in Prilogo 2 (arhitekturni koncept).

5.3.1.2 Interpretacijski center



KAKŠNA JE VLOGA VISITOR CENTRA V KONCEPTU OBJEKTA »SOTOČJE«

Interpretacijski oziroma Visitors center je integralni del širšega območja Sotočja: na eni strani deluje kot samostojna turistična atrakcija, na drugi strani pa s svojim zelenim sporočilom poudarjen skupni imenovalec celotnega programa na območju.

Reka Soča je ključna tematika in rdeča nit postavitve.

CILJI, ki jih zasledujemo

1. Prispevati k atraktivnosti in pozicioniranju destinacije.
2. Izpostaviti in predstaviti izjemno naravno okolje, pomen in odgovornost znaka UNESCO MAB.
3. Organizirati vstopno točko Vrata v Dolino Soče in predstaviti »navodila za odgovorno uporabo« oz. smernice za odgovorno obnašanje obiskovalcev.

KLJUČNE ZNAČILNOSTI INTERPRETACIJSKEGA CENTRA

- > Atrakcija, ki na enem mestu **podaja zgoščeno sliko izjemnega okolja**. Na to okolje nas pripravi, ga nam razloži in nas animira za globlje raziskovanje na terenu.
- > Skozi interpretacije podamo pomembna sporočila o svetu, v katerem živimo, pa tudi povemo, kako se je v tem občutljivem okolju potrebno **odgovorno obnašati**.
- > Vrhunski visitor center postane **ena izmed ključnih identifikacijskih točk Doline Soče, močna atrakcija**, pa tudi učinkovito marketinško orodje, ki širi pozitivna sporočila v svet.
- > Lokacija interpretacijskega centra je primerna tudi zaradi dostopnosti – na križiščih poti in ob novi obvoznici.

Okvirno nakazan možni PROGRAMSKI KONCEPT

- > Predstavitvev UNESCO MAB območja s poudarkom na območju Doline Soče in območja občine Tolmin.
- > Oblikovanje površja (potresi, poplave, Tolminska korita).
- > Sožitje človeka in narave, spreminjanje kulturne krajine.
- > Visokogorski kraški svet (morda sistem MIG).
- > Živali in rastline doline Soče.
- > Občasne tematske razstave.

- > Druge identificirane teme, ki podpirajo zgornje.

CILJNE SKUPINE

- > Stacionarni gostje celotnega območja Julijskih Alp.
- > Dnevni obiskovalci iz kroga okvirno do 150 km.
- > Organizirane interesne skupine, izobraževalne ustanove.

TVEGANJA

- > Obisk interpretacijskega centra bo vezan na sezonsko nihanje toka obiskovalcev skozi dolino, zato bo v zimskih terminih potrebno več naporov na organiziranem trgu.
- > Program širšega območja Sotočja mora biti organiziran in upravljan na način, da ne bo ogrožal sporočilnosti visitor centra.
- > Potreben upravljavec – ki je ločen od managementa osnovnega objekta (hotelskega) oziroma v primeru skupnega upravljavca določiti ločen upravljavski model in financiranje.

PROGRAMI-STORITVE, KI JIH NUDI INTERPRETACIJSKI CENTER (POZOR: podrobnejša tabelarična predstavitev v poglavju 5.4)

Razstavniki prostori

- > Recepcija in informacijski center s trgovino
- > Tematske sobe (1.200 m²)
- > Občasne razstave

Dodatna ponudba

- > Bar in restavracija
- > Otroška igralnica

Javni program

- > Skladišče
- > Sanitarije – za potrebe prireditev
- > Parkirišče
- > Parkirišče za avtobus

Za podrobnejši tehnični pregled glej poglavje 5.4 in Prilogo 2 (arhitekturni koncept).

5.3.1.3 Prireditveni prostor



CILJI, ki jih zasledujemo

1. Zagotavljanje, da bodo vsebine osnovnega objekta, visitor centra in prireditvenega prostora (kot tudi širšega koncepta Sotočja) komplementarne in sinergijske ter delovale kot zaokrožena celota.
2. Urediti potrebne priključke in prireditveno infrastrukturo in organizatorjem olajšati izvedbo najrazličnejših dogodkov.
3. Prilagoditi obseg prireditev in število obiskovalcev nosilni zmogljivosti območja. Re-invecija festivalskega poslovnega modela v smeri manjših butičnih prireditev in družbenega dogajanja po meri posameznih ciljnih skupin – in domačinov (!); večje dogodke pa v celoti umeščati izven poletja.
4. V dogovoru z organizatorji zagotoviti zelene standarde, ki bodo zagotovili odgovoren način organizacije in izvajanja prireditev, v največji možni meri omejiti negativne učinke.
5. Na daljši rok zagotoviti kakovosten, vzdržen in okolju primeren program.

PROGRAMI-STORITVE, KI JIH NUDI PRIREDITVENI CENTER (POZOR: podrobnejša tabelarična predstavitev v poglavju 5.4 in še posebej v arhitekturnem konceptu v Prilogi 2)

Prireditveni prostor

- > Oder
- > Stojnice

Sprejemni del

- > Parkirišče
- > Vhodi / izhodi
- > Sanitarije

Za podrobnejši tehnični pregled glej poglavje 5.4 in še posebej Prilogo 2 (arhitekturni koncept).

5.3.1.4 Širše Sotočje



IZJEMNI PROSTOR Z MOČNO SIMBOLNO VREDNOSTJO

Sotočje, nekoč pašnik agrarne skupnosti in kmetijsko zemljišče najnižje kategorije, z razvojem turizma postaja vedno bolj privlačna cona sprostitve in rekreacije. V zadnjih dveh desetletjih je postalo prepoznavno kot prizorišče festivalov, vedno je bilo stičišče domačinov in ta vloga se še krepi. Skozi območje danes tečejo prepoznavne daljinske pohodniške in kolesarske poti, na obrežju Soče so priljubljene neurejene plaže, ob Soči in Tolminki tečejo prijetne sprehajalne poti.

CILJI, ki jih zasledujemo

1. Ureditev območja v sproščeno stičišče obiskovalcev in domačinov.
2. Izpostaviti Sotočje kot križišče in izhodišče tematskih poti.
3. Pozicionirati Sotočje kot eno izmed ikon posoškega turizma.

PRINCIPI UREDITVE ŠIRŠEGA OBMOČJA

= Programska hrbtenica, ki povezuje vse dogajanje na območju

Širše obravnavano območje, ki sega od pokopališča do sotočja rek Soče in Tolminke, je lokacija izjemne naravne vrednosti, zato moramo s posegi skladno urediti celotno območje in preprečiti stihijsko urejanje območja *per partes*.

Osnovo za ureditev predstavljata programska in servisna hrbtenica, ki napajata območje in na kateri se pripenjajo raznoliki programi.

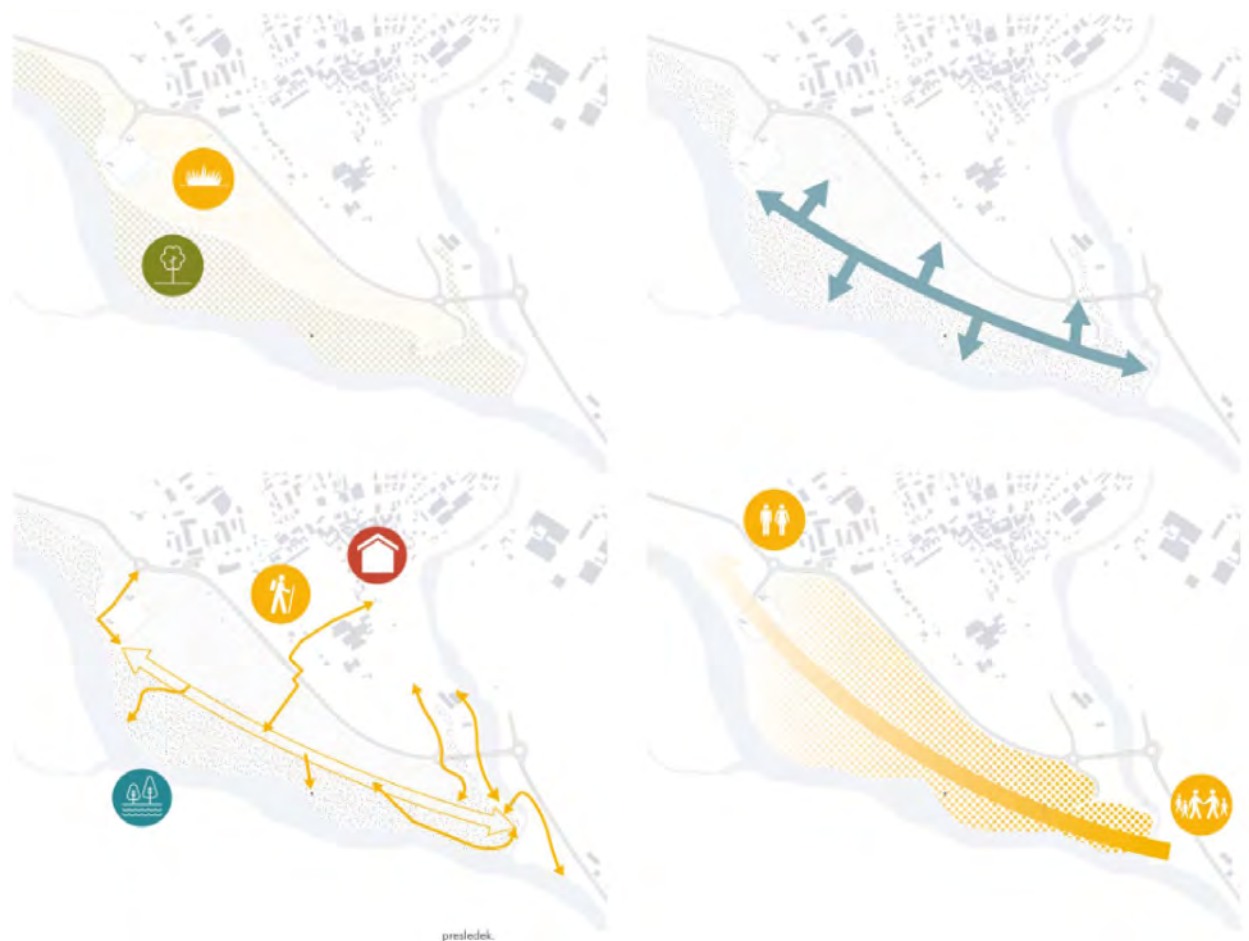
Programska os poteka po že obstoječi poti, ki poteka ob naravni meji med gozdom in travnikom v smeri vzhod - zahod in na ta način ne posega dodatno v naravno okolje.

Prečno na os potekajo povezave, namenjene pešcem in kolesarjem, v smeri sever - jug, ki povezujejo območje s Tolminom na severu in reko Sočo na jugu. Napajajo programe ob osi in predstavljajo prehode med programskimi sklopi. Skrajno vzhodna in zahodna točka osi se navezujeta na novo predvideno obvoznico ter predstavljata vstopni točki namenjeni vsemu prometu.

Število uporabnikov posameznih programov se zmanjšuje iz vzhoda proti zahodu, pri čemer je gostota obiskovalcev največja na vzhodnem delu območja pri novo načrtovanem interpretacijskem centru, ki se vzpostavi kot novo vozlišče z raznolikim programom, namenjenim različnim ciljnim skupinam kot tudi lokalnim prebivalcem.

Območje izkorišča dobro povezavo s Tolminom in z novo obvoznico tudi povezanost s širšo regijo. Z umestitvijo multimodalne točke na vzhodni del območja, kjer obiskovalci dobijo vse informacije o dogajanju v dolini in nadaljnje povezave, se območje pozicionira kot vstopna točka za obiskovalce celotne doline Soče. Z vzpostavitvijo centralnega transportnega vozlišča se razbremeni center Tolmina ter parkirišča proti Tolminskim koritom, Tolmin pa se poveže s svetom.

Slika 19: Prikaz principov ureditve širšega prostora (več v arhitekturnem konceptu v Prilogi 2).



UREJANJE DROBNE INFRASTRUKTURE in poti na območju

Urejanje drobne infrastrukture in poti na območju mora vključevati:

- > Urejanje drobne infrastrukture in poti na območju mora vključevati:
- > Ureditev širšega območja kot sprehajalne in tekaške cone.
- > Ureditev kritičnih točk na obstoječih poteh (mostički, stopnišča).
- > Izgradnja kolesarske poti na tolminski strani obrežnega gozda.
- > Ureditev posameznih počivališč in interpretativnih točk.
- > Ureditev učnega gozda ob Nemški kostnici.
- > Preveriti prostorske možnosti in urediti infrastrukturne točke, ki lahko služijo kot del ponudbe obiskovalcem ali kot infrastruktura za domačine (skate park, pump track, paviljon za manjše dogodke, drsališče...).
- > Ureditev prometnega režima, parkirišč in javnih prevozov.
- > Ureditev vodne povezave z Mostom na Soči in Postajo.
- > Urediti sanitarije za obiskovalce.

5.3.2 Arhitekturni pristop k umeščanju programov

ARHITEKTURNI PRISTOP

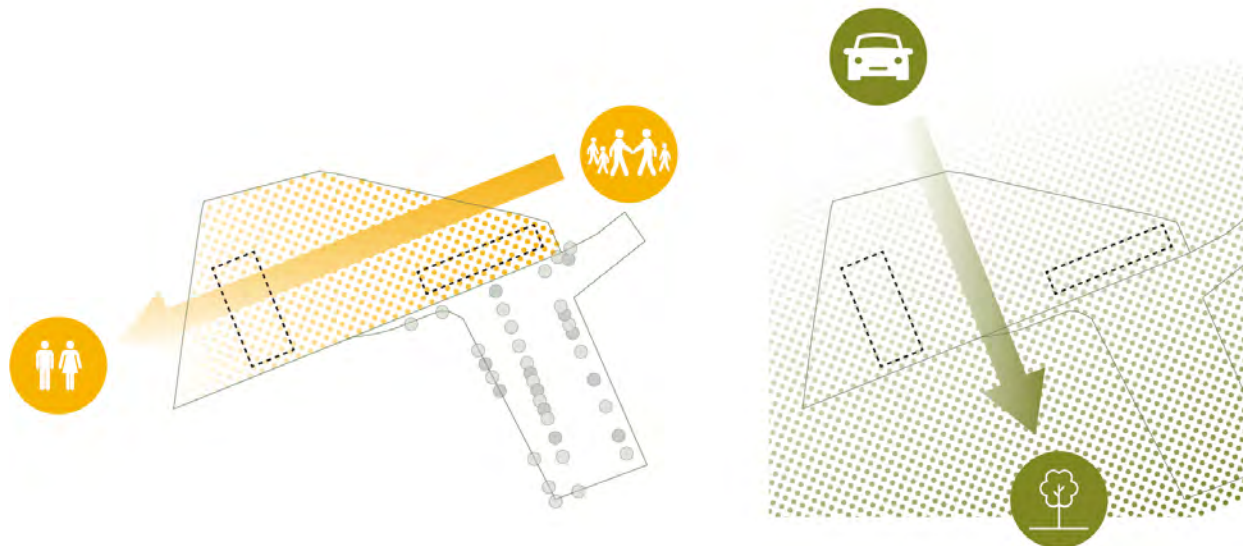
Navezava na širše območje

Ožja lokacija odseva principe, ki so opredeljeni v obdelavi širšega območja. Arhitekturni pristop obravnavanja ožje lokacije se v prvi meri ukvarja z naravnimi danostmi ožje lokacije in hkrati nagovarja širši kontekst iz katerega pristop tudi izhaja.

V prvi vrsti gre ponovno za filtriranje gostote obiskovalcev, ki se tako kot pri obdelavi širšega območja redčijo od vzhoda proti zahodu. S tem se ohranja visoko koncentracijo ljudi na vstopnem trgu in interpretacijskem centru. Medtem, ko objekt kompetenčnega centra pomeni bariero proti vzhodu, kjer je program in zunanja ureditev namenjen manjši koncentraciji ljudi. Na tak način se zagotavlja določeno stopnjo zasebnosti gostov kompetenčnega centra in hkrati nagovarja začetek gozda, ki se razteza proti zahodu.

Drugi pomembni aspekt je filtriranje hrupa urbanega okolja in nove obvoznice z namenom, da se območje bližje reki Soči ohranja čim bolj mirno in naravno. Tako obravnava lokacija služi kot zvočni tampon, ki je na severni strani lokacije (na meji proti multimodalni točki) intenzivno zazelenjen. Postavitev objektov na lokaciji in zunanja ureditev med njimi pa ublaži zvočno obremenitev ter hkrati obiskovalca umiri in pripravi na izkušnjo neokrnjene narave ob bregovih reke Soče.

