



Številka: 032-0003/2021

Datum: 18. 3. 2021

**17. SEJA OBČINSKEGA SVETA OBČINE SLOVENSKE KONJICE,
dne 25. 3. 2021**

ZADEVA:	GRADIVO ZA 2. TOČKO SEJE OBČINSKEGA SVETA OBČINE SLOVENSKE KONJICE
NASLOV:	PREGLED IZVAJANJA NAČRTA RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA V OBČINI SLOVENSKE KONJICE IN TURISTIČNI DESTINACIJI ROGLA - POHORJE 2017-2021 TER POGLED V NOVO STRATEŠKO OBDOBJE 2022 - 2027
PREDLAGATELJ:	TURISTIČNA DESTINACIJA ROGLA - POHORJE
PРАВNA PODLAGA:	16. člen Statuta Občine Slovenske Konjice (Uradni list RS, 87/15 in 12/16 - popravek)
NAMEN:	Predlog za sprejem
STALIŠČE PRISTOJNEGA ODBORA:	Odbor za gospodarstvo, turizem in podjetništvo Občine potrjuje Poročilo uresničevanja Načrta trženja in razvoja turizma v občini Slovenske Konjice in Turistični destinaciji Rogla-Pohorje ter ga predlaga občinskemu svetu v potrditev.
POROČEVALKI:	dr. Tanja Lešnik Štuhec, mag. Tjaša Kangler
PREDLOG SKLEPA:	Predlagam, da občinski svet potrdi Poročilo uresničevanja Načrta razvoja in trženja turizma v občini Slovenske Konjice in Turistični destinaciji Rogla – Pohorje 2017-2021.

ŽUPAN
Darko Ratajc, univ.dipl.ekon.

Priloga:

- Predlog sklepa
- Načrt razvoja in trženja TDRP

PREDLOG SKLEPA

OBČINA
SLOVENSKE KONJICE
OBČINSKI SVET
Stari trg 29
Slovenske Konjice

Na podlagi 16. člena Statuta Občine Slovenske Konjice (Uradni list RS, št. 87/15, 12/16-popravek in 69/17) je Občinski svet Občine Slovenske Konjice na ____ redni seji dne _____ sprejel

SKLEP

I.

Občinski svet Občine Slovenske Konjice potrjuje Poročilo uresničevanja Načrta razvoja in trženja turizma v občini Slovenske Konjice in Turistični destinaciji Rogla – Pohorje 2017-2021.

II.

Ta sklep velja z dnem sprejema.

Št.
Slovenske Konjice,

Župan
Občine Slovenske Konjice
Darko Ratajc, univ.dipl.ekon.

Obveščeni:

- Turistična destinacija Rogla - Pohorje

OBČINA SLOVENSKE KONJICE



PREGLED IZVAJANJA
NAČRTA RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA V OBČINI SLOVENSKE
KONJICE IN TURISTIČNI DESTINACIJI ROGLA-POHORJE
2017-2021

Gradivo za sejo Občinskega sveta Občine Slovenske Konjice



Slovenske Konjice, MAREC 2021

Kazalo

1. UVOD	3
2. SPLOŠNO O TURISTIČNI DESTINACIJI ROGLA-POHORJE (TDRP)	3
3. KLJUČNI KAZALNIKI USPEŠNOSTI V TDRP - INFOGRAFIKA	5
4. PRIDOBIVANJE SREDSTEV NA RAZPISIH IN IZVEDENI PROJEKTI	6
5. URESNIČEVANJE VIZIJE TDRP IN OBČINE SLOVENSKE KONJICE	11
6. PREGLED URESNIČEVANJA STRATEŠKIH RAZVOJNIH TER TRŽENJSKIH KVALITATIVNIH IN KVANTITATIVNIH CILJEV V TDRP IN OBČINI SLOVENSKE KONJICE	12
6.1. Pregled uresničevanja ciljev v TDRP	12
6.2. Pregled uresničevanja ciljev v občini Slovenske Konjice	17
7. POGLED V PRIHODNOST	22

1. UVOD

Turistično destinacijo Rogla-Pohorje (v nadaljevanju TDRP) sestavljajo občine **Oplotnica, Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče**. Tovrstno povezovanje so **konec leta 2015** podprli župani vseh štirih občin, saj so ocenili, da je to nujno za **hitrejši in uspešnejši turistični razvoj območja**. Leto 2016 je bilo v celoti namenjeno pripravi strateških dokumentov, ki so postavili temelj delovanja TDRP. Izdelani so bili pod strokovnim vodstvom **dr. Tanje Lešnik Štuhec** in v sodelovanju s številnimi deležniki, ki v destinaciji neposredno ali posredno delujejo na področju turizma. Nastal je **Načrt razvoja in trženja turizma v TDRP 2017-2021** in načrti za vsako posamezno občino, med njimi tudi **Načrt razvoja in trženja turizma v Občini Slovenske Konjice 2017-2021**.

Strateški dokumenti so bili oktobra 2016 tudi uradno sprejeti in potrjeni, **vse štiri občine pa so v svojih proračunih zagotovile vire za izvajanje načrta v srednjeročnem obdobju 2017-2021**. Ekipa TDRP, ki jo sestavljajo zaposleni iz Splošne knjižnice Slovenske Konjice – enote TIC in LTO Rogla-Zreče, GIZ, te strateške dokumente in z njimi načrtane naloge od samega začetka intenzivno uresničuje.

Namen tega dokumenta je **pregled izvedbe ciljev**, zastavljenih v omenjenih strateških dokumentih in njihova **načrtovana novelacija**, ki bo načrtovala nadaljnje delo Turistične destinacije Rogla-Pohorje za obdobje 2022 – 2027.

2. SPLOŠNO O DELOVANJU TURISTIČNE DESTINACIJE ROGLA-POHORJE

Za lažje in transparentno finančno poslovanje ter med vsemi štirimi občinami usklajen finančni plan TDRP je bila aprila 2017 ustanovljena **Turistična kooperativa Rogla-Pohorje**, ki **nima zaposlenih oseb**, predseduje ji oseba iz ene izmed štirih občin ustanoviteljic (pri tem naj bi se občine izmenjevale), vse skupaj pa zagotavljajo tudi osnovna sredstva za aktivnosti, ki jih izvaja TDRP. Spodnja tabela prikazuje **način financiranja občin po deležih in zneskih** za vsako posamezno leto (2017-2021). Takšen sistem financiranja je v veljavi od začetka, torej od leta 2017.