Slika 21: Navezava na širše območje (več v arhitekturnem konceptu v Prilogi 2)



ODPRTOST OBJEKTOV

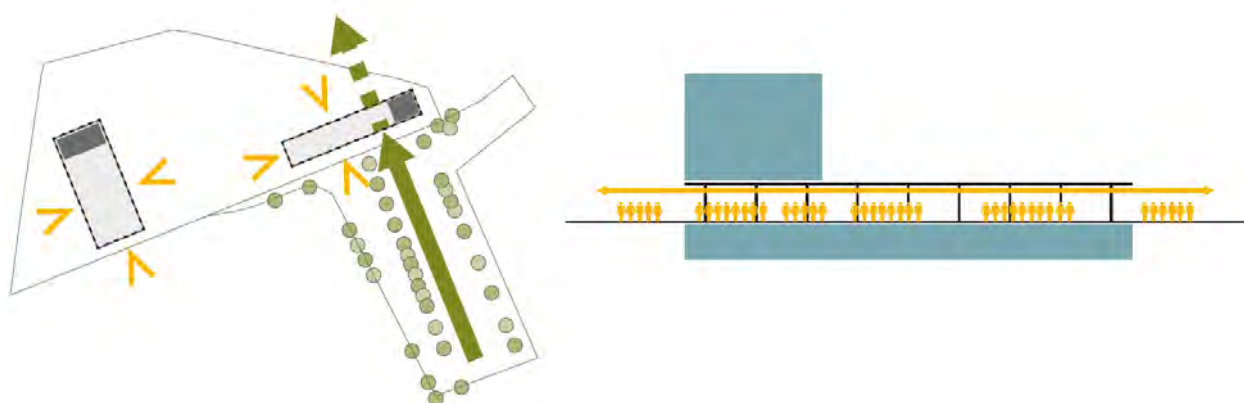
Gostota obiskovalcev, urbani hrup in neokrnjena narava diktirajo zasnovo in postavitve objektov na ožjem območju.

Objekti so organizirani na tak način, da so servisni prostori locirani na severni/zahodni strani objektov. Zasnova pritličja objektov pa je čim bolj transparentna, da s tem povabijo obiskovalce v objekte, hkrati pa nudijo poglede proti gozdu in historičnemu drevoredu s tem pa uokvirijo vedute.

Element historičnega drevoreda je znotraj lokacije obdane z gozdom in reko izredno zanimiv in ga je potrebno v celoti ohraniti. Interpretacijski center je postavljen tako, da se drevored izteče vanj. Tako drevored dobi hrbet in s transparentnim interpretacijskim centrom pridobi še prominentnejšo vlogo.

Objekti so v svojem tlorisnem gabaritu nad terenom kar se da majhni tako da ne preobremenjujejo lokacije hkrati pa da omogočajo dovolj javnega prostora med njimi. Na tak način omogočajo spontana srečevanja in naključne situacije, ki obiskovalcem dajo nove nepozabne izkušnje in poznanstva.

Slika 22: Prikaz principa odprtosti objektov



PROGRAMSKA RAZDELITEV

Zaradi izjemne lokacije z bližino reke Soče in neokrnjene narave je toliko bolj pomembna delikatna umestitev programa. Sami gabariti objektov so kar se da majhni ves javni program, ki ne potrebuje dnevne svetlobe pa je potisnjen v klet. Svetloba v kletne prostore prehaja skozi atrije, ki so hkrati tudi programski aktivatorji povezani s programom kompetenčnega centra (npr. plezalna stena, hoja po vrvi)

Zunanja ureditev med objekti je sestavljena iz različnih ambientov in manjših površin, ki pripomorejo k razdrobljenosti velikega javnega prostora. Programsko se zunanja ureditev naslanja na vsebino v objektih in jih tako programsko obogati. Po drugi strani zunanja ureditev tudi nagovarja prostorske pogoje okrog območja obdelave. To pomeni, da se na primer proti zahodni strani torej proti gozdu zelenje intenzivira. Prav tako zelenje služi omejevanju hrupa in je torej na severni strani območja intenzivnejše.

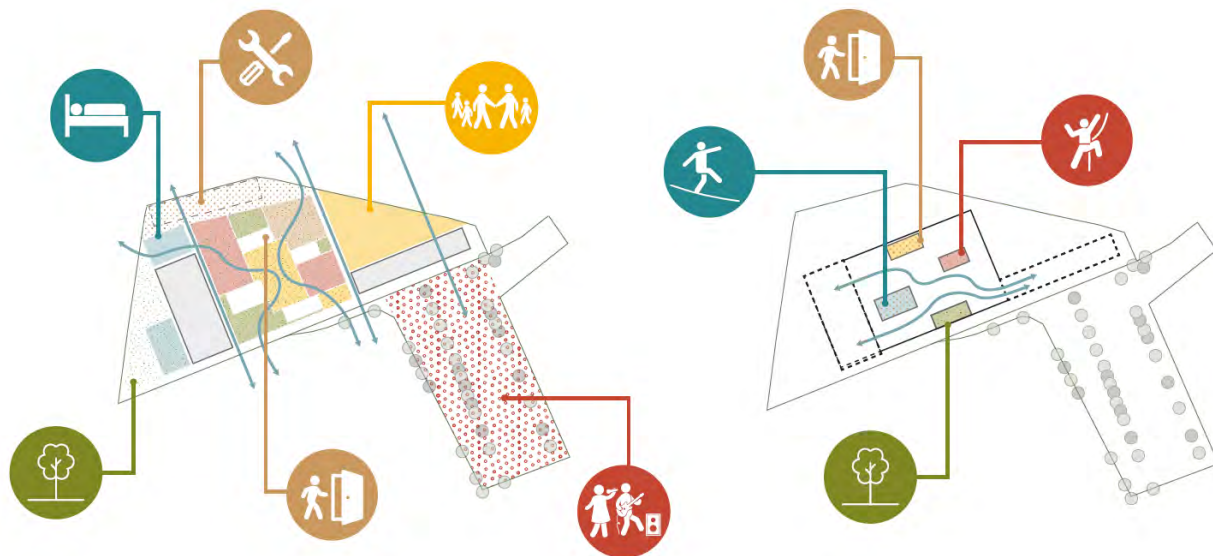
Prireditveni prostor med historičnim drevoredom dobi z interpretacijskim centrom zaledje tako za servis kot bariero med njim in ostalim dogajanjem. Seveda se prostor prireditvenega prostora prilagaja potrebnim kapacitetam glede na velikost dogodkov.

Atriji služijo hrkati kot svetlobniki kot programske enote, ki dopolnjujejo dogajanje v kleti. Kletni program tako postane del parterja, hkrati pa je tudi ravno toliko odmaknjen, da lahko funkcioniira kot ločena enota neodvisna od dogajanja na parterju.

Programska delitev je za funkcionalnost izredno pomembna in hkrati za tako delikatno lokacijo izrednega pomena. Le spoštljivo umeščanje programskih gabaritov in atraktivna programska definicija odprtega prostora lahko celotno lokacijo dvigneta na primeren nivo, kjer je prostor za

outdoor navdušence, naključne mimoidoče, lokalno prebivalstvo in spoštljiv odnos do naravnega bogastva lokacije in širše doline reke Soče.

Slika 23: Prikaz programske razdelitve (več v arhitekturnem konceptu v Prilogi 2)



5.4 Ključne trženjsko-pozicijske opredelitve (trgi in ciljni segmenti)

TRGI, NA KATERIH DELUJEMO

Celoten koncept investicijskega projekta »sotočje« je zasnovan na način, da zagotavlja celoletnost in večjo dodano vrednost. Ključna osnova zato je ponudba raznolikih programov, ki bodo generatorji prihodov v mesecih, ki so zdaj v destinaciji in širši Dolini Soče malo zasedeni, kar za sabo potegne nedelovanje gostinske in druge podporne ponudbe.

V spodnji tabeli je podan pregled treh različnih trgov, na katerih deluje hotel.

Št.	Trg	Pojasnilo	Obdobje-sezona
1.	Na training/ izobraževalnem trgu: OUTDOOR TRAINING CENTER HOTEL	To je prevladujoč karakter in trg, na katerem nastopa hotel (oziroma celoten kompleks) – po tem je najbolj prepoznaven in razlikovalen v odnosu do drugih ponudnikov v destinaciji Dolina Soče in regiji Julijske Alpe) ter v širšem alpskem prostoru. Ob izobraževalnih vsebinah ga odlikuje odlična outdoor podpora infrastruktura in celostna ponudba, različni tipi sob po meri posameznikov in skupin in koncept zelenega outdoor huba.	Vse leto: Poleti je večji poudarek na individualnih udeležencih programov, ki izboljšujejo svoja znanja in ne vodijo v certificiranje.
2.	Na počitniškem/leisure trgu: AKTIVNI ALPSKI WELL-BEING HOTEL	V ospredju je nagovarjanje 1-aktivnih obiskovalcev (outdoor navdušenci) in 2-zelenih raziskovalcev, ki izberejo destinacijo zaradi izjemne narave ter možnosti za aktivno raziskovanje in preživljanje počitnic, pri tem pa cenijo kakovostno ponudbo za aktivnosti in wellness. Tudi leisure segment lahko koristi programe usposabljanja in podporno infrastrukturo.	Predvsem POLETNI MESECI (ko oziroma če hotel ni zaseden z gosti na programih usposabljanja) ter CILJ KREPITVE V PRED-IN POSEZONO, ko ni/če ni programov. Posamezniki tudi v drugih mesecih, a v manjšem obsegu
3.	Na business/poslovnem trgu: KONFERENČNI HOTEL Z ALPSKIM OUTDOOR KARAKTERJEM	Ponudba konferenčnega centra v izjemnem naravnem prostoru in s hotelom za kreativna poslovna srečanja, incentive/team-building in dogodke z aktivnim zelenim karakterjem.	Pomlad in jesen, v manjšem obsegu zima

CILJNE SKUPINE

»Poseben status« v okviru projekta ima lokalna skupnost oziroma domačini – investicijski projekt je zasnova na principih odprtosti in vključevanja domačinov. Ni resort, namenjen samo obiskovalcem, temveč odprto, pretočno in aktivno srečevališča in generator druženja v naravi, ob dogodkih ali v okviru gostinske ponudbe:

- > Domačini na širšem Sotočju – kopanje, sprehajanje, udeležba prireditve;
- > Srečevališče – druženje in gostinska ponudba.

Primarna ciljna skupina so:

1. Udeleženci na izobraževanju in usposabljanju za pridobitev certifikatov za posamezne outdoor športe
2. Outdoor navdušenci, ki želijo izpopolniti svoja znanja in sposobnost varnega izvajanja posameznih outdoor športov

Sekundarne ciljne skupine:

- > Podjetja na poslovnih srečanjih
- > Leisure segment – aktivni pari, posamezniki, družine in zeleni raziskovalci (prikazano v spodnji sliki)

Slika 24: Prikaz segmentne skupine, ki jo nagovarjamo – ACTIVITY segment



Vsem ciljnim skupinam je skupno naslednje:

- > Aktiven življenjski slog;
- > Imajo radi naravo in aktivnosti v naravi;
- > Za svoje hobije so pripravljeni veliko plačati – pogosto pa so njihovi hobiji način življenja in vir zaslužka;
- > Želijo biti samostojni in neodvisni, a hkrati vodeni (saj želijo izbor najboljšega);
- > So odgovorni (eko usmerjeni) in zelo pozorni na trajnostne opcije ter kakovostno in aktivnemu življenjskemu slogu prilagojeno trajnostno in lokalno kulinariko;
- > So nadpovprečno digitalizirani;

- > So družabni (radi so v družbi ljudi s podobnimi vrednotami) – a ima rad svojo intimnost (ne počutijo se radi del množice, ne prenesejo čredne morale).

CILJNE SKUPINE PO LETNIH ČASIH

	Leni čas	MOTIV PRIHODA – koriščenje vsebin*	Ciljne skupine
1.	POLETJE (junij, julij, avgust)	<ul style="list-style-type: none"> > Programi training centra (sploh individualni posamezni obiskovalci) > Pohodništvo > Kolesarjenje > Vodni športi > Raziskovanje > Prireditve-dogodki 	<ul style="list-style-type: none"> > Udeleženci na programih izobraževanja > Leisure segment: posamezniki, pari, družine, zeleni raziskovalci > Obiskovalci prireditvev > <i>Domačini (gostinski del, druženje, širše Sotočje)</i>
2.	JESEN (september, oktober, november)	<ul style="list-style-type: none"> > Programi training centra > Seminarji, dogodki, incentive > Pohodništvo > Kolesarjenje > Ribolov > Incentive programi > Raziskovanje > Prireditve-dogodki 	<ul style="list-style-type: none"> > Udeleženci na programih izobraževanja > Podjetja – seminarji, dogodki > Leisure segment: posamezniki, pari, družine, zeleni raziskovalci > <i>Domačini (gostinski del, druženje, širše Sotočje)</i>
3.	ZIMA (december, januar, februar)	<ul style="list-style-type: none"> > Programi training centra > Seminarji, dogodki, incentive > Zimsko pohodništvo > Zimsko kolesarjenje > Mehke oblike zime > Izleti 	<ul style="list-style-type: none"> > Udeleženci na programih izobraževanja > Podjetja – seminarji, dogodki > Leisure segment: posamezniki, pari
4.	POMLAD (marec, april, maj)	<ul style="list-style-type: none"> > Programi training centra > Seminarji, dogodki, incentive > Pohodništvo > Kolesarjenje > Raziskovanje > Prireditve-dogodki 	<ul style="list-style-type: none"> > Udeleženci na programih izobraževanja > Podjetja – seminarji, dogodki > Leisure segment: posamezniki, pari

5.5 Natančnejša specifikacija vsebin

Vodilo pri zasnovi gre za povezovanje treh sklopov:

- Hotelskega in izobraževalnega centra, ki je bolj »intimen« in ni v neposredni interakciji s programi dnevnih obiskovalcev (»mirni« del)
- Programski sklop (gostinstvo, wellness in visitor center), ki je namenjen gostom hotela in dnevnim obiskovalcem (»povezovalni« del)
- Interpretacijski center in prireditveni, ki predstavlja programski sklop, namenjen dnevnim obiskovalcem in večjim obremenitvam (»živahni« del)

Tretji sklop je opcijsko lahko povezan s Kompetenčnim centrom ali kot samostojen objekt. Ločenost omogoča tudi možnost fazne gradnje. Najprej Interpretacijski center in naknadno Kompetenčni center ali obratno (tudi odvisno od razpoložljivosti virov financiranja in razpisov na katere se lahko kandidira).

5.5.1 Izobraževalno-kompetenčni center s hotelom

TRAINING (IZOBRAŽEVALNO-KOMPETENČNI) CENTER in HOTEL

Koncept izobraževalnega outdoor hotela kategorije **4 zvezdic**, ki svojo pozicijo gradi primarno skozi izobraževalno-kompetenčni center za outdoor športe in trajnostni turizem, ob tem pa deluje na MICE trgu in v osrednjih poletnih mesecih nastopa na trgu kot outdoor hotel.