OBČINA	DELEŽ	ZNESEK
Oplotnica	15%	6.000,00 €
Slovenske Konjice	35%	14.000,00 €
Vitanje	15%	6.000,00 €
Zreče	35%	14.000,00 €
SKUPAJ NA LETO	100%	40.000,00 €

Tabela 1: Letno sofinanciranje delovanja TDRP s strani občin

Vsa sredstva, ki jih občine namenijo za delovanje TDRP (Zreče in Slovenske Konjice 35 %, Oplotnica in Vitanje pa 15 % - skupaj predvidoma 40.000,00 € letno) se nakažejo na račun Turistične kooperative Rogla-Pohorje in se porabijo namensko, za izvajanje aktivnosti ter pokrivanje lastne udeležbe pri določenih razpisih, ki jih TDRP zastavi v okviru **štirih centrov**, ki pokrivajo različna vsebinska področja in združujejo posameznike iz lokalnega okolja, ki vsak po svojih močeh pripomore k vsebinski obogatitvi aktivnosti destinacije: **Center doživetij, Center za raziskave in razvoj, Center za kakovost in Center za strateško in operativno trženje**. Vse centre vodijo posamezniki, zaposleni v kateri izmed obstoječih lokalnih turističnih organizacij (Splošna knjižnica Slovenske Konjice – TIC, LTO Rogla-Zreče, GIZ), člani centrov pa so predstavniki turističnih ponudnikov, gostincev, turističnega gospodarstva in društvene

sфере v destinaciji. S svojim povezovalnim delovanjem TDRP **pozitivno vpliva na razvoj turistične ponudbe območja**, obenem pa **omogoča boljšo kakovost bivanja za lokalno prebivalstvo**.

TDRP je ravno zaradi svojega povezanega delovanja v letu 2018 postala prepoznavna blagovna znamka v turističnem prostoru in **ena izmed 35 vodilnih destinacij v Sloveniji**, s tem postala pomemben sogovornik STO in pridobila pravice za kandidiranje na določenih razpisih ter se uspešno pozicionirala na slovenskem turističnem zemljevidu v okviru Alpske Slovenije. Ker pa v TDRP še **nimamo vzpostavljene skupne destinacijske marketing management organizacije**, tako imenovane **DMMO**, ki bi združevala vire in kadre destinacije pod isto streho in s tem omogočala enostavnejše izvajanje aktivnosti, vodenje projektov in financiranje, kot sogovornik STO v imenu TDRP kot vodilne destinacije zaenkrat zastopa **LTO Rogla-Zreče, GIZ**. Potreba po skupni DMMO, ki je bila zapisana kot eden izmed strateških ciljev že v sedanjih strateških dokumentih, je v zadnjih letih, zaradi povečanega obsega destinacijskih aktivnosti, postala praktično nujna, zato bi si za njeno ustanovitev morali vsi skupaj prizadevati vsaj v naslednjem strateškem obdobju (2022 – 2027).

V letu 2019 je TDRP kot **prva destinacija v Sloveniji** prejela bronasti znak **Slovenia Green Destination** in ga konec leta 2020 nadgradila v **zlatega**. To je še en dokaz, da je trajnostni razvoj ena izmed razvojnih prioritet destinacije, ki želi ostati **zelena, zdrava, varna, prijazna in privlačna**, v prvi vrsti zaradi lokalnega prebivalstva, posledično pa tudi zaradi obiskovalcev in turistov. Pomeni tudi, da je v povezovanju moč, saj se občine, ki sestavljajo TDRP med seboj zelo razlikujejo in samostojna vključitev v zeleno shemo slovenskega turizma za katero izmed posameznic sicer ne bi bila mogoča. Pridobitev znaka pa ne pomeni le enkratnega dogodka, ampak **zavezo k trajnostnemu delovanju skozi vse leto**, spremljanju kazalnikov trajnosti, spodbujanju lokalnih skupnosti k zelenim praksam in stalnemu obveščanju javnosti o aktivnostih, ki jih destinacija izvaja v smeri trajnostnega razvoja. **Trajnostni akcijski načrt TDRP** je zato samostojna priloga tega poročila.

Aktivnosti TDRP so bile v preteklosti v veliki meri usmerjene v **digitalni marketing** in **promocijo na tujih trgih**, kar so podpirali tudi razni razpisi STO in MGRT, s pojavom koronavirusa COVID-19 pa je veliko promocijskih aktivnosti preusmerila tudi na **slovenski trg**. Vse s ciljem, da bi postala še bolj prepoznavna in zaželena turistična destinacija preko celega leta tako **za domačine**, kot **obiskovalce od drugod**.

S prijavami na različne **razpise** (MGRT, STO, LAS, idr.) skuša TDRP **oplenititi sredstva**, ki jih za njeno delovanje namenjajo občine in **zagotavljati dodatna sredstva za izvajanje načrtovanih aktivnosti**, pri čemer beleži dobre rezultate. Pregled ključnih projektov, izvedenih v obdobju 2017 – 2021, je predstavljen v naslednjem poglavju.

3. KLJUČNI KAZALNIKI USPEŠNOSTI TURISTIČNE DESTINACIJE ROGLA-POHORJE 2017-2021 V INFOGRAFIKI

KLJUČNI KAZALNIKI USPEŠNOSTI
Turistične Destinacije
Rogla-Pohorje
2017-2021



Infografika 1: Vizualni prikaz ključnih dosežkov v TDRP

4. PRIDOBIVANJE SREDSTEV NA RAZPISIH IN IZVEDENI PROJEKTI

TDRP je s tem, ko jo je STO uvrstila med **35 vodilnih destinacij** v Sloveniji, pridobila pravico do prijave na številne razpise, ki jih je v zadnjih letih vodilnim destinacijam namenil tako MGRT kot STO. Spodnja tabela prikazuje **pet ključnih skupnih projektov**, ki smo jih izvedli za območje celotne TDRP in za njihovo izvedbo pridobili sredstva iz razpisov. Lastni delež in DDV smo financirali iz skupnih sredstev, ki jih za delovanje TDRP namenjajo občine.

	NAZIV PROJEKTA	VREDNOST Z DDV	VREDNOST BREZ DDV	UPRAVIČENI STROŠKI	DELEŽ SOF.	ZNESEK SOF.
1.	UŽIJ OKUSE ROGLE (2018 - 2019)	27.026,55 €	24.203,91 €	24.203,91 €	85 %	20.573,36 €
2.	TUR-INFOMAT (2018)	64.747,18 €	47.022,90 €	47.022,90 €	80 %	37.618,35 €
3.	DIGITALNI DRP (2018 - 2019)	268.453,27 €	225.000,00 €	225.000,00 €	90 %	202.500,00 €
4.	#ExploreFeelEnjoy #RoglaPohorje (2020)	30.433,00 €	25.000,00 €	25.000,00 €	80 %	20.000,00 €
5.	RAZSTRUPLJANJE V TDRP (2020 - 2021)	342.537,31 €	286.950,00 €	286.950,00 €	90 %	258.255,00 €
	SKUPAJ	733.197,31 €	608.176,81 €	608.176,81 €	80 % - 90 %	538.946,71 €

Tabela 2: Pregled vrednosti ključnih projektov izvedenih v TDRP v obdobju 2017 - 2021

Potrebno je poudariti, da Tabela 2 **ne vključuje številnih drugih projektov**, ki so bili v tem petletnem obdobju prav tako izvedeni na področju turizma na območju TDRP, vendar pa se vsebinsko morda nanašajo samo na katero izmed občin, ne pa na vse. Vendar pa tudi vsi ti projekti pripomorejo k atraktivnosti destinacije kot celote in izboljšujejo kakovost življenja lokalnemu prebivalstvu. Vključno s projekti navedenimi v *Tabeli 2* je bilo na območju TDRP oziroma v posameznih destinacijskih občinah skupno izvedenih **17 projektov**, ki so se nanašali na področje turizma, njihov skupni znesek sofinanciranja pa je znašal **965.935,22 €**.

Podrobnosti o ključnih petih destinacijskih projektih iz *Tabele 2* in **ključne izvedene projektne aktivnosti** so navedeni v nadaljevanju tega dokumenta.

Ad 1) »UŽIJ OKUSE ROGLE« – NADGRADNJA RAZVOJA IN TRŽENJA BLAGOVNE ZNAMKE OKUSI ROGLE – sredstva pridobljena v okviru razpisa LAS Od Pohorja do Bohorja iz Evropskega kmetijskega sklada za razvoj podeželja (EKSRP) - sredstva LEADER/CLLD

Opis ključnih aktivnosti: Projekt »Užij Okuse Rogle« smo izvajali med leti 2018 in 2019 in ga v celoti uspešno zaključili. V projekt so bile vključene vse občine TDRP. Namen projekta je bil **nadgraditi dosedanje stanje blagovne znamke** in ponovno **obuditi aktivnosti v zvezi z njenim delovanjem**. Izvedena so bila **ocenjevanja za pridobitev znaka kakovosti Okusi Rogle**, ki so potekala v **šestih kategorijah**: lokalni pridelki in prehranski izdelki ter pijače, tradicionalne jedi pripravljene na sodoben način, rokodelski izdelki in izdelki unikatnega ter industrijskega oblikovanja, vodena doživetja ter kulinarčne prireditve. Znak je pridobilo **38 ponudnikov za 239 produktov**. Izvedene aktivnosti so spodbujale in povezovale ponudnike preko vzpostavljanja in nadgrajevanja sistema ocenjevanja produktov. Vzpostavili smo **dobaviteljsko verigo** ter **mrežo prodajnih mest** na območju naše destinacije. V sklopu projekta je bila oblikovana še **celostna grafična podoba** blagovne znamke Okusi Rogle, izdali pa smo tudi **kulinarični vodnik** in **promocijsko brošuro**. Tekom projekta smo izvajali **obširno promocijo blagovne znamke s kulinaričnimi prireditvami** v vseh štirih občinah ter promocijo z jumbo plakati in socialnimi omrežji (Facebook, Instagram). Na koncu projekta je bila izvedena tudi **novinarska konferenca**, kjer smo javnost seznanili z aktivnostmi in rezultati projekta.

Projekt »Užij Okuse Rogle« v številkah:

Trajanje projekta: 1. 3. 2018 – 30. 9. 2019

Delež sofinanciranja: 85%

5 partnerjev: LTO Rogla-Zreče GIZ (vodilni partner) in Unitur d. o. o., Splošna knjižnica Slovenske Konjice - TIC, Občina Oplotnica, Občina Vitanje in Društvo kmetič Zarja Slovenske Konjice – Zreče (projektni partnerji)

Skupna vrednost (z DDV): 27.026,55 €

Skupna vrednost upravičenih stroškov (brez DDV): 24.203,91 €

Znesek sofinanciranja: 20.573,36 €

Projekt uspešno zaključen.

Ad 2) »TUR INFOMAT« - sredstva pridobljena v okviru razpisa LAS Od Pohorja Bohorja iz Evropskega sklada za regionalni razvoj (ESRR)

Opis ključnih aktivnosti: Namen projekta je bil vzpostaviti **24-urni servis turističnih informacij območja med Pohorjem in Bohorjem**, saj se vse sodelujoče občine nahajajo v bližini zdraviliških centrov in imajo še zlasti v svojih urbanih centrih 24-urni pretok obiskovalcev. Tur infomati pripomorejo k boljši informiranosti obiskovalcev, turistov in domačinov, dostopni so 24 ur na dan, sledijo pa tudi smernicam dostopnega turizma - turizma za vse (gibalno ovirane osebe, starejše osebe, mame z vozički, itd.). Obiskovalce seznanjajo, inovativno izobražujejo in jim omogočajo celovite informacije o turistični, kulturni in naravni ponudbi destinacije LAS od Pohorja do Bohorja. Gre za trajnostno vzdržen model informiranja, promocije turistične ponudbe destinacije. Projekt TUR infomat smo formalno zaključili v letu 2019 in zanj prejeli vsa predvidena sredstva. TUR infomat je bil **v Slovenskih Konjicah s soglasjem ZVKD postavljen k Fontani za dve ptici** in uradno predan v uporabo septembra 2018, ob praznovanju svetovnega dne turizma. Ostali tur infomati se nahajajo še v Vitanju, Zrečah, na Dobrni in v Šentjurju, kot rezultat uspešnega izvajanja *“Načrta razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021”* in v partnerstvu z Občino Oplotnica, pa je v letu 2020 svoj infomat prejela tudi Oplotnica.

Projekt »Tur Infomat« v številkah:

Trajanje projekta: 1. 10. 2017 do 31. 10. 2018

Delež sofinanciranja: 80%

7 partnerjev: Občine Zreče, Vitanje, Slovenske Konjice (vse iz TDRP) ter Dobrna in Šentjur

Skupna vrednost (z DDV): 64.747,18 €

Skupna vrednost upravičenih stroškov (brez DDV): 47.022,90€

Znesek celotnega zahtevka za izplačilo: 37.618,35 €

Projekt uspešno zaključen.

Ad 3) »ZELENA DIGITALNA DOŽIVETJA V TDRP« - sredstva pridobljena na javnem razpisu MGRT: *Sofinanciranje razvoja in promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji*

Izvedene aktivnosti: V okviru projekta smo oblikovali **nove integralne turistične produkte** in **doživetja** glede na smernice Slovenske turistične organizacije; izvajali smo promocijo s pomočjo **Google Search**, **Google Display Network oglasov** ter **oglaševanje na Facebooku in Instagramu** (produkti glede na letne čase in ponudbe ponudnikov ter tradicionalne prireditve); izdelali smo novo interaktivno večjezično

spletno stran s spletno trgovino, integriranim **rezervacijskim sistemom** ter vzpostavili **skupen informacijski sistem destinacije**; izdelali **dve aplikaciji za obogateno resničnost** – AR (Pohorski škrat, Žička kartuzija); izvedli **izobraževanja** za lokalne prebivalce in ponudnike na orodju **Maya 3D Autodesk** za oblikovanje aplikacij za obogateno resničnost; izdelali **obširno fototeko in videoteko** (12 promocijskih filmov destinacije); izdelali štiri virtualne **360° sprehode** po nekaterih znamenitostih; sodelovali z **blogerji in vplivneži** za promocijo na družbenih omrežjih; izvedli **usposabljanja za turistične ponudnike** na področju digitala; oblikovali in prevedli **dva destinacijskega časopisa**, ter **izobraževali kadre destinacije**.