HOTELSKI DEL				
Ponudba-prostori	Število enot	Velikost (m ²)	Uporabniki	Opombe
Sprejemni del				
Recepcija, lobby in mini lobby bar/kavarna, info točka (pohodniška, kolesarska...), knjižnica	1		Hotelski obiskovalci, udeleženci dogodkov	Recepcija je del public servisa, ki je povezan z lobbyjem in info točko. Glede na trende digitalizacije, kjer se prijava / odjava izvajata digitalno, mesto receptorja nadomešča concierge, ki poleg hotelskega servisa in informacij pomaga tudi gostom pri organizaciji in načrtovanju doživetij / izletov v destinaciji. Prostor je stičišče hotelsko izobraževalnega dela preko katerega poteka tudi povezava do drugih programov. Nudi dovolj prostora, za sprejem

				večjih skupin na programu izobraževanja. Lobby in knjižnica lahko tudi priložnostno nudita prostor za manjše sestanke.
Sobe				
Sobe – vse s kopalnico in balkonom oz./ali ploščadjo z izhodom na prosto	30	22 – 27 m ²	Hotelski gostje	Sobe so različnih več tipov površin. 1/3 sob je večjih za goste, katerega namen je bivanje dlje časa (5 dni ali več), manjše sobe so namenjene za kratkotrajne obiske (3 dni ali manj). Vse sobe so dvoposteljne. 2 sobi sta prilagojeni invalidom. Dve sobi povezani med sabo. Večje sobe nudijo možnost dodatnih ležišč.
Suite	2	32 m ²		Suite so sobe z dnevnim prostorom in spalnim prostorom. Možnost 4 – ih ležišč. Dnevni prostor je zasnovan tako, da je lahko delovni prostor (mini pisarna) in prostor za sestanke.
Individualna ležišča za skupine	2 x 4			Umestijo se »bunk beds«, 2 * po 6 postelj in 1 skupna kopalnica. Namenjena je skupinam. Se preveri ali se da tudi še več.
Dnevni prostor za goste hotela pri sobah				Kotiček za začasno druženje, kratkotrajno delo na računalniku umeščen v sobni sklop.
Gostinska ponudba				
Hotelska restavracija (zajtrkovalnica in penzijska restavracija)	1 x 60 sedežev	135 m ² oz. 2 enoti	Hotelski gostje	Restavracija za hotelske goste (80 % max kapacitet sob – cca. 60 sedežev) z možnostjo povezave / povečanja prostora ob večjih obremenitvah (zunanja terasa, večnamenska soba). Program je vezan na skupno kuhinjo in servisne prostore za gostinske programe, ki so namenjeni tudi zunanjim gostom (a la carte in bar).
Konferenčni program				
Delovne dvorane	3	50 m ²	Hotelski in zunanji gostje. V času prireditev prostori na voljo organizatorjem.	Višina najmanj 2,5 m, 16-40/10-20 pax => alternativa: manjše število večjih prostorov z možnostjo modularnih pregrad in rešitev.
Sejne sobe	2	26 m ²		
„PODPORNE STORITVE (POVEZOVALNI SKLOP)“ Progami namenjeni hotelskim gostom in dnevnim gostom, ki organizirano uporabljajo programe (rezervacija, sprejem preko recepcije, delno tudi samostojno vendar ne številčno)				
Wellness in fitness				
Savne, ohlajevalni bazen (tudi za kneipanje), whirlpool in prostor za sprostitve	3 x 6 oseb		Hotelski gostje, udeleženci programov, če kapacitete dopuščajo tudi za zunanje goste in prebivalce	Zagotovi se dovolj velik prostor za sprostitve, ki se lahko delno navezuje na zunanje površine, ki omogočajo intimnost (terasa). 1 savna je lahko tudi kot samostojna zunanja enota do katere se dostopa preko terase. Storitve se načeloma izvajajo na vnaprejšnjo rezervacijo. Gostov se načeloma ne izključuje na hotelske in zunanje.
Masaža	2		Hotelski gostje, udeleženci programov, če kapacitete dopuščajo tudi za zunanje goste in prebivalce	2 prostora, kjer se lahko izvajajo bolj specializirani progami (hiperbarične kisikove komore, komora za lebdenje, fizioterapija)

Fitness in prostor za telovadbo	1		Udeleženci programov, hotelski gostje, če kapacitete dopuščajo, tudi za zunanje goste in prebivalce	Prostor s trenažerji in manjši prostor za telovadbo, kjer se lahko izvajajo organizirani programi ali individualna telovadba (joga, stretching ipd.)
Gostinska ponudba				
A la carte restavracija	1 x 40 oseb		Hotelski in zunanji gostje	Intimen ambient, ki izraža lokalne značilnosti, kjer je poudarek na lokalni hrani, recepturah, surovinah. Povezava z zunanjo teraso
Prireditveno-konferenčni program				
Multifunkcionalni prostor	1	200	Hotelski in zunanji gostje, v času prireditev prostori na voljo organizatorjem	Modularna rešitev, višina 3 m, 180-200 pax. Dvorana omogoča izjemno veliko dinamiko prilagoditev v manjše ter zelo raznolike postavitve – kot ločene sobe, v okviru celotnega velikega prostora pa tudi pregraditve za break-out rooms, soft seating, kino postavitve ... Program, ki se povezuje s konferenčnim programom hotelskega dela, vendar bi do te dvorane omogočila ločen oz. alternativni dostop. Da je možno to dvorano uporabiti tudi izključno za goste, ki niso vezani na hotel. Ob dvorani ali del dvorani se postavi avla, kjer je možna catering - stoječa pogostitev.
Športni program				
Shramba za kolesa in polnilnica za e-kolesa	1		Hotelski gostje	Depo je zaklenjen, povezava s prostori za servisni kotichek in v neposredni bližini pralnice koles
Shramba z smuči in gorniško/pohodniško opremo	1		Hotelski gostje	
Plezalna stena – balvanska notranja	1		Hotelski in zunanji gostje	Plezalna stena se uredi kot del notranjega ambienta (lahko tudi del zunanje fasade)
Prostor za izposajo in sprejem koles, turno smučarske opreme, pohodniško gorniške opreme ter servisiranje	1			
Drugi javni programi				
Parkirišče (garaža?)	20		Hotelski gostje	Normativ opredeljen z OPN-jem: 1 PM na 1,5 sobo, 1 PM na 4 sedeže v restavraciji, 1PM na 15 m2 bruto tlorisnih površin za večnamenske dvorane (wellness, fitness). Preveri se možnost umestitve v garažo (etaža -1) ali ob objektu za normativ hotelskih nastanitev (20 PM), Parkirna mesta, ki bi zadovoljevala potrebe kongresnega centra, visitor centra in prireditev se umesti izven neposredno obravnavanih parcel (upošteva se zemljišče Centroslavije)

Polnilnica za električne avtomobile in kolesa	1		Hotelski gostje in zunanji gostje	Navezano na sklop z večjo frekvenco in lažjo dostopnostjo in v bližino visitor centra.
Kolesarska stojala pred objektom (zaklepanje)	1		Hotelski gostje	Navezano na sklop z večjo frekvenco in lažjo dostopnostjo in v bližino visitor centra.
Pralnica (self service pralni stroj), sušilnica, toalete in tuš	1		Hotelski gostje in zunanji gostje	Prostor za pranje športne opreme, oblek, koles, ki je namenjena športnikom – hotelskim gostom in dnevnim gostom, ki se lahko osvežijo in očistijo preden vstopijo v hotel ali se pripravijo za naslednji dan ali napotijo proti domu (dnevni gostje). Storitve bi bile dostopne od zunaj in na plačljivi žeton.
Pisarne za zaposlene				Pisarne se lahko umestijo v del, ki je najmanj moteč programski vsebini
Ostale javne površine (garderobe, sobe, wc-ji, skladišča)				Pri načrtovanju se sledi cilju da javni programi (vključno z avlami, hodniki) ne presegajo 40 % skupnih površin. Urejajo se skladno s tehničnimi predpisi in minimalnimi standardi.

5.5.2 Interpretacijski center

INTERPRETACIJSKI CENTER				
Atraktiven interpretacijski center UNESCO MAB območja s poudarkom na reki Soči in vsebinah Tolminske, doline Soče in TNP; koncept in sporočilnost centra: vrata v dolino Soče, sestavni del skupne podobe Julijskih Alp, smernice za odgovorno raziskovanje doline				
Ponudba-prostori	Število enot	Velikost (m ²)	Uporabniki	Opombe
Razstavni prostori				
Recepcija in informacijski center s trgovino	1		Obiskovalci centra	Spominki, info material, tudi tematski materiali vezani na program objekta..., prodaja vstopnic Alternativa izstop in trgovina ločeno
Tematske sobe	1	1200 m ²	Obiskovalci centra	Prostor, namenjen tematskim sobam in oziroma občasnim razstavam.
Občasne razstave	1	50 m ²		
Dodatna ponudba				
Bar in restavracija	1		Obiskovalci centra, hotela, lokalni prebivalci	Enostaven program, hitra prehrana, vendar grajena na lokalni tradiciji, enostavni menuji za skupine => varianta samo bar in hitra hrana (hrana, ki je predpripravljena in se jo samo pripravi za postrežbo in ima vseeno pridi lokalne in okusne hrane (<i>enolončnice, kobariški štruklji...</i>) Bar služi tudi kot »apres ski« npr. po športnih dogodkih in prireditvah?
Otroška igralnica	1		Obiskovalci centra, hotela, lokalni prebivalci	Otroška igralnica bi bila vezana na tematiko razstavnega prostora s igrivo poučno noto, hkrati povezave z zunanjim prostorom (tudi možnost začasnega varstva ali izvajanje poletnih dnevnih tematskih programov za otroke)
Javni program				
Skladišče	1			Skladišče za tehniko in opremo razstavnega prostora. Možnost tudi ureditve centralnega skladišča (kletni del), ki bi služil potrebam vseh programov (prireditve, izobraževalni center).
Sanitarije – za potrebe prireditev			Obiskovalci centra in prireditev	V sklopu tega objekta zagotovijo sanitarije dostopne od zunaj, ki so namenjene večjim skupinam (prireditve...) Ne v celoti. Za koncertne prireditve bi se uredili kanalizacijski jaški, kjer se postavijo mobilni wc-ji (na površinah širšega območja).
Parkirišče			Obiskovalci centra	1 PM na 15 m ² bruto površin + parkirišče za avtobus (?) in 2 mini busa Umestitev na parceli Centroslavije.
Parkirišče za avtobus (?)			Obiskovalci centra - skupine	

5.5.3 Prireditveni prostor

PRIREDITVENI PROSTOR (TOLMINSKO FESTIVALSKO PRIZORIŠČE)				
Urejen in organiziran prostor za organizacijo dogodkov in festivalov – glasbenih, športnih, poslovnih...				
Nadgradnja aktualnega festivalskega prizorišča, pozicioniranje Tolmina kot destinacije pomembnih srečanj in dogodkov				
Ponudba-prostori	Število enot	Velikost (m ²)	Uporabniki	Opombe
Prireditveni prostor				
Razpoložljiv prostor 2.770 m ² + 700 m ² (tenis igrišča)				
Oder			Obiskovalci prireditev	Prostor se začasno uredi v prireditveni del, pozimi možnost programov veselega decembra (drsališče, ledena dežela). Sicer se prostor koristi za urejene parkovne površine z urejenimi klopami, podesti za posedanje... Pri načrtovanju je potrebno upoštevati komunikacijske in transportne poti
Stojnice (lokacija)	1			Ob prireditvah se prostor povezuje s širšim območjem, kjer se postavijo stojnice z gostinsko ponudbo kot ostalo ponudbo komplementarno vsebini, ki se izvaja.
Sprejemni del				
Parkirišče			Obiskovalci prireditev	Občasna parkirišča na zasebnih zemljiščih, dogovor z lastniki kot v primeru festivalov
Vhodi / izhodi				
Sanitarije			Obiskovalci prireditev, obiskovalci Sotočja (?)	Jih je možno kombinirati z ostalimi objekti?

5.5.4 Širši ambient Sotočja

SOTOČJE				
(DRUŽABNA, REKREATIVNA, TURISTIČNA, ZGODOVINSKA TOLMINSKA CONA; MESTNI PARK)				
Urejen in organiziran prostor za športne aktivnosti, druženje in preživljanje prostega časa				
Ponudba-prostori	Število enot	Velikost (m²)	Uporabniki	Opombe
Dostop iz Tolmina				
Dostopna cesta			Obiskovalci Sotočja: domačini, gostje, obiskovalci prireditelj, sprehajalci, športniki...	
Parkirišče				Na parceli Centroslavije – intermodalna točka
Vstopna točka				Portal čez dostopno cesto?
Sanitarije				Jih je možno kombinirati z ostalimi?
Info točka				Zemljevid, informacije o Sotočju
Ključne poti – tok obiskovalcev Sotočja				
Vstop - Sotočje			Domačini in obiskovalci	Nujno – urediti dostop in zaključno razgledno točko za invalide
Vstop – nemška kostnica – tolminsko pokopališče				
Vstop – tehnični dostop na Sotočje			Izvajalci dejavnosti na Sotočju (dovolilnica)	
Tematske in rekreativne poti				
Pot ob Tolminki			Domačini in obiskovalci	
Juliana Trail				
Pot ob Soči				
Kolesarska pot (smeri Tolmin, Gabrje, most na Soči)				
Tekaška pot Tolminka TrailRun				
Drobna infrastruktura				
Igrala v parku			Domačini in obiskovalci	
Paviljon				
Učni gozdiček pri nemškem pokopališču				
Plezalni (boulder) park				
Vstop za plovila				
Pristajališče za vodni taksi				Vsaj predvideti
Priklopne točke				Elektrika, voda

Urbana oprema				Počivališča, razgledišča,
Komunalna in javna infrastruktura začasne festivalske dogodke				
Kanalizacija in vodovod z priklopnimi točkami (jaški) kamor se lahko priklopijo mobilni WC-ji				
Načrtovani prostori – lokacije za postavitve stojnic z možnim priklopom na elektriko in delno tudi vodo (?)				
Meja festivalskega prizorišča				Zagotoviti prost dostop do Sotočja z vseh strani

5.6 Upravljanje in organizacijska struktura

OPREDELITEV MOŽNIH NAČINOV UPRAVLJANJA – PRIMERI PRAKS V SLOVENIJI

Način in možnost upravljanja je ključna za dolgoročno stabilno in vzdržno poslovanje, ki bo sledilo zastavljenim ciljem.

Primeri iz praks, kjer Občine investirajo v javne in delno tudi v gospodarske programe, **kažejo v smer celotnega upravljanja preko Javnega zavoda, ki ga ustanovi Občina za ta namen.** Občina pri tem ohrani lastništvo nad nepremičninami (zemljišči, objekti, pravice, povezane z nepremičnino – služnostmi).

Posamezna oblika ima svoje prednosti in slabosti tako pri upravljanju kot pri razpoložljivih oziroma možnih virih financiranja. Smiselna pa je oblika, ki je dopolnjujoča, vsebinsko zaokrožena in da lahko tudi gospodarski program in presežek iz njegovega poslovanja pokriva v celoti ali vsaj del javnega programa.

Tabela 9: Prikaz ciljnih skupin glede na motiv prihoda

Upravljevec	GLAVNE DEJAVNOSTI / PROGAMI ZAVODA	USTVARJANJE PRIHODKOV ZAVODA	SPECIFIČNOST INVESTICIJE
Javni zavod Ljubljanski Grad Ustanovitelj: Mestna Občina Ljubljana 100%	Dejavnost javne službe: muzejski, kulturno umetniški program, info točka. Neprofitni tržni prihodki za izvajanje dejavnosti javnih služb: vstopnine, vodenje ogledov, kulturni dogodki (vstopnine). Tržna dejavnost: najemi dvoran, nastanitev (Hostel Celica), gostinske storitve.	Leto 2019 (7 mio prihodkov €): - 16% javne finance – občinski proračun - 56% neprofitni tržni prihodki javnih služb - 28% tržna dejavnost	
Javni Zavod za turizem in kulturo Kočevje – Zavod Kočevsko Ustanovitelj: Občina Kočevje (100%)	Dejavnosti kulture Dejavnosti turizma Upravljajo Kulturni center Kočevje, Hostel Bearlog, Camp Jezero (3500 m2, do 100 kampistov) Kočevsko, TIC Kočevska Reka, Bunker Škrilj,	Leto 2019 (1,3 mio €) - 56% javne finance – občinski proračun - 12,5% državni proračun (razpisi, Zavod za zaposlovanje) - 31% neprofitni tržni prihodki – 13% iz storitev v Hostlu, kampu, ogledov bunkerja Škrilj in gostinstvu.	Sredstva za prenovu Objekta v Hostel Bearlog so pridobili s strani Sklada RS za regionalni razvoj in razvoj podeželja,