Projekt »Zelena digitalna doživetja v TDRP« v številkah:

Trajanje projekta: 8. 1. 2018 do 30. 9. 2019

Delež sofinanciranja: 90 %

Skupna vrednost projekta (z DDV): 268.453,27 €

Skupna vrednost upravičenih stroškov (brez DDV): 225.000,00 €

Upravičeni stroški: 225.000,00 €

Znesek sofinanciranja: 202.500,00 €

Projekt uspešno zaključen.

Ad 4) »ExploreFeelEnjoy #RoglaPohorje« - sredstva pridobljena na javnem razpisu STO »*Za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij Slovenije v letu 2020*«

Izvedene aktivnosti: Promocija TDRP na slovenskem in tujih trgih v vseh letnih časih, s pomočjo digitalnega oglaševanja na družbenih omrežjih, oglasov v tiskanih medijih na slovenskem in tujih trgih ter izvedba projekta z vplivneži. Povečanje prepoznavnosti destinacije in njenih produktov na slovenskem in tujih trgih. Poudarek na trajnostno naravnanih produktih in nagovarjanje zahtevnejšega, tako imenovanega **»High Value« turista**. Cilj projekta je bil **povečanje prepoznavnost in izboljšanje imidža TDRP**. Naravnani je bil v smeri **trajnostne rasti** s krepitvijo prihodov in prenočitev skozi vse leto in predvsem izven glavne sezone. Prav tako je stremel k **razpršenosti obiskovalcev po celotni destinaciji** in k spodbujanju njihove **povečane porabe** (podaljšanje povprečne dobe bivanja in porabe ter krepitev produktov z višjo dodano vrednostjo). V fokusu je bil High Value turist, ki išče kakovostna, raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi ter **trajnostno naravnani »zeleni« produkti**. Konkretni cilji projekta so bili:

- Promocija s pomočjo **digitalnega oglaševanja na slovenskem in 4-ih tujih trgih**;
- Promocija **v tiskanih medijih na slovenskem in tujih trgih**;
- Povečanje obiskanosti **spletne strani**;
- Povečanje števila **sledilcev, klikov, interakcij in ogledov na družbenih omrežjih** (Facebook Rogla-Pohorje, Instagram @roglapohorje, YouTube kanal Rogla-Pohorje) – **skupaj več kot 400% povečanje sledilcev na FB in IG in več kot 320.000 ogledov na YouTube**;
- Izvedba projekta s **slovenskimi vplivneži**.

V projektu je TDRP sodelovala tudi z **nosilci nosilnih produktov slovenskega turizma**. V okviru nosilnega produkta **Mesta in kultura** je sodelovanje izvedla z **Združenjem zgodovinskih mest Slovenije**, katerega aktivni član so že vrsto let Slovenske Konjice. Preko nosilnega produkta Mesta in kultura so bile predstavljene tudi **kulturne znamenitosti in mestna jedra preostalih občin**. Nagovorjen

je bil predvsem **individualen gost**, ki rad raziskuje kulturo in zgodovino. V sodelovanju z vodilnima destinacijama **Maribor-Pohorje** in **Koroška** ter v sodelovanju s **Slovenia Outdoor GIZ – Pohodništvo & kolesarjenje GIZ**, pa je bila v decembru 2020 izvedena tudi digitalna oglaševalska akcija za zimsko sezono na Pohorju. S to akcijo so bile spodbujene **outdoor aktivnosti tudi v zimskem času** in nagovorjene predvsem **aktivne družine**.

Promocijske aktivnosti so bile izvedene preko ŠTIRIH SKLOPOV:

1 SKLOP: Digitalni mediji - oglaševanje na družbenih medijih **Facebook, Instagram** in **Youtube**, s pomočjo prilagojenega komuniciranja zaradi epidemije.

Oglaševanje je bilo izvedeno na digitalnih omrežjih **na slovenskem, avstrijskem, nemškem, italijanskem in nizozemskem trgu**. Vsak mesec je bila oglaševana druga nosilna tema, vezana na glavne turistične produkte TDRP in za ta namen so bile pripravljene različne oglasne kreative. Vseskozi pa so bili oglaševani tudi **nosilni produkti TDRP**, ki so predstavljeni na destinacijski spletni strani: **aktivne počitnice, dobro počutje – wellness** in **kulinarika**. Oglaševalske akcije so obiskovalce nagovarjale skozi nosilne produkte TDRP in so vodile na strani destinacijskih družbenih omrežij in na spletno stran TDRP.

2 SKLOP: Tiskani mediji - Izvedeno je bilo oglaševanje v **slovenskem in tujem tiskanem mediju**.

3 SKLOP: Vplivneži – Izveden je bil **projekt s slovenskimi vplivneži** za večjo prepoznavnost na slovenskem trgu in na družbenih omrežjih. Glavna ciljna skupina, nagovorjena s tem projektom, so bile **aktivne družine**. Vplivneži so ob njihovem obisku nagovarjali svoje sledilce na družbenih omrežjih (Instagram in YouTube).

4 SKLOP: Drugi digitalni projekti - Za lažje upravljanje in spremljanje analitike je bilo uporabljeno **orodje za upravljanje družbenih omrežij**.

Projekt »#ExploreFeelEnjoy« v številkah:

Trajanje projekta: 13 mesecev (1. 1. 2020 – 31. 1. 2021)

Delež sofinanciranja: 80 %

Skupna vrednost projekta (z DDV): 30.433,00 €

Skupna vrednost upravičenih stroškov (brez DDV): 25.000,00 €

Znesek sofinanciranja: 20.000,00 €

Projekt uspešno zaključen.

Ad 5) »DIGITALNO RAZSTRUPLJANJE V TDRP« - sredstva pridobljena na javnem razpisu MGRT: *Javni razpis za dvig kompetenc vodilnih turističnih destinacij in razvoj turistične ponudbe v vodilnih turističnih destinacijah v letih 2020 in 2021*, kasneje preimenovan v *Javni razpis za preoblikovanje turistične ponudbe v vodilnih turističnih destinacijah v letih 2020 in 2021 zaradi epidemije COVID-19 (UL RS 69/2020 z dne 15. 5. 2020)*.

Izvedene aktivnosti: V mesecu aprilu 2020 je bil projekt *Digitalno razstrupljanje v TDRP* uspešno prijavljen na omenjen JR in aktivnosti so trenutno še v izvajanju. Glavni namen tega javnega razpisa je **prilagoditev razvoja turistične ponudbe zaradi epidemije COVID-19, spodbujanje digitalnega inoviranja slovenske kulturne dediščine in krepitev kompetenc zaposlenih na področju turizma v vodilnih destinacijah v Sloveniji**. Ključni cilji, ki jih javni razpis zasleduje, pa so: **dvig konkurenčnosti**

destinacij oz. posledično MSP-jev, **dvig prihodov in prenočitev** turistov ter **prilivov** iz naslova izvoza potovanj in **razvoj konkurenčnih turističnih produktov**.