<p>Javni Zavod Prijetno domače Ivančna Gorica</p> <p>Ustanovitelj: Občina Ivančna Gorica (100%) – ustanovljen julij 2021</p>	<p>Opravljanje dejavnosti razvoja in dejavnosti na kulturnem in turističnem področju</p> <ul style="list-style-type: none"> - Javne dejavnosti - Gospodarske / tržne dejavnosti <p><i>Opravljanje drugih nalog ne sme ogroziti izvajanj javne službe,</i></p> <p>Upravljajo Jurčičevo domačijo (ki je tudi odprti prireditveni prostor) in Hišo Kranjske čebele – Središče inovativnih tehnologij APILAB, ki poleg muzejskega dela ponuja konferenčno dvorano, nastanitve in kavarno.</p>	<p>Viri prihodkov:</p> <ul style="list-style-type: none"> - iz proračuna ustanoviteljice, iz državnega proračuna in iz drugih javnih virov, - s plačili za storitve, s prodajo blaga in storitev na trgu, z najemninami, z vstopninami, donacijami in darili, iz državnih in mednarodnih javnih razpisov. 	<p>Investicija v Središče inovativnih tehnologij APILAB – Hiša Kranjske čebele z ureditvijo trga pred objektom je znašala 3,5 mio €. Od tega je Evropski sklad za regionalni razvoj prispeval 2 mio € (57%), 800.000 € država (23%), 700.000 € Občina (20%).</p>
<p>Stolp Vinarium</p> <p>Ustanovitelj: Občina Lendava (100%)</p>	<p>Upravljata Zavod za turizem in razvoj Lendava (trženje) in Turistična zveza Lendava vabi (ostalo upravljanje), prevzeli so tudi gostinski del, ki je bil prej v najemu.</p>	<p>Prihodki 482.000 €, letni presežek poslovanja planiran v višini 39% (namenska sredstva projekta pri občini).</p>	<p>Investicija je znašala 2,3 mio € (stolp in urejanje okolice). 40% je bilo financiranih s strani EU sklada – ESRR, 60% Občina Lendava in proračun.</p> <p>V načrtu je investicija v gondolo, ki bo povezala Lendavo s Stolpom Vinarium in restavracija (ocena investicije).</p>
<p>BIOS d.o.o., Komunala Tržič</p> <p>Ustanovitelj: Občina Tržič (100%)</p>	<p>Podjetje Bios je bilo ustanovljeno za upravljanje športne infrastrukture in javnih površin. Zaradi optimizacije upravnih stroškov so družbo pripojili Komunali Tržič.</p>	<p>448.900 €, leto 2019 je bil poslovni izid negativen, v letu 2018 pozitiven. Bilančni dobiček je pozitiven.</p>	<p>Investicija v bazen, gostinski objekt in prireditveni prostor – Gorenjska plaža Celotna investicija 4,3 mio €, 2,6 mio € EU sredstev</p>

			(60%), 0,4 mio € (10%) država, preostalo občina (30%). Upravljajo sami bazenski del in prostore za prireditve oddajajo, gostinski del so po dolgem času, ko niso našli najemnika oddali v najem.
<p>GIZ Turizem Podčetrtek, Bistrica ob Sotli in Kozje</p> <p>Ustanovitelj: Občina Podčetrtek, Občina Kozje, Občina Bistrica ob Sotli, Terme Olimia d.d., Amon Vinarstvo, gostinstvo d.o.o., Turistično društvo Podčetrtek, Kozjanski Park, Syncerus d.o.o. in več fizičnih oseb (5).</p>	<p>GIZ kot gospodarsko interesno združenje deluje v javnem interesu ter interesu ustanoviteljev (tržno – promocijska dejavnost), upravljajo s športno dvorano.</p>	<p>Leto 2019 550.000 € prihodkov, 55% javni program, 45% tržni program</p>	<p>3,5 mio investicija, 50% EU sredstva, 30% Terme Olimia, 20% Občina Pobuda za investicijo s strani Term Olimia</p>
<p>Športna dvorana Vitranc</p> <p>Ustanovitelj občina Kranjska Gora (51,8%), HIT Alpinea (47,7%) in štirje manjši partnerji</p>	<p>Prireditve, konference, dogodki, upravljanje javne infrastrukture.</p> <p>Objekt in dejavnost upravlja družba Infraspport d.o.o. deleži družbenikov enaki vložkom; družba je bila ustanovljena leta 2004 z namenom izgradnje in upravljanja športne in turistične infrastrukture v občini Kranjska Gora.</p>	<p>Letna realizacija ca. 350.000 €; podjetje v celoti pokriva stroške poslovanja,</p> <p>Večino prihodka ustvarijo na trgu, ca. 6 % je subvencij, opravljajo tudi nekatere storitve javnega značaja, ki jih financira občina skozi razpise</p>	<p>Vrednost investicije 2.300.000 €; partnerstvo z gospodarstvom, v občinskem deležu so tudi sredstva ESSR</p>

12. 6. OKVIRNA OCENA INVESTICIJE

6.1 Preliminarna ocena investicije

UVODNA POJASNILA

Ocenjena vrednost investicije izhaja iz opredeljenih površin in primerljivih cen izvedbe, ki izhajajo iz podanih projektantskih ocen za primerljive projekte (baza Peg online) in primerljivih izvedenih projektih⁵. Ocene so podane v neto vrednostih brez upoštevanega DDV.

Ocena je ločeno narejena po vsebinskih sklopih:

- ▶ Vrednost obstoječega zemljišča in objekta (že investirana sredstva);
- ▶ Prireditveni center;
- ▶ Kompetenčni center, ki obsega kompetenčni program, nastanitveni program, gostinski program, wellness program;
- ▶ Interpretacijski center;
- ▶ Urejanje širšega območja (javno gospodarsko infrastrukturo).

Pri upoštevanju površin zemljišča so upoštevane površine iz baze GURS:

- ▶ Obstoječe zemljišče → 7.514 m²;
- ▶ Površine za objektom (park in tenis igrišče v naravi), parc. št. 1225/3, 1220 in 1225/4 → 4.2018 m², za katere je načrtovan odkup in vsebinsko pripadajo programu prireditvev;
- ▶ Zemljišče parc. št. 1167/1, ki je nasproti objekta in je del površin v naravi, ki so že namenjene za parkiranje → 6.911 m² in je del površin namenjenih za odkup za načrtovano obvoznico, preostali del je načrtovan, da se odkupi, zaradi potreb parkirnih površin interpretacijskega centra in tudi širšega območja kot modalna točka.

Načrtovane površine po programih izhajajo iz arhitekturne zasnove in so okvirno opredeljene:

- ▶ Kompetenčni center → 3.408+ m² neto površin
- ▶ Interpretacijski center → 1.820 m² neto površin

= Skupaj 5.228 m² neto površin + 660 m² zunanjih površin (teras kot del programov)

Za prireditveni center so načrtovane zunanje površine in koriščenje obstoječega objekta, po izvedeni investiciji se koristijo kapacitete novozgrajenih površin.

⁵ Ocena vrednosti investicije izhaja iz predpostavk in ocen. Natančnejša vrednost investicije se poda v fazi izdelave Investicijskega programa, ki izhaja iz izdelane projektne dokumentacije in popisov del.

PREDPOSTAVKE PRI OCENI VREDNOSTI:

VREDNOST ZEMLJIŠČA:

Obstoječe zemljišče (in objekt) je opredeljen v višini nabavne vrednosti 643.240 €. Vrednost zemljišč, ki so načrtovane za odkup, so vrednotene po vrednosti 35 € za zemljišče, kjer sta park in tenis igrišče, ter 10 € za zemljišče, namenjeno parkiranju. Tveganje pri odkupu zemljišč je, da prodajalec lahko špekulira glede na znanega kupca in izsiljuje višjo ceno. Cena sicer bo zagotovo določena tudi z ceno, ki bo ponujena za gradnjo obvoznice.

Vrednost **komunalnega prispevka in drugih upravnih dajatev** se nanaša na oceno, ki bi jo bilo potrebno doplačati za komunalne priključke, ki izhajajo iz razlike kvadratur med novimi (večjimi) površinami in obstoječimi površinami. Predvidena je tudi dajatev za služnosti oz. uporabo zemljišč pri urejanju širšega območja.

Opremljanje zemljišča obsega urejanje površin ob objektu (20 € za m²) in parkovnih del za objektom, namenjen tudi prireditvam (40 € za m²), ureditev parkirišča na odkupljeni parceli (60 € za m²) in urejanje infrastrukture in zunanje ureditve na širšem območju (ocena 750.000 €).

Ocenjena **vrednost GOI del** (vključujoč rušitvena dela in izkope) za m² neto tlorisne površine znaša 1.300 €, **za opremo, drobní inventar** v kompetenčnem centru 25.000 € na sobo, v interpretacijskem centru je ocenjena vrednost opreme v višini 600.000 €, za prireditveni del je predvidena investicija v opremo v višini 300.000 €.

Stroški storitev, ki obsegajo izvedbo arhitekturnega natečaja, izdelavo projektne dokumentacije, gradbenega nadzora, vodenja projekta in drugih stroškov storitev (raziskav, meritev, elaboratov, zavarovanj), so izračunani v deležu od GOI del. Skupaj z vodenjem projekta predstavljajo 11,5% vrednosti GOI del. Deleži po posamezni postavki so razvidni v priloženi tabeli ocene vrednosti investicije.

V fazi programske in idejne zasnove je dodana še investicijska rezerva, ki se delno nameni tudi za potreben obratni kapital pri zagonu poslovanja. Ocenjena je v višini 3% od GOI del oz. nekaj manj kot 300.000 €.

Skupaj znaša ocenjena vrednost investicije 12,2 milijona € (neto). Od tega je 664.000 € za prireditveni center, 6,1 milijona € za sklop kompetenčnega centra, 3,98 milijona € (neto) za interpretacijski center in 840.000 € za urejanje širšega območja.

Vrednost celotne investicije na m² neto tlorisne površine vključujoč vlaganja v nakup zemljišča znaša 2.340 €/m², brez upoštevanja zemljišča in komunalnega prispevka 2.143 €/m². Brez upoštevanja vlaganj v širše območje in vrednosti komunalno opremljenega zemljišča znaša vrednost investicije na m² 1.985 €.

Tabela 10: Prikaz ocene vrednosti investicije po vsebinskih sklopih in vrednosti investicije na neto tlorisno površino

	CELOTEN PROJEKT	OBSTOJEČE ZEMLJIŠČE IN OBJEKT	PRIREDTVENI CENTER	KOMPETENČNI CENTER (hotel in povezovalni program)	INTERPRETACIJSKI CENTER	UREJANJE ŠIRŠEGA OBMOČJA
ZEMLJIŠČE	859.980	643.240	147.630	0	69.110	0
KOMUNALNI PRISPEVEK IN UPRAVNE DAJATVE	170.000	0	5.000	43.500	106.500	15.000
OPREMLJANJE ZEMLJIŠČA	1.483.660	0	168.720	150.280	414.660	750.000
GRADBENA, OBRTNIŠKA IN INŠTALACIJSKA DELA, FF&E, OPREMA	8.446.400	0	300.000	5.180.400	2.966.000	0
STROŠKI STORITEV	998.497	0	33.600	580.205	332.192	52.500
INVESTICIJSKA REZERVA	275.892	0	9.000	155.412	88.980	22.500
SKUPAJ	12.234.429	643.240	663.950	6.109.797	3.977.442	840.000
Površina pripadajočega zemljišča v m2	18.643	7.514	4.218	0	6.911	
Površina objektov v m2	5.228			3.408	1.820	
Celotna investicija na m2 površine objekta v €	2.340 €	86 €	157 €	1.793 €	2.185 €	
Investicija na m2 površine objekta brez zemljišča in komunalnega prispevka v €	2.143 €			1.780 €	2.089 €	

Tabela 11: Prikaz strukture vrednosti investicije po posameznih vrstah de

STRUKTURA PO VRSTAH	CELOTEN PROJEKT	OBSTOJEČE ZEMLJIŠČE IN OBJEKT	PIREDITVENI CENTER	KOMPETENČNI CENTER (hotel in povezovalni program)	INTERPRETACIJSKI CENTER	UREJANJE ŠIRŠEGA OBMOČJA
ZEMLJIŠČE	7,0%	100,0%	22,2%	0,0%	1,7%	0,0%
KOMUNALNI PRISPEVEK IN UPRAVNE DAJATVE	1,4%	0,0%	0,8%	0,7%	2,7%	1,8%
OPREMLJANJE ZEMLJIŠČA	12,1%	0,0%	25,4%	2,5%	10,4%	89,3%
GRADBENA, OBRTNIŠKA IN INŠTALACIJSKA DELA, FF&E, OPREMA	69,0%	0,0%	45,2%	84,8%	74,6%	0,0%
STROŠKI STORITEV	8,2%	0,0%	5,1%	9,5%	8,4%	6,3%
INVESTICIJSKA REZERVA	2,3%	0,0%	1,4%	2,5%	2,2%	2,7%
SKUPAJ	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabela 12: Struktura vrednosti investicije po posameznih programskih sklop

DELEŽ POSAMEZNEGA SKLOPA V CELOTI	CELOTEN PROJEKT	OBSTOJEČE ZEMLJIŠČE IN OBJEKT	PIREDITVENI CENTER	KOMPETENČNI CENTER (hotel in povezovalni program)	INTERPRETACIJSKI CENTER	UREJANJE ŠIRŠEGA OBMOČJA
ZEMLJIŠČE	100,0%	74,8%	17,2%	0,0%	8,0%	0,0%
KOMUNALNI PRISPEVEK IN UPRAVNE DAJATVE	100,0%	0,0%	2,9%	25,6%	62,6%	8,8%
OPREMLJANJE ZEMLJIŠČA	100,0%	0,0%	11,4%	10,1%	27,9%	50,6%
GRADBENA, OBRTNIŠKA IN INŠTALACIJSKA DELA, FF&E, OPREMA	100,0%	0,0%	3,6%	61,3%	35,1%	0,0%
STROŠKI STORITEV	100,0%	0,0%	3,4%	58,1%	33,3%	5,3%
INVESTICIJSKA REZERVA	100,0%	0,0%	3,3%	56,3%	32,3%	8,2%
KOMPETENČNI CENTER	100%	5%	5%	49,9%	32,5%	6,9%

Tabela 13: Podroben prikaz ocene vrednosti investicije po programskih sklopih in vrstah del

			SKUPAJ EUR	OBSTOJEČE ZEMLJIŠČE IN OBJEKT	PIREDITVENI CENTER	KOMPETENČNI CENTER (<i>hotel in povezovalni program</i>)	INTERPRETACIJSKI CENTER	UREJANJE ŠIRŠEGA OBMOČJA
1.	ZEMLJIŠČE							
1.1.	Zemljišče	<i>nabavna vrednost</i>	643.240	643.240				
1.2.	Zemljišče - park za objektom (parc. št. 1225/3, 1220 in 1225/4); 4.218 m ²	@ 35 € za m ²	147.630		147.630			
1.3.	Zemljišče - parkirišče, 6.911 m ²	@ 10 € za m ²	69.110				69.110	
SKUPAJ ZEMLJIŠČE			859.980	650.000	147.630	0	69.110	
2.	KOMUNALNI PRISPEVEK IN UPRAVNE DAJATVE							
2.1.	Komunalni prispevek		145.000			43.500	101.500	
2.1.	Druge upravne dajatve, nadomestila, služnosti		25.000		5000	0	5.000	15.000
SKUPAJ KOMUNALNI PRISPEVEK IN UPRAVNE DAJATVE			170.000		5.000	43.500	106.500	15.000
3.	OPREMLJANJE ZEMLJIŠČA							
3.1.	Zunanja ureditev	@ 40 € za m ² parkovni del @ 20 € za m ² pred objektom	319.000		168.720	150.280		
3.2.	Ureditev parkirišča	@ 60 € za m ²	414.660				414.660	
3.4.	Ostala infrastruktura in zunanja ureditev na širšem območju	<i>ocena</i>	750.000					750.000
SKUPAJ OPREMLJANJE ZEMLJIŠČA			1.483.660		168.720	150.280	414.660	750.000
4.	GRADBENA, OBRTNIŠKA IN INŠTALACIJSKA DELA, FF&E, OPREMA							
4.1.	Kompetenčni, nastanitveni in povezovalni del							
	GOI dela vključujoč rušitvena dela	@ 1300 € za m ² neto tlorisnih površin	4.430.400			4.430.400		
	Oprema, FF&E, drobní inventar	@ 25.000 sobo	750.000			750.000		
4.2.	Interpretacijski center							

	GOI dela vključujoč rušitvena dela	@ 1300 € za m2 neto tlorisnih površin	2.366.000				2.366.000	
	Oprema, FF&E, drobni inventar	ocena	600.000				600.000	
4.3.	Prireditveni center		0					
	GOI dela in oprema	ocena	300.000		300.000			
	SKUPAJ GOI DELA		8.446.400		300.000	5.180.400	2.966.000	0
5.	STROŠKI STORITEV							
		<i>DELEŽ V GOI</i>						
5.1.	Izvedba arhitekturno-urbanističnega natečaja	1,2%	101.357		3.600	62.165	35.592	
5.2.	Priprava OPPN		0		0	0	0	0
5.3.	Projektna dokumentacija	3,5%	313.999		10.500	181.314	103.810	18.375
5.4.	Gradbeni nadzor	1,0%	89.714		3.000	51.804	29.660	5.250
5.5.	Vodenje projekta	2,5%	224.285		7.500	129.510	74.150	13.125
5.6.	Trženje in prodaja	0,0%	0		0	0	0	0
5.7.	Drugi stroški storitev (elaborati, raziskave, zavarovanja...)	3,0%	269.142		9.000	155.412	88.980	15.750
	SKUPAJ STROŠKI STORITEV		998.497		33.600	580.205	332.192	52.500
6.	INVESTICIJSKA REZERVA							
6.1.	INVESTICIJSKA REZERVA, OBRATNI KAPITAL	3%	275.892		9.000	155.412	88.980	22.500
	SKUPAJ INVESTICIJSKA REZERVA		275.892		9.000	155.412	88.980	22.500
7.	SKUPAJ VREDNOST INVESTICIJE		12.234.429	643.240	663.950	6.109.797	3.977.442	840.000

6.2 Opredelitev projekta po fazah izvedbe – variantni pristopi

VARIANTA – faza pred novogradnjo:

Občina Tolmin kot lastnica obstoječega objekta upravlja objekt za potrebe izvajanja prireditve do začetka novogradnje oz. faze investiranja v prireditveni center
Izvede se tudi investicija v urejanje širšega območja.