Kratek opis projekta Digitalno razstrupljanje v TDRP: Projekt je zastavljen tako, da bo v celoto združeval **ponudbo vseh štirih občin**, povezal **obstoječo digitalno ponudbo destinacije**, jo nadgradil z **digitaliziranimi enotami izbrane kulturne dediščine**, se v veliki meri posvečal **izobraževanju** turističnih ponudnikov in lokalnega prebivalstva z namenom njihovega dvigovanja kompetenc, ter uporabil **sredstva sodobnih tehnologij** za to, da bodo ljudi usmerjala nazaj v naravo, stran od računalnikov in telefonov, nazaj k sebi in svoji biti. V ospredju je **torej »digitalno razstrupljanje«**, kar pa bo doseženo s subtilno uporabo sodobnih tehnologij.

Načrtovane aktivnosti v sklopu prijavljenega projekta:

- Razvoj turističnih produktov v skladu s smernicami STO: **oblikovanje novih ITP-jev, 5* doživetij primernih za prijavo na Slovenia Unique Experiences«** in izvedba raznih usposabljanj v podporo razvoju in trženju ter aktivnostim za izboljšanje kakovosti turističnih produktov;
- **Digitalno inoviranje kulturne dediščine:** digitalizacija nekaterih enot nepremične kulturne dediščine, vzpostavitev interaktivne mize s 3D objekti za samovodenje po destinaciji, itd.;
- **Usposabljanja za zaposlene v gostinstvu in turizmu** (4 sklopi izobraževanj): 1. Blagovna znamka Okusi Rogle in 5* doživetja, 2. Zelena turistična destinacija Rogla-Pohorje, 3. Turistični ambasadorji TDRP, 4. Digitalna promocija in rezervacija.

Projekt »Digitalno razstrupljanje v TDRP« v številkah:

Trajanje projekta: 21 mesecev (1. 1. 2020 – 15. 10. 2021)

Delež sofinanciranja: 90 %

Skupna vrednost projekta (z DDV): 342.537,31 €

Skupna vrednost upravičenih stroškov (brez DDV): 286.950,00 €

Znesek sofinanciranja: 258.255,00 €

Projekt v teku.

5. URESNIČEVANJE VIZIJE TURISTIČNE DESTINACIJE ROGLA-POHORJE IN OBČINE SLOVENSKE KONJICE

V turističnih strateških dokumentih *Načrt razvoja in trženja turizma v Turistični destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021* in *Načrt razvoja in trženja turizma v Občini Slovenske Konjice 2017-2021* sta bili oblikovani viziji, ki opisujeta kakšno destinacijo in občino bi si želeli imeti ob zaključku izvajanja strategij (torej konec leta 2021) in ju v preteklem petletnem obdobju, **s strogim izvajanjem zastavljenih ciljev**, stalno zasledovali. Danes tako TDRP kot celota kot tudi Občina Slovenske Konjice v veliki meri ti viziji živita in poseebljata.

VIZIJA TDRP (krajša): Rogla-Pohorje je leta 2021 prepoznana kot **podeželska destinacija** s kakovostnimi **programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja, aktivnimi počitnicami in pripravami športnikov**, kreativnimi vinskimi in kulinaricnimi zgodbami, poglobljenimi doživetji kulturizacije veselja ter spoznavanja z naravo, **bogato kulturno dediščino in rokodelstvom**, svetovno prepoznanimi športnimi in tradicionalnimi prireditvami ter poslovnimi druženji, na območju med Roglo in vinorodnimi griči Dravinjske doline, kamor vabijo gostoljubni in aktivni domačini (Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021, str. 154).

- *Vizijo TDRP predstavlja slogan s tremi ključnimi besedami: **Razišči, občuti, užij.***

VIZIJA OBČINE SLOVENSKE KONJICE (daljša): V letu 2021 je občina Slovenske Konjice na področju turizma prepoznana kot **gostoljubna, varna, konkurenčna, odlično geostrateško locirana, povezana in sonaravno urejena vinska destinacija** z interpretacijo bogate **zgodovinske dediščine**, uveljavljenimi **dogodki** ter kreativnimi **doživetji** tradicije in sodobnosti ter z **rekreacijo in sprostitvijo**, v ugodnem okolju za delo in kakovostno bivanje prijaznih domačinov in zadovoljnih obiskovalcev. **Po meri oblikovani programi pripovedovanja zgodb** omogočajo poglobljeno doživljanje srednjeveške **Žičke kartuzije, mestnega jedra** pod Konjiško goro ter **slikovitega podeželja** s pestro ponudbo **dogodkov**, ki jih nadgrajujejo **tradicionalna znanja rokodelcev, kakovostna kulinarika** v povezavi z lokalno **samooskrbo** ter **odlična vina** Zlatega griča in uveljavljenih vinogradnikov, v neposredni bližini Rogle in Term Zreče. **Šport in rekreacija** (pohodništvo, tek, kolesarjenje, golf, konjenišstvo, ribištvo, športno letalstvo idr.) ponujata izjemna doživetja **v neokrnjeni naravi** Dravinjske doline. (Načrt razvoja in trženja turizma v Občini Slovenske Konjice 2017-2021, str. 99).

VIZIJA OBČINE SLOVENSKE KONJICE (krajša): V letu 2021 je občina Slovenske Konjice prepoznana kot **sonaravna vinska destinacija z doživetji bogate dediščine, kjer bivajo srčni in sproščeni ljudje.**

- *Vizijo Občine Slovenske Konjice predstavlja slogan: **Slovenske Konjice, v objemu žlahtnih zgodb**¹*

Obe viziji smo postopno uresničevali skozi **udejanjanje razvojnih in trženjskih kvalitativnih in kvantitativnih ciljev**, ki smo si jih zadali v strateških dokumentih za obdobje 2017-2021. Nadaljevanje

¹ Obrazložitev slogana - **Slovenske Konjice, v objemu žlahtnih zgodb**: • »objem« se nanaša na človeško toplino in tudi siceršnjo toplino, ki jo ponuja ta okolica, ko te objame in kjer se preprosto dobro počutiš tako zaradi ljudi, kot tudi zaradi pokrajine; • »žlahtnost« pomeni nek presežek, nekaj plemenitega, izbranega, veličastnega, globoko pomenljivega, kar že skoraj tisočletje veje po Konjiškem, lahko pa se nanaša tudi na žlahtnost tukajšnjih vin, po katerih smo že leta znani; • »zgodbe« pa se dotikajo naše preteklosti, lahko se nanašajo na tukajšnje legende in pripovedi naših dedkov in babic, lahko preprosto gre za zgodbe, ki jih pripovedujejo stare hiše in objekti kulturne dediščine, in potrebno je poudariti tudi dejstvo, da se ob poslušanju zgodb tako otroci kot odrasli ljudje običajno dobro počutimo, zato je besedica »zgodba« na mestu.

tega dokumenta je kratek pregled (ne)uresničenih ciljev, ki bo služil kot osnova za pripravo ciljev v naslednjem strateškem obdobju 2022 - 2027.