OBČINA SE DOGOVORI ZA ZAČASNO UPRAVLJANJE OBJEKTA – UPRAVLJA Z IZBRANIM UPRAVLJALCEM.

VARIANTA 1:

Občina sama investira v celotno investicijo: izgradnjo prireditvenega centra, interpretacijskega centra in kompetenčnega centra, celotna investicija se izvede hkrati.

OBČINA DA V UPRAVLJANJE OBJEKTE JAVNEMU ZAVODU, KI GA USTANOVI ZA TA NAMEN ALI D.O.O. ALI SKLENE UPRAVLJANJE Z ZUNANJIM IZVAJALCEM

VARIANTA 2A:

Občina sama investira celotno investicijo, najprej se izvede investicija v prireditveni center, sledi interpretacijski center in nato kompetenčni center.

VARIANTA 2B:

Občina sama investira celotno investicijo, najprej se izvede investicija v prireditveni center in kompetenčni center nato sledi investicija v interpretacijski center.

OBČINA DA V UPRAVLJANJE OBJEKTE JAVNEMU ZAVODU, KI GA USTANOVI ZA TA NAMEN IN / ALI D.O.O. ALI SKLENE UPRAVLJANJE Z ZUNANJIM IZVAJALCEM

VARIANTA 3A:

Investicija se izvaja hkrati, občina k investiciji povabi soinvestitorje v začetni fazi nega centra.

OBČINA ŽE V FAZI IZVEDBE INVESTICIJE USTANOVI D.O.O. SKUPAJ S SOINVESTITORJI, KI IMAJO POLEG INVESTIRANJA TUDI NAMEN UPRAVLJANJA OZ. IZVAJANJA DEJAVNOSTI

VARIANTA 3B:

Občina investira v izgradnjo prireditvenega in interpretacijskega centra v prvi fazi, nato gre v investicijo kompetenčnega centra skupaj s soinvestitorji.

OBČINA UPRAVLJA INTERPRETACIJSKI CENTER PREKO JAVNEGA ZAVODA, UPRAVLJANJE KOMPETENČNEGA CENTRA PREPUŠTI SOINVESTITORJEM, POSLOVANJE KONTROLIRA PREKO SOLASTNIŠKEGA DELEŽA (51%)

MOŽNOST TUDI PODELITVE STAVBNE PRAVICE



Tabela 14: Razlaga variantnih pristopov

VARIANTA	Investicija prva faza	Investicija druga faza
Varianta faza pred novogradnjo	<ul style="list-style-type: none"> > Vrednosti investicije: 663.950 € investicija v nakup zemljišč in ureditev prireditvenega centra in 840.000 € v urejanje širšega območja > Dodatni pogoji / tveganja: > Dogovor o začasnem upravljanju objekta > Finančni izdatki za obnovo obstoječega objekta za začasno delovanje (<i>smiselnost</i>) > Nakup zemljišča za izvajanje prireditev za objektom in dogovor z Agrarno skupnostjo za uporabo njihovih zemljišč 	Nadaljevanje z variantami 2 ali 3A, 3B, 4A, 4C
Varianta 1 CELOTNA INVESTICIJA HKRATI	<p>Vrednost investicije: 12,2 mio € (vključujoč že nakup obstoječega objekta in urejanje širšega območja)</p> <p>Dodatni pogoji / tveganja:</p> <ul style="list-style-type: none"> > pravočasen nakup zemljišč potrebnih za izvedbo vseh programov > zagotovitev/pridobitev virov financiranja investicije > koncept upravljanja in ustrezni kadri > ustrezno zagotavljanje razmerja med javnim interesom in tržno usmerjenimi aktivnostmi <p>Upravljanje: Javni zavod ustanovljen za namen upravljanja / d.o.o. ali pogodba z zunanjim izvajalcem za upravljanje</p>	/
Varianta 2A 1. PRIREDITVENI IN INTERPRETACIJSKI CENTER 2. KOMPETENČNI CENTER v drugi fazi	<p>Vrednost investicije: 4,6 mio € (brez vrednosti obstoječega objekta) + 840.000 € za urejanje širšega območja</p> <p>Dodatni pogoji / tveganja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umestitev zadostnih parkirnih mest (začasni najem zemljišč / odkup zemljišč) • Načrtovati smotno za možnost izvedbe (nemoteno) 2. faze • tveganje da se ne izvede v celoti <p>Upravljanje: Javni zavod ustanovljen za namen upravljanja ali pogodba z zunanjim izvajalcem za upravljanje</p>	<p>Vrednost investicije: 6,1 mio € (brez vrednosti obstoječega objekta)</p> <p>Dodatni pogoji / tveganja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Združiti oz. povezati poslovanje skupaj s prvo fazo <p>Upravljanje: d.o.o. ali Javni zavod ustanovljen za namen upravljanja ali pogodba z zunanjim izvajalcem za upravljanje</p>
Varianta 2B	<p>Vrednost investicije: 6,8 mio € (brez vrednosti obstoječega objekta) + 840.000 € za urejanje širšega območja</p> <p>Dodatni pogoji / tveganja:</p>	Vrednost investicije: 3,98 mio € (brez vrednosti obstoječega objekta)

<p>1. PRIREDITVENI IN KOMPETENČNI CENTER 2. INTERPRETACIJSKI CENTER v drugi fazi</p>	<ul style="list-style-type: none"> koncept upravljanja in ustrezni kadri zagotovitev/pridobitev virov financiranja investicije tveganje da se ne izvede v celoti <p>Upravljanje: Javni zavod ustanovljen za namen upravljanja ali d.o.o. ali pogodba z zunanjim izvajalcem za upravljanje</p>	<p>Dodatni pogoji / tveganja:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nakup dodatnih zemljišč Združiti oz. povezati poslovanje skupaj s prvo fazo <p>Upravljanje: Javni zavod ali pogodba z zunanjim izvajalcem za upravljanje</p>
<p>Varianta 3A</p> <p>Celotna investicija hkrati s soinvestitorji</p>	<p>Vrednost investicije: 12,2 mio € (vključujoč že nakup obstoječega objekta) Dodatni pogoji / tveganja:</p> <ul style="list-style-type: none"> Opredeliti razmerja pri upravljanju in financiranju, delitvi dobička / pokrivanja izgub Prevlada razmerja profitnega motiva pred javnim <p>Upravljanje: Ustanovi se d.o.o., občina prenese nepremičnino kot stvarni vložek v podjetje (ali podeli stavbno pravico)</p>	<p>/</p>
<p>Varianta 3B</p> <p>1. Občina interpretacijski center, prireditveni center in urejanje širšega območja 2. Kompetenčni center s soinvestitorji</p>	<p>Vrednost investicije: 6,1 mio € (vključujoč že nakup obstoječega objekta in urejanje širšega območja)</p> <p>Dodatni pogoji / tveganja:</p> <ul style="list-style-type: none"> Umestitev zadostnih parkirnih mest (začasni najem zemljišč / odkup zemljišč) tveganje da se ne izvede v celoti <p>Upravljanje: Javni zavod ali d.o.o. ustanovljen za namen upravljanja</p>	<p>Vrednost investicije: 6,1 mio € Dodatni pogoji / tveganja:</p> <ul style="list-style-type: none"> Jasno opredeliti razmerja pri upravljanju celote za zagotavljanje komplementarnosti Opredeliti razmerja pri financiranju, delitvi dobička / pokrivanja izgub Prevlada razmerja profitnega motiva pred javnim <p>Upravljanje: d.o.o.</p>

13. 7. OPREDELITEV EKONOMSKO FINANČNEGA POSLOVANJA

7.1 Metodološke predpostavke uporabljene v ocenah in projekcijah poslovanja

- ▶ Projekcije so prikazane v tekočih cenah, ki so upoštevane tako v investicijskih izdatkih kot v finančnih projekcijah poslovanja. Upoštevanja je 2% stopnja inflacije kot dolgoročna ciljna stopnja inflacije.
- ▶ Projekcije so prikazane za obdobje 10-ih let.
- ▶ Prikazano poslovanje upošteva predpostavko dolgoročnega poslovanja t.i. »going concern«.
- ▶ Projekcije so narejene pod predpostavko celotne izvedbe investicije v eni fazi in zagon celotnega poslovanja po izvedeni investiciji.
- ▶ Prvo leto poslovanja je zagonsko leto poslovanja, ciljno leto poslovanja predstavlja tretje leto poslovanja.
- ▶ Od tretjega leta poslovanja naprej je upoštevano reinvestiranje v višini 4% prihodkov, kar predstavlja manj kot 50% letne amortizacije. Reinvestiranje se upošteva v denarnih tokovih.
- ▶ Sprememba neto obratnega kapitala (zalog, kratkoročnih terjatev in obveznosti) ni načrtovana.
- ▶ V dinamičnih kazalnikih uspešnosti investicije je upoštevana 4% diskontna stopnja, ki je priporočena diskontna stopnja za investicije javnega značaja.
- ▶ Preostala vrednost sredstev konec desetega leta je izračunana na podlagi predpostavke dolgoročnega poslovanja in Gordonovega modela rasti. V izračunu se upošteva denarni tok po reinvestiranju desetega leta za katerega se upošteva 2% dolgoročna rast (ki je izenačena s stopnjo inflacije) in tržno diskontno stopnjo.

7.2 Predlog virov in strukture financiranja projekta

Načrtovana struktura virov financiranja izhaja iz predvidenih možnih lastniških in upravljavskih pristopov in glede na naravo programa. Javna programa – interpretacijski center in urejanje širšega območja se financirajo z lastnimi viri oz. sredstvi občine v višini 25% in z nepovratnimi sredstvi v višini 75%. Prireditveni center se financira 50% z lastnimi sredstvi in 50% z nepovratnimi sredstvi. Kompetenčni center, ki ga sestavlja tudi tržni program pa je načrtovana struktura virov financiranja: 30% lastnih sredstev (sredstva občine in/ali soinvestitorjev), 30% dolžniški viri financiranja in 40% nepovratna sredstva.

Za celotno investicijo je načrtovano 33% lastnih sredstev, 52% nepovratnih sredstev in 15% dolžniških virov financiranja.

Tabela 15: Struktura in viri financiranja

OBSTOJEČI OBJEKT

STRUKTURA VIROV FINACNIRANJA	DELEŽ	VREDNOST V € (NETO)
SREDSTVA OBČINE / LASTNA SREDSTVA	100%	643.240
NEPOVRATNA SREDSTVA	0%	0
DOLŽNIŠKI VIRI FINANCIRANJA	0%	0
SKUPAJ	100%	643.240

PIREDITVENI CENTER

STRUKTURA VIROV FINACNIRANJA	DELEŽ	VREDNOST V € (NETO)
SREDSTVA OBČINE / LASTNA SREDSTVA	50%	331.975
NEPOVRATNA SREDSTVA	50%	331.975
DOLŽNIŠKI VIRI FINANCIRANJA	0%	0
SKUPAJ	100%	663.950

KOMPETENČNI CENTER

STRUKTURA VIROV FINACNIRANJA	DELEŽ	VREDNOST V € (NETO)
SREDSTVA OBČINE / LASTNA SREDSTVA	30%	1.832.939
NEPOVRATNA SREDSTVA	40%	2.443.919
DOLŽNIŠKI VIRI FINANCIRANJA	30%	1.832.939
SKUPAJ	100%	6.109.797

INTERPRETACIJSKI CENTER

STRUKTURA VIROV FINACNIRANJA	DELEŽ	VREDNOST V € (NETO)
SREDSTVA OBČINE / LASTNA SREDSTVA	25%	994.361
NEPOVRATNA SREDSTVA	75%	2.983.082
SKUPAJ	100%	3.977.442

ŠIRŠE OBMOČJE

STRUKTURA VIROV FINACNIRANJA	DELEŽ	VREDNOST V € (NETO)
SREDSTVA OBČINE / LASTNA SREDSTVA	25%	210.000
NEPOVRATNA SREDSTVA	75%	630.000
SKUPAJ	100%	840.000

CELOTEN PROJEKT

STRUKTURA VIROV FINACNIRANJA	DELEŽ	VREDNOST V € (NETO)
SREDSTVA OBČINE / LASTNA SREDSTVA	33%	4.012.515
NEPOVRATNA SREDSTVA	52%	6.388.975
DOLŽNIŠKI VIRI FINACNIRANJA	15%	1.832.939
SKUPAJ	100%	12.234.429

7.3 Načrtovanje poslovanja

7.3.1 Načrtovanje prihodkov

Realizacija prihodkov je razvrščena na javni program, neprofitni tržni program in tržni program. Opredeljeni prihodki se nanašajo na čisto storitev, ki jo posamezni program ponuja, komplementarna ponudba (gostinstvo, nastanitve) so prikazane ločeno, vendar je ustvarjanje prihodkov posameznih programskih vsebin tesno prepletena in soodvisna.

JAVNI PROGRAM se neposredno financira iz javnih virov. Javni program izvaja projekte, ki so vsebinsko povezani z aktivnostmi Sotočja (outdoor, prireditve, trajnost) in za katere se pridobijo javna sredstva bodisi iz državnih in/ali EU razpisov. Letno je predvideno, da program realizira 7% vseh prihodkov. Prvo leto 250.000 €, drugo leto 300.000 € in v ciljnem letu 350.000 €. Prihodki pokrivajo stroške izvajanja projektov in zaposlenih in ne ustvarja ne presežka ne primanjkljaja. Na programu so predvidena 3 delovna mesta.

Tabela 16: Načrtovani prihodki javnega programa

NAČRTOVANJE PRIHODKOV	1. LETO	2. LETO	3. LETO
JAVNI PROGRAM	250.000	300.000	350.000
<i>Projekti - neprofitni vezani na vsebino interpretacijskega in kompetenčnega centra – 7 % celotnih prihodkov</i>	250.000	300.000	350.000

NEPROFITNI TRŽNI PROGRAM predstavlja programe, ki se izvajajo v širšem javnem interesu vendar se financirajo z lastno ustvarjenimi prihodki. Vir prihodkov neprofitnega tržnega programa ustvarjajo:

- ▶ Prireditveni center
- ▶ Interpretacijski center
- ▶ Kompetenčni center
- ▶ Ostale storitve

Na programu se realizira 1,6 milijona € prihodkov v prvem letu, 1,9 milijona € v drugem letu in 2,2 milijona v tretjem letu.

V povprečju predstavljajo prihodki nejavnega programa 45% celotnih prihodkov. Prihodki po posameznih programih so predstavljeni v nadaljevanju.

PRIREDITVENI CENTER

Prihodki centra se ustvarijo iz naslova deleža (inkasa) v prodanih vstopnicah in najemnini prireditvenega prostora, tehnične opreme in tehničnih storitev.

Po letih je predvideno, da število prireditev narašča, število obiskovalcev na prireditvi pa se v povprečju zniža. V prvem letu je načrtovano 6 prireditev (festivalov), v drugem letu 10 in v tretjem letu 15. Od tega še vedno ostaja en večji festival, ki traja 5 dni in trije po 3 dni, povečuje pa se število dnevnih prireditev z manjšim številom obiskovalcev (do 300).

Povprečna cena vstopnice na dan znaša 25 €. Po letih cena narašča in je prilagojena stopnji rasti cen. Povprečna najemnina na dan je v prvem letu 1.100 € in se do tretjega leta dvigne na 1.300 €. V nadaljnjih letih je cena prilagojena stopnji rasti cen. +

Skupni prihodki prireditvenega centra znašajo v prvem letu 154.800 € in v ciljnem letu 175.813 €. Prihodki predstavljajo v ciljnem letu 8% nejavnega programa in 4% celotnih prihodkov.