6. PREGLED URESNIČEVANJA STRATEŠKIH RAZVOJNIH TER TRŽENJSKIH KVALITATIVNIH IN KVANTITATIVNIH CILJEV V TDRP IN OBČINI SLOVENSKE KONJICE

Tabele z zastavljenimi **strateškimi razvojnimi ter trženjskimi kvalitativnimi in kvantitativnimi cilji**, predstavljene v nadaljevanju tega dokumenta, so vzete iz *Načrta razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021* (str. 118 - 123) in *Načrta razvoja in trženja turizma v Občini Slovenske Konjice 2017-2021* (str. 100 - 102). Za lažjo vizualno predstavbo in takojšnje razumevanje (ne)doseganja cilja so **opremljene z vizualnimi simboli**, ki so navedeni v spodnji legendi. Nedoseženi cilji so na koncu dodatno vsebinsko obrazloženi.






	Cilj v celoti dosežen.
	Aktivnosti za popolno dosego cilja so v izvajanju.
	Cilj ni bil dosežen.







Tabela 3: Legenda ocene cilja



Kvantitativni cilji so bili na nivoju TDRP opredeljeni za vsako posamezno občino, saj so bila izhodišča med njimi tako različna, da jih je bilo nesmiselno združevati. Ta dokument podrobneje predstavlja **kvantitativne cilje za Občino Slovenske Konjice**.

6.1. PREGLED URESNIČEVANJA CILJEV V TDRP

Tabela 4: Strateški razvojni cilji na področju turizma TDRP v obdobju 2017-2021:

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	<p>Organizirano vzpostavljen model sodelovanja, povezovanja in trženja turistične dejavnosti ter celovite ponudbe destinacije Rogla-Pohorje s partnersko oblikovanimi in izvajanimi marketinškimi aktivnostmi in komuniciranjem z javnostmi, ki udejanja zastavljeno vizijo, strateške cilje ter ukrepe skozi usklajen sistem poslovanja (TIC) vsake od štirih mikro destinacij – občin Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje – destinacijska management organizacija.</p> <p><i>Obrazložitev: Cilj je delno dosežen saj kljub temu, da imamo v vseh občinah destinacije urejene prostore turistično-informacijskih pisarn (TIC), v Oplotnici še vedno ni redno zaposlene osebe v TIC-u. Potekajo pa aktivnosti, da tudi v Oplotnici zagotovimo stalno zaposleno osebo na TIC-u, kot smo to uspeli doseči v Vitanju. Še vedno pa si želimo vzpostaviti skupno krovno organizacijo destinacije (DMMO).</i></p>	
C2	<p>Zelena, dostopna (geografsko in za vse ciljne skupine) destinacija s poglobljenimi doživetji sonaravnega turizma na Pohorju in območju Dravinjske doline, spodbujeno lokalno oskrbno mrežo ekološko pridelane hrane, kreativno lokalno gastronomijo (kulinariko in vini), odprtimi učnimi idr. kmetijami ter rokodelskimi delavnicami z raznolikimi programi doživetij (sirarna, čebelarstvo, žganjekuha, vinotoči, pletarstvo, mlin, žaga, kovačija, kamnoseštvo, mizarske delavnice idr.), lokalnimi tržnicami in delikatesami ter naborom rokodelskih izdelkov, programom ekoloških dogodkov (zeleni</p>	




	<p>piknik) ter sonaravno gradnjo in izrabo energije ter mehko mobilnostjo – »Green destination«.</p> <p>Obrazložitev: V letu 2018 je TDRP kot prva destinacija v Sloveniji, ki združuje več občin, prejela znak Slovenia Green Destination Bronze in ga v letu 2020 nadgradila v Slovenia Green Destination GOLD. Vključitev v Zeleno shemo Slovenskega turizma in prejem tega znaka je največji dokaz trajnostne naravnosti destinacije.</p>	
C3	<p>Nadgrajen sistem zagotavljanja kakovosti ponudbe pod BZ Okusi Rogle – spodbujeni ponudniki k zagotavljanju kritične mase pridelkov in izdelkov, vzpostavljen sistem logistike, mreža prodajnih mest - prodajnih vitrin, polic in lokalnih trgovinic s skupnim trženjem in prodajo.</p> <p>Obrazložitev: Št. certificiranih izdelkov z znakom kakovosti: 239 Št. ponudnikov z znakom kakovosti: 38 Št. prodajnih mest: 5</p>	
C4	<p>Obujena tradicija rokodelstva na področjih konjenišva (usnjarstvo, kovaštvo), lesne galanterije, kamnoseštva, kulinarike idr. ter razviti programi rokodelskih spretnosti za ciljne skupine – rokodelski center.</p> <p>Obrazložitev: Cilj vzpostavitve rokodelskega centra ni bil uresničen. Smo pa skozi promocijo blagovne znamke Okusi Rogle spodbujali ohranitev in razvoj tradicionalnih rokodelskih spretnosti. Rokodelce in tradicijo rokodelstva smo vključevali v doživetja destinacije in tako poskrbeli, da se dejavnost ohranja in živi. Cilj vzpostavitve rokodelskega centra bi bilo v prihodnje smiselno preoblikovati.</p>	
C5	<p>Vlaganja v vinogradništvo in vinarstvo ter razvita dopolnilna ponudba v navezi z vinskim turizmom.</p> <p>Obrazložitev: Kulinarične prireditve in dogodki: Vinske zgodbe na Zlatem Griču (od leta 2020 obarvane z Okusi Rogle); Martinovanje v Slovenskih Konjicah; Jurjev festival kulinarike in domače obrti v Slovenskih Konjicah; Vitanjska trška kuhna; Praznik grajskih vin in kulinarike v Oplotnici.</p>	
C6	<p>Zagotovljene naložbe ter vzpostavljena infrastruktura za višjo kakovost bivanja domačinov in obiskovalcev (vlaganja v poglobljeno zdraviliško-velneško in športno-rekreativno infrastrukturo (kopalni bazen - dostop prilagojen tudi za invalide), sprehajalne, kolesarske, pohodniške, konjeniške idr. poti, motorik park, projekt »hoja med krošnjami«, izkustveni park za otroke idr.); objekte kulturne in naravne dediščine (urejeni objekti in turistične točke); turistično prometno (npr. panoramske ceste), parkovno, nastanitveno, doživljajsko ter komunikacijsko-informacijsko infrastrukturo; idr.).</p> <p>Obrazložitev: V destinaciji smo v zadnjih letih pomagali pri vzpostavljanju nove ali obnavljanju obstoječe infrastrukture, ki zagotavlja višjo kakovost bivanja domačinom in obiskovalcem. Trudimo se, da bo destinacija prepoznana kot trajnostna in zelena zato izvajamo aktivnosti, ki zagotavljajo trajnostno mobilnost in s tem povezane infrastrukturne aktivnosti. Gre za cilj, ki bo težko kadarkoli dokončno uresničen, zato smo ga ocenili kot delno izvedenega.</p>	
C7	<p>Vzpostavljena infrastruktura za izvajanje kreativnih turističnih doživetij za izletnike in stacionarne goste na podeželju – prostori za rokodelske delavnice, ogleda proizvodnje, degustacije, sproščanja ipd. - povezanih ponudnikov.</p> <p>Obrazložitev: Z aktivnostmi »Ustvarjeno s srcem« (Dnevi odprtih vrat), že sedaj za izletnike in obiskovalce izvajamo prikaz in delavnice rokodelstva pri ponudnikih. Cilj bi bilo v prihodnosti smiselno spremeniti, saj je večkrat za pristno izkušnjo in doživetje pomemben tudi ambient, ki je običajno bolj pristen pri ponudnikih samih, kot v nekih skupno vzpostavljenih prostorih.</p>	
C8	<p>Učinkovito delovanje TIC-ev z inovativno delovno skupino (zagotoviti sredstva za delovanje, povezovanje kreativne ponudbe, promocijo in prodajo turistične ponudbe) ter vzpostavljen model lokalno, destinacijsko in mednarodno prepoznavnih</p>	