Tabela 17: Načrtovani prihodki prireditvenega centra

NAČRTOVANJE PRIHODKOV	1. LETO	2. LETO	3. LETO
PRIREDITVENI CENTER	154.800	170.910	175.813
Število prireditev	6	10	15
Skupno število dni	18	23	29
Povprečno št. trajanja (v dneh)	3,00	2,30	1,93
<i>Povprečno število obiskovalcev na prireditvi na dan</i>	<i>3.000</i>	<i>2.443</i>	<i>1.831</i>
<i>Število vstopnic/obiskovalcev</i>	<i>54.000</i>	<i>56.200</i>	<i>53.100</i>
Povprečna cena vstopnice na dan	25	26	26
Prihodek od vstopnic	1.350.000	1.433.100	1.381.131
Cena inkaso - delež od prodanih vstopnic	10,0%	10,0%	10,0%
Prihodek od deleža prodanih vstopnic	135.000	143.310	138.113
Povprečna cena najema prostora, tehnične opreme, storitev (tehnik, varnostnik, soorganizacija) in obratovalnih stroškov na dan	1.100	1.200	1.300
Prihodek od najema tehnične opreme, storitev in obratovalnih stroškov	19.800	27.600	37.700

INTERPRETACIJSKI CENTER

Prihodki centra se ustvarijo s prodajo vstopnic in prodajo spominkov, lokalnih proizvodov v trgovinici, ki je del interpretacijskega centra. Povprečna potrošnja (cena) na obisk je predvidena v višini 13 €. Po letih cena narašča in je prilagojena stopnji rasti cen. Prvo leto je načrtovano 75.000 obiskov, drugo leto 85.000 in tretje ciljno leto 100.000 obiskov. Prihodki v prvem letu znašajo 975.000 €, v drugem letu 1.127.000 € in v ciljnem letu 1.352.520 € in predstavljajo več kot 60% prihodkov nejavnega programa in 28% celotnih prihodkov.

Tabela 18: Načrtovani prihodki interpretacijskega centra

NAČRTOVANJE PRIHODKOV	1. LETO	2. LETO	3. LETO
-----------------------	---------	---------	---------

INTERPRETACIJSKI CENTER	975.000	1.127.100	1.352.520
<i>načrtovano število obiskov</i>	<i>75.000</i>	<i>85.000</i>	<i>100.000</i>
<i>cena/potrošnja na obisk</i>	<i>13</i>	<i>13,3</i>	<i>13,5</i>

KOMPETENČNI CENTER

Prihodki kompetenčnega centra se ustvarijo z organizacijo usposabljanj, delavnic in izobraževanj v lastni organizaciji in oddajo prostorov, ki so namenjeni usposabljanju zunanjim izvajalcev. Glavna tematika je vezana na outdoor vsebino, prostori pa so namenjeni tudi usposabljanju na področju trajnosti in drugih izobraževanj/usposabljanj. Skupine so predvidene manjše – povprečno število udeležencev dogodka je 30. V prvem letu je predvideno 60 dogodkov v lastni organizaciji, v nadaljnjih letih 96. Povprečna cena na udeleženca dogodka je 120 €. Ciljno je dvig cene na 130 €, ki se nadalje prilagaja splošni stopnji rasti cen.

Pri oddaji kompetenčnih prostorov je načrtovana zasedenost 80 dni v prvem letu in 100 dni v ciljnem letu. Gre za oddajo zunanjim organizatorjem kot tudi oddajo prostorov za potrebe prireditev (kot »backstage« oz. prostori za uporabo organizatorjev). Povprečna cena na dan je predvidena v višini 1.100 € in se po letih prilagaja splošni rasti cen.

Kompetenčni center v prvem letu ustvari 304.000 € prihodkov, v ciljnem letu 488.844 €. Predstavlja 22% prihodkov nejavnega programa in 10% v strukturi celotnih prihodkov.

Tabela 19: Načrtovani prihodki kompetenčnega centra

NAČRTOVANJE PRIHODKOV	1. LETO	2. LETO	3. LETO
KOMPETENČNI CENTER	304.000	452.340	488.844
Število usposabljanj/delavnic v lastni organizaciji	60	96	96
Število udeležencev dogodka	30	30	30
<i>Skupaj število udeležencev</i>	<i>1.800</i>	<i>2.880</i>	<i>2.880</i>
Povprečna cena na udeleženca	120	122	130
Prihodki iz lastne organizacije	216.000	351.360	374.400
Število dogodkov/dni - najem prostorov	80	90	100
Cena najema prostora, tehnične opreme	1.100	1.122	1.144
Prihodki iz oddajanja v najem	88.000	100.980	114.444
	140,00	186,00	196,00

OSTALE STORITVE NEJAVNEGA PROGRAMA se nanašajo na izposajo opreme, e-koles, parkirnino in prodano trgovsko blago. Prihodki tega programa predstavljajo 9% prihodkov nejavnega programa.

Tabela 20: Načrtovani prihodki ostalih storitev

NAČRTOVANJE PRIHODKOV	1. LETO	2. LETO	3. LETO
OSTALE STORITVE			
Izposoja opreme, e-kolesa, parkirnina, trgovsko blago	143.380	175.035	201.718

TRŽNI PROGAM se nanaša na prihodke ustvarjene na programu nastanitev, v gostinstvu in wellnesu/fitness-u. Ponudba tržnega progama predstavlja dopolnjujočo ponudbo nejavnega progama, da se le-ta lahko izvaja celovito. Tržni progam predstavlja v povprečju 47% celotnih prihodkov. Prihodki po posameznih programih so predstavljeni v nadaljevanju.

NASTANITVENI PROGAM predstavlja prihodke iz nočitev. Načrtovano je 34 sob (72 ležišč). Povprečna zasedenost prvega leta je 45%, drugega leta 55%, tretjega leta 60%. V nadaljnjih letih je načrtovana 65% zasedenost. Načrtovano število dnevniških obiskov (udeleženci prireditve, interpretacijskega centra, kompetenčnega centra) bistveno presega kapacitete, ki so na razpolago v nastanitvenem programu, vendar zaradi sezonskosti povpraševanja ko je v visoki sezoni nastanitvenih kapacitet bistveno premalo in v nizki sezoni, ko ni toliko dogodkov, ponudba nastanitev ciljana v smeri, da lahko zagotovi nočitve za dve skupini po 30 ljudi + rezerva za druge goste.

V prvem letu je načrtovano 10.052 nočitev, v drugem letu 12.286 nočitev, v tretjem letu 13.403 in nadalje ob 65% zasedenosti je načrtovano 14.520 nočitev letno.

Povprečna dosežena cena na prodano sobo (*čista storitev brez gostinstva, ki je prikazan v nadaljevanju*) znaša v prvem letu 100 €, v drugem letu 110 €, v tretjem letu 120 €. V nadaljnjih letih cene rastejo s splošno rastjo cen. V prvem letu je ustvarjenih 558.450 € prihodkov, v drugem letu 750.805 €, v tretjem letu 893.520 € in v nadaljnjih letih nekaj več kot 1 milijon €.

Nastanitveni program predstavlja slabih 39% prihodkov na tržnem programu in 18% v celotnih prihodkih.

Tabela 21: Načrtovani prihodki nastanitvenega programa

NAČRTOVANJE PRIHODKOV	1. LETO	2. LETO	3. LETO
NASTANITEV	558.450	750.805	893.520
število sob	34	34	34
število ležišč	72	72	72
povprečna letna zasedenost	45%	55%	60%
<i>Število nočitev</i>	<i>10.052</i>	<i>12.286</i>	<i>13.403</i>
povprečna cena na sobo (čista penzijska storitev)	100	110	120

GOSTINSKI PROGRAM je razdeljen na dva segmenta. Gostinski program hotelskih gostov in gostinski program dnevniških gostov. Gostinski program hotelskih gostov se nanaša na ponudbo penzijske ponudbe. V povprečju hotelski gost na programu gostinstva potroši 20 €. Rast cen (povprečna potrošnja) raste s splošno stopnjo rasti cen. Prihodki hotelskih gostov – penzijske potrošnje znašajo 201.042 € v prvem letu, 250.632 € v drugem letu in 278.885 € v tretjem letu.

Prihodki dnevniških gostov predstavljajo v 78% prihodkov gostinskega progama in se nanašajo na potrošnjo gostov interpretacijskega centra, prireditvenega programa, kompetenčnega centra in zunanjih obiskovalcev. Koriščenje je načrtovano v deležu od načrtovanih obiskovalcev osnovnih programov, njihova povprečna potrošnja je 15 €. V prvem letu se ustvari 733.275 € prihodkov, v tretjem letu 876.995 €.

V celoti je na gostinskem programu ustvarjenih 934.314 € v prvem letu poslovanja, 1.050.838 € v drugem letu poslovanja in 1.155.880 € v tretjem letu poslovanja. Gostinski program predstavlja 51% prihodkov tržnega programa in 24% celotnih prihodkov.

Tabela 22: Načrtovani prihodki gostinskega programa

NAČRTOVANJE PRIHODKOV	1. LETO	2. LETO	3. LETO
GOSTINSKI PROGRAM	934.317	1.050.838	1.155.880
<i>penzionski / hotelski gostje</i>	10.052	12.286	13.403
<i>povprečna cena penzionске - gostinske storitve</i>	20	20	21
Prihodki hotelski gostje	201.042	250.632	278.885
<i>dnevni gostje - interpretacijski center</i>	15.000	17.000	20.000
<i>prihodki gostinstvo dnevni - interpretacijski center</i>	225.000	260.100	312.120
<i>dnevni gostje - prireditveni program</i>	16.200	16.860	15.930
<i>prihodki gostinstvo dnevni - prireditveni program</i>	243.000	257.958	248.604
<i>dnevni gostje - kompetenčni center lastna organizacija</i>	1.260	2.016	2.016
<i>prihodki gostinstvo dnevni - kompetenčni center lastna organizacija</i>	18.900	30.845	31.462
<i>dnevni gostje - kompetenčni center najem</i>	2.800	3.150	3.500
<i>prihodki gostinstvo dnevni - kompetenčni center najem</i>	42.000	48.195	54.621
<i>dnevni gostje - zunanji obiskovalci</i>	16.425	16.425	18.250
<i>prihodki gostinstvo dnevni - zunanji obiskovalci</i>	246.375	251.303	284.810
<i>povprečna cena na postrežbo</i>	15	15,3	15,6
Prihodki dnevni obiskovalci	733.275	800.205	876.995

WELLNESS IN FITNESS PROGRAM

V prihodkih wellness / fitness programa je načrtovan obisk stacionarnih gostov in dnevnih gostov. Upoštevano je obiska v deležu 30% nočitev, povprečna potrošnja na uporabo je 10 €. Pri dnevnih gostih je načrtovano povprečno 30 obiskov na dan, obisk v prvih treh letih narašča za 3%. Povprečna potrošnja na storitev znaša 14 €. Cene po letih rastejo s splošno rastjo cen. V prvem letu je načrtovano 183.456 € prihodkov, v drugem letu 198.652 €, v tretjem letu 211.039 €. Prihodki predstavljajo 9% prihodkov tržnega programa in 4% celotnih prihodkov

Tabela 23: Načrtovani prihodki wellness/fitnes programa

NAČRTOVANJE PRIHODKOV	1. LETO	2. LETO	3. LETO
WELLNESS, FITNESS	183.456	198.652	211.039
<i>penzionski / hotelski gostje</i>	3.016	3.686	4.021
<i>povprečna cena na storitev</i>	10	10,2	10,4
Prihodki hotelski gostje	30.156	37.595	41.833
<i>dnevni gostje</i>	10.950	11.279	11.617
<i>povprečna cena na storitev</i>	14	14,3	14,6
Prihodki dnevni obiskovalci	153.300	161.057	169.206

Celotni prihodki znašajo v prvem letu 3,5 milijona € in po letih postopoma naraščajo, v drugem letu znašajo 4,2 milijona €, v tretjem letu 4,8 milijona € do desetega leta, ko je predvidena realizacija 5,8 milijona €. Rast prihodkov je v prvih letih odraz povečevanja števila obiskov v nadaljnjih letih pa je rast posledica splošne rasti cen.

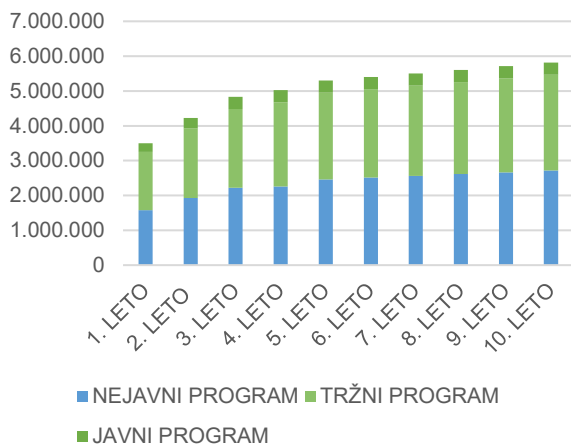
Tabela 24: Načrtovani prihodki po programih po letih

PRIHODKI	1. LETO	2. LETO	3. LETO	4. LETO	5. LETO	6. LETO	7. LETO	8. LETO	9. LETO	10. LETO
JAVNI PROGRAM	250.000	300.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
NEPROFITNI TRŽNI PROGRAM	1.577.180	1.925.385	2.218.895	2.263.273	2.463.326	2.512.592	2.562.844	2.614.101	2.666.383	2.719.711
PRIREDITVENI CENTER	154.800	170.910	175.813	179.329	182.916	186.574	190.306	194.112	197.994	201.954
INTERPRETACIJSKI CENTER	975.000	1.127.100	1.352.520	1.379.570	1.547.878	1.578.836	1.610.412	1.642.621	1.675.473	1.708.982
KOMPETENČNI CENTER	304.000	452.340	488.844	498.621	508.593	518.765	529.140	539.723	550.518	561.528
OSTALE STORITVE	143.380	175.035	201.718	205.752	223.939	228.417	232.986	237.646	242.398	247.246
TRŽNI PROGRAM	1.676.223	2.000.294	2.260.440	2.408.859	2.489.509	2.539.299	2.590.085	2.641.887	2.694.724	2.748.619
NASTANITEV	558.450	750.805	893.520	987.340	1.007.086	1.027.228	1.047.773	1.068.728	1.090.103	1.111.905
GOSTINSKI PROGRAM	934.317	1.050.838	1.155.880	1.202.703	1.259.230	1.284.415	1.310.103	1.336.305	1.363.031	1.390.292
WELLNESS, FITNESS	183.456	198.652	211.039	218.816	223.192	227.656	232.209	236.853	241.590	246.422
SKUPAJ	3.503.403	4.225.679	4.829.334	5.022.131	5.302.835	5.401.891	5.502.929	5.605.988	5.711.108	5.818.330

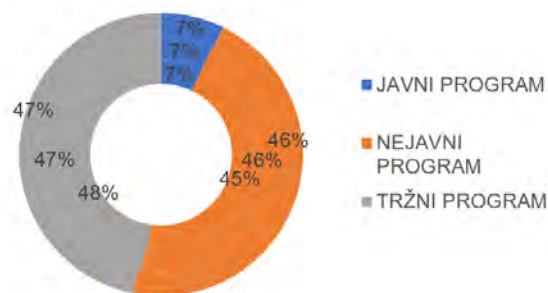
Tabela 25: Struktura prihodkov po programih po letih

STRUKTURA PRIHODKOV	1. LETO	2. LETO	3. LETO	4. LETO	5. LETO	6. LETO	7. LETO	8. LETO	9. LETO	10. LETO
JAVNI PROGRAM	7%	7%	7%	7%	7%	6%	6%	6%	6%	6%
NEPROFITNI TRŽNI PROGRAM	45%	46%	46%	45%	46%	47%	47%	47%	47%	47%
PRIREDITVENI CENTER	4%	4%	4%	4%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
INTERPRETACIJSKI CENTER	28%	27%	28%	27%	29%	29%	29%	29%	29%	29%
KOMPETENČNI CENTER	9%	11%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
OSTALE STORITVE	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%
TRŽNI PROGRAM	48%	47%	47%	48%	47%	47%	47%	47%	47%	47%
NASTANITEV	16%	18%	19%	20%	19%	19%	19%	19%	19%	19%
GOSTINSKI PROGRAM	27%	25%	24%	24%	24%	24%	24%	24%	24%	24%
WELLNESS, FITNESS	5%	5%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%

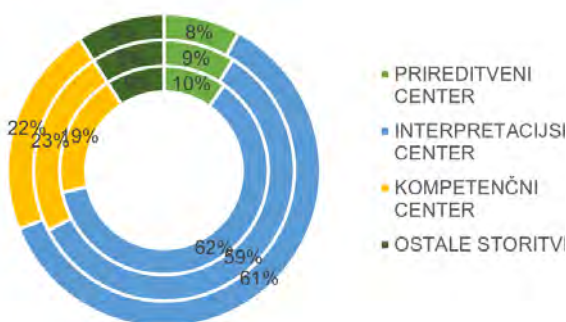
Graf 8: Prihodki po programih po letih



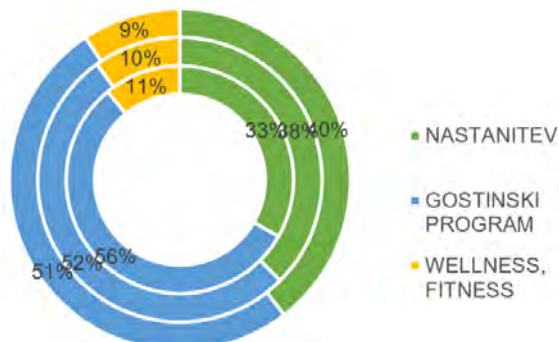
Graf 8: Struktura prihodkov po programih 1., 2. in 3. leto



Graf 8: Prihodki po nejavnega programa 1., 2. in 3. leto



Graf 8: Prihodki po tržnega programa 1., 2. in 3. leto



ŠTEVILO OBISKOVALCEV, NOČITEV, GOSTOV

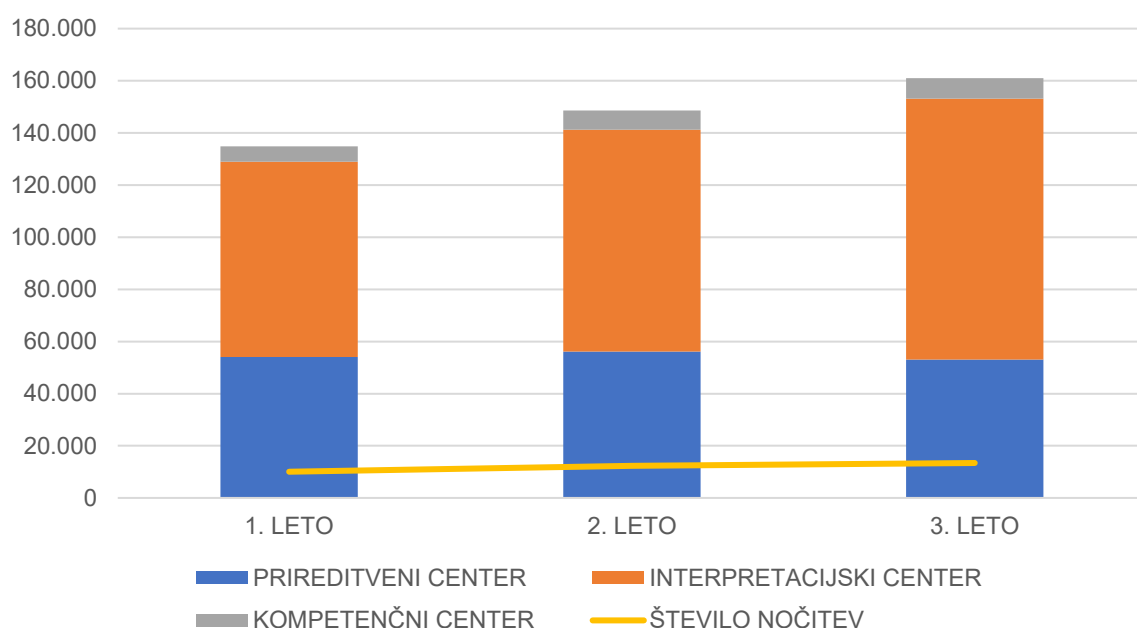
Program prireditev in interpretacijskega centra predstavljata najbolj močna segmenta v številu obiskov. Prireditveni program je predvsem skoncentriran in sezonski, medtem ko je obisk v interpretacijskem centru razporejen skozi celotno leto.

Kompetenčni program je načrtovan v manjšem obsegu, vendar je ključen del ponudbe, ki je lahko skoncentriran tudi izven glavne sezone. V ciljnem tretjem letu je načrtovano 100.000 obiskovalcev v interpretacijskem centru, 53.100 obiskovalcev prireditvenega programa, 2.880 udeležencev v kompetenčnem centru na programih v lastni organizaciji in 5.000 udeležencev na programih organizirani s strani drugih organizatorjev (najem prostorov).

Glede na število sob/ležišč (34 sob/72 stalnih ležišč) in načrtovano zasedenost (60%) se realizira 13.403 nočitev letno. Program prenočitev pokriva 8,3% vseh obiskov / uporab prireditvenega, interpretacijskega in kompetenčnega programa.

Za zagotavljanje izvajanje načrtovanih programov v visoki sezoni, predvsem prireditvenega programa bo potrebno še vedno zagotoviti dodatne nastanitvene zmogljivosti v neposredni in /ali širši okolici.

Slika 25: Število obiskov/udeležencev in število nočitev 1., 2. in 3. leto



Na programih, ki zaokrožajo celovitost ponudbe – gostinstvo in wellness, je načrtovan obisk v deležu gostov, ki ustvarjajo nočitve kot tudi s strani dnevnih gostov – gostov, ki ustvarjajo nočitev drugje, lokalnih prebivalcev in enodnevnik izletnikov.

Tabela 26: Struktura prihodkov po programih po letih

ŠTEVILO UPORAB PO PROGRAMIH	1. LETO	2. LETO	3. LETO
JAVNI PROGRAM			
NEPROFITNI TRŽNI PROGRAM	134.800	148.580	160.980
Prireditveni center	54.000	56.200	53.100
Interpretacijski center	75.000	85.000	100.000
Kompetenčni center	1800	2880	2.880
<i>Kompetenčni center najem</i>	<i>4000</i>	<i>4500</i>	<i>5000</i>
NASTANITEV – število nočitev	10.052	12.286	13.403
Gostinski program	61.737	67.737	73.099
Penzionski / hotelski gostje	10.052	12.286	13.403
Dnevni gostje - interpretacijski center	15.000	17.000	20.000
Dnevni gostje - prireditveni program	16.200	16.860	15.930
Dnevni gostje - kompetenčni center lastna organizacija	1.260	2.016	2.016
<i>Dnevni gostje - kompetenčni center najem</i>	<i>2.800</i>	<i>3.150</i>	<i>3.500</i>
Dnevni gostje - zunanji obiskovalci	16.425	16.425	18.250
Wellness, fitness	13.966	14.964	15.638
Penzionski / hotelski gostje	3.016	3.686	4.021
Dnevni gostje	10.950	11.279	11.617

7.3.2 Načrtovanje stroškov

Pri načrtovanju stroškov so **stroški materiala in storitev** upoštevani kot delež v prihodkih po posameznem programu in v povprečju predstavljajo 55% delež v prihodkih. So pretežno variabilne narave, zato po letih naraščajo skladno z rastjo prihodkov.

Stroški dela so tudi načrtovani po posameznem programu. V prvem letu je predvideno 41 zaposlenih, v drugem letu 44 zaposlenih, v tretjem letu 48 zaposlenih in v nadaljnjih letih 49 zaposlenih. Povprečen mesečni strošek dela v prvem letu znaša 2.330 € in letno naraščajo.

V prihodkih v prvem letu predstavljajo 33%, kasneje upadejo na 28% zaradi fiksne narave stroška, ki ni neposredno odvisen od gibanja prihodkov.

Stroški amortizacije so izračunani na vrednost osnovnih sredstev (zgradb in opreme), ki je predmet investicijskega projekta. Povprečna amortizacijska stopnja za zgradbe je upoštevana v višini 3%, povprečna amortizacijska stopnja za opremo 10%. Letna amortizacija znaša 429.133 €.

Prikaz stroškov poslovanja po programih je podan v tabeli v nadaljevanju.

Poleg stroškov poslovanja so upoštevani tudi **stroški financiranja** za pridobljena kreditna sredstva za investicijo. Za izračun stroškov financiranja je upoštevano posojilo pod pogoji: višina sredstev 1,8 milijona €, doba odplačila 15 let, obrestna mera 1,8% in 1 letni moratorij na odplačilo glavnice. Stroški financiranja z odplačilom glavnice po letih upadajo.

Tabela 26: Načrtovani stroški poslovanja po programih po letih

NAČRTOVANJE STROŠKOV	1. LETO	2. LETO	3. LETO	4. LETO	5. LETO	6. LETO	7. LETO	8. LETO	9. LETO	10. LETO
JAVNI PROGRAM	250.000	300.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
Stroški materiala in storitev	163.600	211.872	260.109	258.312	256.478	254.607	252.700	250.754	248.769	246.744
Stroški dela	86.400	88.128	89.891	91.688	93.522	95.393	97.300	99.246	101.231	103.256
<i>Število zaposlenih</i>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
NEPROFITNI TRŽNI PROGRAM	1.281.244	1.515.904	1.745.221	1.780.125	1.900.157	1.938.160	1.976.924	2.016.462	2.056.791	2.097.927
PIREDITVENI CENTER	136.224	150.401	154.716	157.810	160.966	164.185	167.469	170.818	174.235	177.720
Stroški materiala in storitev	85.140	94.001	96.697	98.631	100.604	102.616	104.668	106.762	108.897	111.075
Stroški dela	51.084	56.400	58.018	59.179	60.362	61.570	62.801	64.057	65.338	66.645
<i>Število zaposlenih</i>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
INTERPRETACIJSKI CENTER	877.500	1.014.390	1.217.268	1.241.613	1.350.875	1.377.893	1.405.451	1.433.560	1.462.231	1.491.476
Stroški materiala in storitev	585.000	676.260	811.512	827.742	928.727	947.301	966.247	985.572	1.005.284	1.025.389
Stroški dela	292.500	338.130	405.756	413.871	422.149	430.592	439.203	447.987	456.947	466.086
<i>Število zaposlenih</i>	10	11	14	14	14	14	14	14	14	14
KOMPETENČNI CENTER	267.520	351.113	373.237	380.702	388.316	396.082	404.004	412.084	420.326	428.732
Stroški materiala in storitev	167.200	248.787	268.864	274.241	279.726	285.321	291.027	296.848	302.785	308.840
Stroški dela	100.320	102.326	104.373	106.460	108.590	110.761	112.977	115.236	117.541	119.892
<i>Število zaposlenih</i>	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
OSTALE STORITVE	110.028	129.501	146.000	148.920	160.342	163.548	166.819	170.156	173.559	177.030
Stroški materiala in storitev	86.028	105.021	121.031	123.451	134.363	137.050	139.792	142.587	145.439	148.348
Stroški dela	24.000	24.480	24.970	25.469	25.978	26.498	27.028	27.568	28.120	28.682
<i>Število zaposlenih</i>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TRŽNI PROGRAM	1.424.790	1.660.244	1.876.165	1.965.293	2.020.836	2.061.252	2.102.477	2.144.527	2.187.417	2.231.166
Stroški materiala in storitev	838.112	1.000.147	1.130.220	1.204.429	1.244.754	1.269.649	1.295.042	1.320.943	1.347.362	1.374.309
Stroški dela	586.678	660.097	745.945	760.864	776.081	791.603	807.435	823.584	840.055	856.856
<i>Število zaposlenih</i>	23	25	27	27	27	27	27	27	27	27
<i>Število zaposlenih</i>	41	44	48	49	49	49	49	49	49	49

skupaj stroški	3.066.062	3.476.149	3.971.385	4.095.418	4.270.993	4.349.413	4.429.401	4.510.989	4.594.209	4.679.093
Stroški materiala in storitev	1.925.080	2.336.088	2.688.433	2.786.807	2.944.652	2.996.545	3.049.476	3.103.466	3.158.535	3.214.706
Stroški dela	1.140.982	1.269.562	1.428.952	1.457.532	1.486.682	1.516.416	1.546.744	1.577.679	1.609.233	1.641.417

<i>Stroški dela na mesec</i>	<i>2.330</i>	<i>2.392</i>	<i>2.461</i>	<i>2.501</i>	<i>2.543</i>	<i>2.585</i>	<i>2.627</i>	<i>2.671</i>	<i>2.714</i>	<i>2.768</i>
------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Struktura stroškov kot delež v prihodkih	88%	85%	85%	85%	84%	84%	84%	84%	83%	83%
Stroški materiala in storitev	55%	55%	56%	55%	56%	55%	55%	55%	55%	55%
Stroški dela	33%	30%	30%	29%	28%	28%	28%	28%	28%	28%
Amortizacija	13%	11%	9%	9%	9%	8%	8%	8%	8%	8%

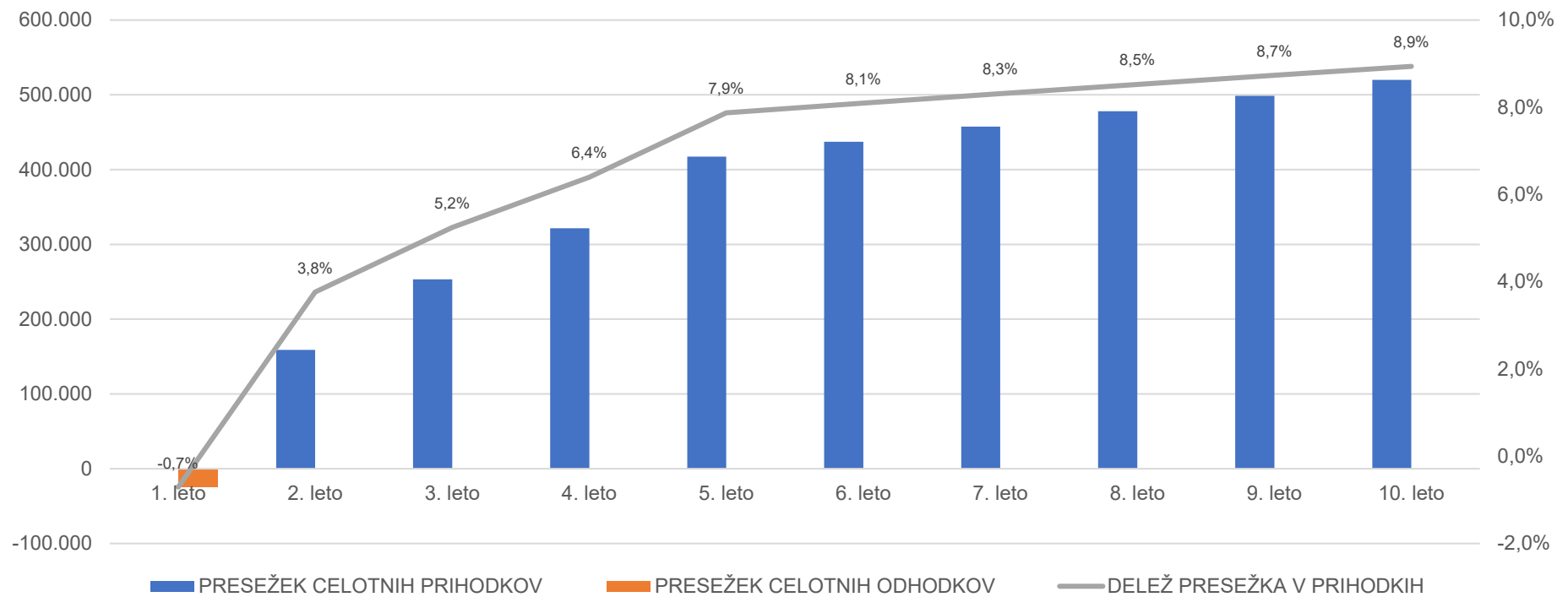
7.3.3 Projekcije finančnih izkazov

Projekcija izkaza poslovnega izida prikazuje skupen prikaz načrtovanih prihodkov in stroškov po letih. V prvem letu je poslovni izid negativen, v drugem letu pa je načrtovan pozitiven poslovni izid, ki po letih postopoma in stabilno raste.