	tradicionalnih in sodobnih prireditev, dogodkov, projektov in doživetij za ciljne generacije. <i>Obrazložitev:</i> TIC-u Slovenske Konjice, LTO-ju Rogla-Zreče in TIC-u Vitanje, ki je bil ustanovljen ravno skozi projektne aktivnosti TDRP v letu 2020, bi v prihodnje želeli priključiti še TIC Oplotnica. Prepoznavni dogodki območja: Jurjevanje in Jurijev festival kulinarike in domačih obrti v Slovenskih Konjicah; Festival narodno zabavne glasbe pod Pohorjem v Oplotnici; Praznik grajskih vin in kulinarike v Oplotnici; Praznik pohorskega lonca na Rogli; Ropotanje v starih Zrečah; Vitanjska trška kuhna; Holcerija v Vitanju; Martinovanje v Slovenskih Konjicah; Konjiški maraton ...	
C9	Vzpostavljene raznolike doživljajske namestitvene kapacitete ter bivanje v naravnem okolju (npr. apartmajska eko vas, mladinski hotel, glamurozni kamp (npr. hiške na drevesih, med vinogradi), ekološki idr. kamp, postajališče za avtodome, razpršeni hotel, invalidom primerne nastanitvene kapacitete idr.). <i>Obrazložitev:</i> Zero waste apartmaji v Zrečah; Glamping Brodej Vitanje; Vinogradniški dvorec v Slovenskih Konjicah; Postajališče za avtodome v Vitanju in Slovenskih konjicah; Dvorec Trebnik – SOBE v Slovenskih Konjicah ...	
C10	Kakovostno usposobljeni kadri , ki skrbijo za profesionalnost in odličnost na področju turizma (tržniki, informatorji, destinacijski vodniki, ponudniki idr.) in z njim povezanimi dejavnostmi pod skupno destinacijsko in blagovno znamko, celovito promovirajo in tržijo destinacijo. <i>Obrazložitev:</i> S skupnimi destinacijskimi aktivnostmi se je povečal tudi obseg dela, ki smo ga prevzeli zaposleni v posameznih TIC-ih destinacije. Število zaposlenih je tako ostalo nespremenjeno. Za kvalitetno izvajanje nadaljnjih aktivnosti bi bilo smotno ojačati destinacijsko ekipo, kot je bilo predvideno s tem ciljem.	





Analiza stanja - strateški razvojni cilji v TDRP (10 ciljev):




- **5 - ciljev v celoti doseženih**
- **4 - cilji so doseženi delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju**
- **1 - cilj ni bil dosežen (rokodelski center)**

Tabela 5: Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v TDRP v obdobju 2017-2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	Učinkovito povezana, pozicionirana, tržena in prepoznana destinacija z močno znamko , ki zagotavlja enoten trženjski nastop in povezovanje trženjskih aktivnosti s ciljem doseganja večje učinkovitosti in prepoznavnosti z vzpostavljenim sistemom gradnje vrednosti znamke, skrbništvom ter upravljavsko in komunikacijsko strategijo. <i>Obrazložitev:</i> Celostna grafična podoba TDRP - logotip TDRP, logotip Slovenia Green Destination Gold, logotip BZ Okusi Rogle in logotip Green & Safe; <i>Ključniki TDRP:</i> #RoglaPohorje #RazisciObcutiUzij #ExploreFeelEnjoy #mojaroglapohorje	
C2	Poslovno povezovanje ponudnikov za večjo prepoznavnost območja - skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti, vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (OP, TA idr.), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd. ter skupni programi (povezana ponudba destinacije pod skupno vstopnico – variante a, b, c). <i>Obrazložitev:</i> <i>Paketi doživetij »Moja Slovenija« - 11 paketov</i> <i>Programi za skupine - 6 programov</i> <i>Programi bivanja - 6 programov</i> <i>Paketi doživetij »Pohorje 365« - 9 paketov</i>	
C3	Razvit destinacijski načrt povezanega komuniciranja znotraj destinacije in navzven (na domačem in mednarodnih trgih) ter izvajanje aktivnosti v partnerskem dogovoru – na začetku projektno, kasneje v pravno-formalno povezani organizaciji, ki enakovredno	