Tabela 27: Projekcija izkaza poslovnega izida po letih

	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto	6. leto	7. leto	8. leto	9. leto	10. leto
ČISTI PRIHODKI OD POSLOVANJA	3.253.403	3.925.679	4.479.334	4.672.131	4.952.835	5.051.891	5.152.929	5.255.988	5.361.108	5.468.330
PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	3.253.403	3.925.679	4.479.334	4.672.131	4.952.835	5.051.891	5.152.929	5.255.988	5.361.108	5.468.330
DRUGI POSLOVNI PRIHODKI	250.000	300.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA	3.503.403	4.225.679	4.829.334	5.022.131	5.302.835	5.401.891	5.502.929	5.605.988	5.711.108	5.818.330
ODHODKI POSLOVANJA	3.520.137	4.059.724	4.571.460	4.698.413	4.885.409	4.967.036	5.050.295	5.135.220	5.221.842	5.310.198
Stroški blaga, materiala in storitev	1.925.080	2.336.088	2.688.433	2.786.807	2.944.652	2.996.545	3.049.476	3.103.466	3.158.535	3.214.706
Stroški dela	1.140.982	1.269.562	1.428.952	1.457.532	1.486.682	1.516.416	1.546.744	1.577.679	1.609.233	1.641.417
Odpisi vrednosti - amortizacija	429.133	429.133	429.133	429.133	429.133	429.133	429.133	429.133	429.133	429.133
PRESEŽEK PRIHODKOV POSLOVANJA	8.208	190.896	282.815	348.659	442.367	459.797	477.575	495.710	514.206	533.073
PRESEŽEK ODHODKOV POSLOVANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FINANČNI PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FINANČNI ODHODKI	32.993	31.913	29.556	27.200	24.843	22.486	20.130	17.773	15.416	13.060
DRUGI PRIHODKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DRUGI ODHODKI										
PRESEŽEK CELOTNIH PRIHODKOV	0	158.984	253.259	321.460	417.524	437.311	457.446	477.937	498.790	520.013
PRESEŽEK CELOTNIH ODHODKOV	-24.785	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DELEŽ PRESEŽKA V PRIHODKIH	-0,7%	3,8%	5,2%	6,4%	7,9%	8,1%	8,3%	8,5%	8,7%	8,9%

Slika 26: Prikaz doseganja presežka celotnih prihodkov / odhodkov in delež presežka v prihodkih po letih



Ob izpolnjenem pogoju, da so zagotovljeni viri financiranja za investicijo v predvidenih zneskih je po letih denarni tok pozitiven in kaže na stabilnost poslovanja in zmožnost akumulacije denarnih sredstev za nov razvoj in investicijska vlaganja. Pri denarnih tokovih je upoštevan o delno reinvestiranje v višini 4% prihodkov, ni pa predvidena reinvesticija celotnih razpoložljivih sredstev, zato se letno akumulirajo.

Tabela 28: Projekcija izkaza denarnih tokov po letih

denarni tok po letih v EUR											
Leto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Začetno stanje denarnih sredstev	0	0	404.349	861.541	1.219.836	1.638.620	2.142.240	2.661.684	3.197.222	3.749.128	4.317.683
PREJEMKI PRI POSLOVANJU	0	3.503.403	4.225.679	4.829.334	5.022.131	5.302.835	5.401.891	5.502.929	5.605.988	5.711.108	5.818.330
- prejemki iz javnih virov		250.000	300.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
- prejemki od prodaje proizvodov in storitev		3.253.403	3.925.679	4.479.334	4.672.131	4.952.835	5.051.891	5.152.929	5.255.988	5.361.108	5.468.330
IZDATKI PRI POSLOVANJU	3.066.062	3.605.650	4.117.386	4.244.339	4.431.334	4.512.961	4.596.220	4.681.145	4.767.768	4.856.123	
- za nakup materiala in storitev		1.925.080	2.336.088	2.688.433	2.786.807	2.944.652	2.996.545	3.049.476	3.103.466	3.158.535	3.214.706
- za plače in deleže zaposlenih v dobičku		1.140.982	1.269.562	1.428.952	1.457.532	1.486.682	1.516.416	1.546.744	1.577.679	1.609.233	1.641.417
- za davek od dobička		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- drugi izdatki pri poslovanju	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A) PREBITEK PREJEMKOV/IZDATKOV PRI POSLOVANJU		437.341	620.030	711.949	777.793	871.500	888.930	906.709	924.843	943.340	962.207
PREJEMKI PRI NALOŽBENJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- zmanjšanje kratkoročnih finančnih naložb											
- odprodaja osnovnih sredstev											
IZDATKI PRI NALOŽBENJU	12.234.429	0	0	193.173	200.885	212.113	216.076	220.117	224.240	228.444	232.733
- kratkoročne naložbe											
- dolgoročne naložbe											
- povečanje vrednosti osnovnih sredstev	12.234.429	0	0	193.173	200.885	212.113	216.076	220.117	224.240	228.444	232.733
B) PREBITEK PREJEMKOV/IZDATKOV PRI NALOŽBENJU	-	0	0	-193.173	-200.885	-212.113	-216.076	-220.117	-224.240	-228.444	-232.733
PREJEMKI PRI FINANCIRANJU	12.234.429	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- od vplačanega kapitala - lastna sredstva	4.012.515	0									

- posojila in krediti	1.832.939										
- nepovratna sredstva	6.388.975	0	0	0							
- prejemi iz naslova obresti											
IZDATKI PRI FINANCIRANJU	0	32.993	162.837	160.480	158.124	155.767	153.410	151.054	148.697	146.341	143.984
- za odplačilo posojil - stroški obresti	0	32.993	31.913	29.556	27.200	24.843	22.486	20.130	17.773	15.416	13.060
- za odplačilo posojil - anuiteta	0	0	130.924	130.924	130.924	130.924	130.924	130.924	130.924	130.924	130.924
C) PREBITEK PREJEMKOV/IZDATKOV PRI FINANCIRANJU	12.234.429	-32.993	-162.837	-160.480	-158.124	-155.767	-153.410	-151.054	-148.697	-146.341	-143.984
FINANČNI IZID OBDOBJA (A+B+C)	0	404.349	457.193	358.295	418.784	503.620	519.444	535.538	551.906	568.555	585.490
Končno stanje denarnih sredstev	0	404.349	861.541	1.219.836	1.638.620	2.142.240	2.661.684	3.197.222	3.749.128	4.317.683	4.903.173

7.4 Ocena uspešnosti investicije

Osnova za izračun kazalnikov uspešnosti poslovanja je neto denarni tok investicijskega projekta po letih. Poleg rezultatov poslovanja po letih, se pri obravnavanju denarnih tokov projekta upošteva vrednost denarja v času oz. predpisana diskontna stopnja 4% s katero se diskontirajo denarni tokovi in vrednost sredstev projekta na koncu obdobja – preostala vrednost, ki predstavlja dodatni denarni tok na koncu obravnavanega obdobja.

Preostala vrednost je ocenjena na podlagi predpostavke, da se lahko vrednost sredstev ovrednoti na trgu na podlagi realiziranega prostega denarnega toka in zmožnosti dolgoročnega poslovanja (t.i. going concern). Metoda izračuna preostale vrednosti upošteva Gordonov model rasti. Za izračun se upošteva prosti denarni tok 10. leta, tržna diskontna stopnja v višini 8% in stopnja rasti, ki je izenačena z dolgoročno stopnjo rasti cen in predstavlja organsko rast višini 2%. Preostala vrednost znaša 12,4 mio €.

Uspešnost investicije je izračunana v dveh variantah. **Prva (varianta A)** upošteva celoten investicijski izdatek v višini 12,2 €, **druga (varianta B)** pa je zmanjšana za vlaganja v širše območje v višini 840.000 €, vrednost investicije znaša 11,4 milijona €.

Investicija v obeh variantah izkazuje višje diskontirane denarne tokove glede na investicijski vložek. V izračunu je upoštevana preostala vrednost, ki bistveno vpliva na dodatne denarne tokove, kar je v primerih investicije v osnovna sredstva, ki imajo dolgo življenjsko dobo (zgradbe) in so v funkciji (sredstva, ki ustvarjajo dodano vrednost in denarni tok) pričakovano. Neto sedanjo vrednost (NPV) je v obeh variantah večja od 0, kar pomeni, da investicija prinaša pozitivne učinke nad pričakovanimi. Pri varianti A znaša 1.193.875 €, pri varianti B pa je 2.033.875 €. Posledično je tudi relativna neto sedanja vrednost, ki kaže razmerje med NPV in Investicijskimi izdatki nižja pri varianti A. Notranja stopnja donosa (IRR) je pri varianti A 5,2%, pri varianti B 6,1% in je v obeh primerih višja od zahtevane minimalne stopnje donosa 4%. Kazalnik razmerja koristi in stroškov (Benefit / Cost) je v obeh variantah enak, ker je izločen vpliv investicije in znaša 1,18.

Investicija je upravičljiva v obeh variantah. Bistveno bolj je tvegana varianta A na spremembe prihodkov, stroškov in investicijske izdatke.

Tabela 29: Izračun kazalnikov uspešnosti investicije za varianto A in varianto B

VARIANTA A		VARIANTA B	
Dinamični finančni kazalniki CELOTNA INVESTICIJA 12,4 MIO €		Dinamični finančni kazalniki - INVESTICIJA BREZ VLAGANJ V ŠIRŠE OBMOČJE, 11,5 MIO €	
NPV	1.193.875	NPV	2.033.875
IRR	5,2%	IRR	6,1%
Relativna neto sedanja vrednost	9,8%	Relativna neto sedanja vrednost	17,8%
B/C (PV prihodkov / PV odhodkov)	1,18	B/C (PV prihodkov / PV odhodkov)	1,18

Tabela 30: Izračun uspešnosti investicije – varianta A

Diskontna stopnja		4,00%									
Ekonomska doba projekta:		10 let									
Dolgoročna rast (enaka dolgoročni stopnji inflacije)		2,00%									
Tržna diskontna stopnja - za izračun preostale vrednosti		8,00%									
		1									
Leto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Investicijski izdatek - CELOTNA INVESTICIJA	12.234.429										
PRIHODKI		3.503.403	4.225.679	4.829.334	5.022.131	5.302.835	5.401.891	5.502.929	5.605.988	5.711.108	5.818.330
PRIHODKI IZ POSLOVANJA	0	3.503.403	4.225.679	4.829.334	5.022.131	5.302.835	5.401.891	5.502.929	5.605.988	5.711.108	5.818.330
STROŠKI DELA	0	1.140.982	1.269.562	1.428.952	1.457.532	1.486.682	1.516.416	1.546.744	1.577.679	1.609.233	1.641.417
STROŠKI MATERIALA IN STORITEV	0	1.925.080	2.336.088	2.688.433	2.786.807	2.944.652	2.996.545	3.049.476	3.103.466	3.158.535	3.214.706
STROŠKI IZ POSLOVANJA	0	3.066.062	3.605.650	4.117.386	4.244.339	4.431.334	4.512.961	4.596.220	4.681.145	4.767.768	4.856.123
denarni tok poslovanja		437.341	620.030	711.949	777.793	871.500	888.930	906.709	924.843	943.340	962.207
denarni tok	-12.234.429	437.341	620.030	711.949	777.793	871.500	888.930	906.709	924.843	943.340	962.207
reinvestiranje (4% prihodkov)				193.173	200.885	212.113	216.076	220.117	224.240	228.444	232.733
denarni tok po reinvestiranju	-12.234.429	437.341	620.030	518.775	576.907	659.387	672.855	686.592	700.603	714.896	729.473
PREOSTALA VREDNOST - Gordonov model											12.401.049
PROSTI DENARNI TOK - FCF	-12.234.429	437.341	620.030	518.775	576.907	659.387	672.855	686.592	700.603	714.896	13.130.522
diskontni faktor		0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	0,7903	0,7599	0,7307	0,7026	0,6756
DISKONTIRAN DENARNI TOK REDNEGA DELOVANJA	0	420.521	573.252	461.189	493.143	541.968	531.767	521.753	511.924	502.276	492.806
DISKONTIRAN DENARNI TOK PREOSTALE VREDNOSTI											8.377.704
DISKONTIRANI DENARNI TOKOVI SKUPAJ	-12.234.429	420.521	573.252	461.189	493.143	541.968	531.767	521.753	511.924	502.276	8.870.510
PV prihodkov		3.368.657	3.906.878	4.293.261	4.292.939	4.358.544	4.269.193	4.181.774	4.096.240	4.012.548	3.930.655
PV odhodkov		2.948.136	3.333.626	3.660.341	3.628.078	3.642.234	3.566.659	3.492.750	3.420.467	3.349.770	3.280.623

Dinamični finančni kazalniki CELOTNA INVESTICIJA	
NPV	1.193.875
IRR	5,2%
Relativna neto sedanja vrednost	9,8%
B/C (PV prihodkov / PV odhodkov)	118,6%

Tabela 31: Izračun uspešnosti investicije – varianta B

FINANČNA ANALIZA - INVESTICIJA BREZ UREDITVE ŠIRŠEGA OBMOČJA

Diskontna stopnja	4,00%
Ekonomska doba projekta:	10 let
Dolgoročna rast (enaka dolgoročni stopnji inflacije)	2,00%
Tržna diskontna stopnja - za izračun preostale vrednosti	8,00%

Leto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Investicijski izdatek - brez ureditve širšega območja	11.394.429	0									
PRIHODKI	3.503.403	4.225.679	4.829.334	5.022.131	5.302.835	5.401.891	5.502.929	5.605.988	5.711.108	5.818.330	
PRIHODKI IZ POSLOVANJA	3.503.403	4.225.679	4.829.334	5.022.131	5.302.835	5.401.891	5.502.929	5.605.988	5.711.108	5.818.330	
STROŠKI DELA	1.140.982	1.269.562	1.428.952	1.457.532	1.486.682	1.516.416	1.546.744	1.577.679	1.609.233	1.641.417	
STROŠKI MATERIALA IN STORITEV	1.925.080	2.336.088	2.688.433	2.786.807	2.944.652	2.996.545	3.049.476	3.103.466	3.158.535	3.214.706	
STROŠKI IZ POSLOVANJA	3.066.062	3.605.650	4.117.386	4.244.339	4.431.334	4.512.961	4.596.220	4.681.145	4.767.768	4.856.123	
denarni tok poslovanja	437.341	620.030	711.949	777.793	871.500	888.930	906.709	924.843	943.340	962.207	
Preostala vrednost											
denarni tok	-11.394.429	437.341	620.030	711.949	777.793	871.500	888.930	906.709	924.843	943.340	962.207
reinvestiranje (4% prihodkov)				193.173	200.885	212.113	216.076	220.117	224.240	228.444	232.733
denarni tok po reinvestiranju	-11.394.429	437.341	620.030	518.775	576.907	659.387	672.855	686.592	700.603	714.896	729.473

PREOSTALA VREDNOST - Gordonov model											12.401.049
PROSTI DENARNI TOK - FCF	-11.394.429	437.341	620.030	518.775	576.907	659.387	672.855	686.592	700.603	714.896	13.130.522
diskontni faktor		0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	0,7903	0,7599	0,7307	0,7026	0,6756
DISKONTIRAN DENARNI TOK REDNEGA DELOVANJA	0	420.521	573.252	461.189	493.143	541.968	531.767	521.753	511.924	502.276	492.806

DISKONTIRAN DENARNI TOK PREOSTALE VREDNOSTI											8.377.704
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------------

DISKONTIRANI DENARNI TOKOVI SKUPAJ	-11.394.429	420.521	573.252	461.189	493.143	541.968	531.767	521.753	511.924	502.276	8.870.510
---	--------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	------------------

PV prihodkov	3.368.657	3.906.878	4.293.261	4.292.939	4.358.544	4.269.193	4.181.774	4.096.240	4.012.548	3.930.655
PV odhodkov	2.948.136	3.333.626	3.660.341	3.628.078	3.642.234	3.566.659	3.492.750	3.420.467	3.349.770	3.280.623

Dinamični finančni kazalniki - INVESTICIJA BREZ VLAGANJ V ŠIRŠE OBMOČJE	
-	-
NPV	2.033.875
IRR	6,1%
Relativna neto sedanja vrednost	17,8%
B/C (PV prihodkov / PV odhodkov)	118,6%

KRATICE

BOJA	Biosferno območje Julijske Alpe
BT	Površine za turizem
BTP	Bruto tlorisne površine
B/C	Koristi / Stroški
DMMO	Destinacijska management in marketing organizacija
DDV	Davek na dodano vrednost
ESRR	Evropski sklad za regionalni razvoj
EUP	Enota urejanja prostora
FCF	Prosti denarni tok
G	Gozdna zemljišča
GOI	Gradbeno obrtniška dela in inštalacije
GURS	Geodetska uprava Republike Slovenije
IRR	Interna stopnja donosa
MGRT	Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
NPV	Neto sedanja vrednost
NTP	Neto tlorisne površine
OPN	Občinski prostorski načrt
OPPN	Občinski podrobni prostorski načrt
PRC	Posoški razvojni center
PV	Sedanja vrednost
RA	Razvojna agencija
RAGOR	Razvojna agencija Zgornje Gorenjske
RRF	Načrt za okrevanje in odpornost (angl. Recovery and Resilience Facility)
SJA	Skupnost Julijske Alpe
STO	Slovenska turistična organizacija
TDS	Turizem Dolina Soče
TNP	Triglavski narodni park
TT	Turistična taksa
U	Stavbno zemljišče
UNESCO MAB	Interdisciplinarni program Organizacije združenih narodov za izobraževanje, raziskovanje in kulturo Človek in biosfera (angl. Man and Biosphere)
ZP	Zelene površine - parki
ZSi	Zelene površine - površine za oddih, rekreacijo in šport – območja športnih igrišč
ZSk	Zelene površine - površine za oddih, rekreacijo in šport in območja, namenjena turističnim kampom