	<p> vključuje vse partnerje (skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti (tudi skozi pobratena mesta na ključnih trgih), vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (OP, TA,), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen.</i></p>	
C4	<p>Vzpostavljen sistem sodobnega komuniciranja z informacijsko tehnologijo (celovit destinacijski rezervacijski sistem, oglaševanje z blogi, interaktivna spletna stran, mobilni vodnik, učinkovite orientacijsko/informacijske table na destinaciji ter razviti promocijski materiali pri ponudnikih idr.), spremljanje ocen in mnenj na rezervacijskih portalih in v socialnih omrežjih ipd. za boljše prilagajanje trendom in s tem večje povpraševanje. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen - nova spletna stran www.rogla-pohorje.si, prilagojena za mobilne telefone; rezervacijski sistem, blogi, foto- in videoteka, interaktivne vsebine, nov turistični vodnik destinacije, vključenost na svetovne turistične portale).</i></p>	
C5	<p>Celovite promocijske aktivnosti destinacijske znamke Rogla-Pohorje ciljano nagovarjajo: turiste, ki si želijo počitnice na podeželju usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: klima, voda, šota); pare in družine z aktivnim življenjskim slogom; rekreativce in vrhunske športnike ter ljudi z zdravim življenjskim slogom, ob atraktivnih naravnih in kulturnih znamenitostih ter kreativni gastronomiji in privlačnih dogodkih popestrenih z rokodelskimi lokalnimi produkti na območju širše destinacije Rogla-Pohorje za večdnevna bivanja v destinaciji. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen. Izdelana Marketinška digitalna strategija TDRP in določene ciljne skupine – persone in ciljni trgi, ki jih nagovarjamo preko naših promocijskih aktivnosti. Začrtane promocijske aktivnosti za obdobje 2018 – 2021.</i></p>	
C6	<p>Celovite promocijske aktivnosti na področju izletniškega turizma s kreativnimi programi doživetij nagovarjajo: šolske skupine; skupine tretjega življenjskega obdobja; skupine, ki bivajo v bližnjih zdraviliščih; družine; pare; rekreativce in športnike; poslovne goste; golfiste idr. za krajša doživetja v destinaciji. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen s programi za skupine in individualne goste.</i></p>	
C7	<p>Usposobljeni in kreativni kadri na vseh področjih trženja turistične in s turizmom povezanih dejavnosti (gostinstvo, - natakarji in receptorji, informiranje – informatorji ter vodenje – specializirani vodniki za doživljajska vodenja peš, s kolesi, konji idr., trenerji in mentorji idr., kmetijstvo – delavnice na kmetiji, degustacije, predstavitve ipd.). <i>Obrazložitev: Z usposabljanji in delavnicami, ki smo jih izvedli v TDRP smo uspešno izobrazili nove turistične vodnike. V sklopu BZ Okusi Rogle smo izobraževali v sklopu kakovosti izdelkov, pridelkov, ponudbe ... Manko zaznavamo na področju specializiranih kadrov (planinski in kolesarski vodniki, ki so hkrati turistični vodniki).</i></p>	
C8	<p>Personalizirana ponudba s kreativnim pristopom k oblikovanju turističnih programov za individualne in skupinske goste in vzpostavljenim sistemom zvestobe - zadovoljnih gostov, ki se vračajo - rast deleža stalnih (predvsem mednarodnih) gostov in v destinaciji bivajo dlje časa. (paketi) <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen s programi za skupine in individualne goste, ki jih po potrebi tudi prilagodimo.</i></p>	
C9	<p>Razvit nabor konkurenčnih specializiranih doživljajsko turističnih produktov, ki omogočajo poglobljena izkustvena, sproščujoča in adrenalinska, zdraviliška in velneška doživetja ter doživljajske zgodbe v povezavi z atrakcijami narave in kulturne dediščine za izbrane ciljne skupine – navdih deležnikov v poslovnem inkubatorju. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen z integralnimi turističnimi produkti in vodenimi doživetij v sklopu BZ Okusi Rogle.</i></p>	
C10	<p>Nadgrajena ponudba doživetij skladna s trendi v turistični panogi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vinske kreativne zgodbe – nadgrajena vinska doživljajska ponudba (npr. bivanje med vinogradi); vzpostavljena tradicija učinkovitega trženja večjih vinskih dogodkov in njihova vključitev v turistične pakete. <i>Cilj dosežen (Vinske zgodbe).</i> - Kreativna kulinarika – doživetja na področju kulinarike z lokalno dodano vrednostjo od vrhunske kulinarike do ponudbe na kmečki tržnici. <i>Cilj dosežen v sklopu BZ Okusi Rogle.</i> 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Kreativni rokodelci – delavnice obdelave lesa, kamna, kovine, živil idr. <i>Cilj dosežen v sklopu BZ Okusi Rogle – prepoznavanje novih rokodelcev ter podelitev znaka kakovosti.</i> - Kulturizacija vesolja in vesoljske tehnologije in umetnosti <i>Cilj dosežen (Noordung Center).</i> - Programi doživetij v obnovljenih objektih kulturne dediščine (npr. Žička kartuzija, Dvorec Trebnik, Ksevt, Graščina v Oplotnici, Konjiški grad idr.) <i>Cilj delno dosežen; programi doživetij v Žički Kartuziji in Noordung Centru.</i> - Zgodbe bogate kulturne dediščine - storytelling o znanih osebnostih, dogodkih ipd. <i>Cilj dosežen (Po Minattijevih stopinjah).</i> - Selfness – narava, voda, svež zrak in zelišča kot darovi Pohorja – v gozdu, na pašniku (energijske in zdravilne točke) <i>Cilj dosežen (Čutna pot na Rogli, Tihe energije Žičke kartuzije, Energijski park na Rogli, Medgeneracijski vadbeni park v Zrečah).</i> - Zelena rekreacija in šport idr. – izpostavljena razgledišča in energetske točke <i>Cilj dosežen (Pot med krošnjami Pohorje in energijske poti (prejšnja alineja)).</i> - Mehke oblike zimsko-športnih aktivnosti <i>Cilj dosežen (krpljanje, sankanje, hoja med krošnjami, tek na smučeh, itd.).</i> - Glamurozno kampiranje – npr. v navezi s Partovcem, Cezlakom, Rakovcem ipd. <i>Cilj delno dosežen (Glamping Brodej v Vitanju).</i> - Poroke - v Žički kartuziji, v Graščini Oplotnica, na Rogli, v Ksevt-u, na Gorenju itd. <i>Cilj dosežen.</i> - Tržnice z BZ Okusi Rogle – grajska v Oplotnici, na trgu v Konjicah, na Rogli, Zreška <i>Cilj delno dosežen.</i> - Ljubiteljska društvena dejavnost na področjih kulture, športa in rekreacije v turistične namene <i>Cilj delno dosežen (Konjiški maraton, Vitanjska trška kuhna).</i> - Center šolskih in občolskih dejavnosti na Gorenju – zabavne aktivnosti za družine in skupine <i>Cilj delno dosežen.</i> <p>ter njihovo ciljano trženje, izvajanje in evalviranje.</p>	
C11	<p>Vzpostavljen sistem in skupina vodnikov za animirana vodenja po destinaciji (storytelling peš - pohodništvo, s kolesom - kolesarstvo, orodji mehke mobilnosti – konj, električno kolo ipd.) pritegnejo različne ciljne skupine. <i>Obrazložitev: Usposobljenih 34 območnih destinacijskih turističnih vodnikov in 15 geomantijskih vodnikov (posebna doživetja narave in kulture).</i></p>	
C12	<p>Vzpostavljen sistem kakovosti ponudbe z BZ Okusi Rogle zagotavlja rastočo prodajo produktov z višjo lokalno dodano vrednostjo – višja kakovost in višja cena celovito trženih produktov v mreži prodajnih mest. <i>Obrazložitev:</i> <i>Št. certificiranih izdelkov z znakom kakovosti: 239</i> <i>Št. ponudnikov z znakom kakovosti: 38</i></p>	
C13	<p>Razviti atraktivni, kakovostni in celovito povezani dogodki in tradicionalno-sodobne prireditve, ki dvigujejo prepoznavnost destinacije in vključene v dopadljive pakete, pritegnejo turiste k obisku. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen, glej Strateški razvojni cilji – C8.</i></p>	
C14	<p>Oplotnica prepoznana po doživetjih v Grajskem kompleksu (grajska poroka, grajska tržnica), Oplotniškem vintgarju in Partovcu ter Rokodelskem in Čebelarskem centru (TEGA ŠE NI!!!!) ter aktivnostih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom ter organizirane skupine (šolske, seniorske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi rokodelske spretnosti in se prijetno počutiti v podeželskem okolju ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja o permakulturnem življenju skupaj s prijaznimi domačini, ob ponudbi lokalnih izdelkov in storitev na območju širše destinacije.</p>	





	<i>Obrazložitev: Rokodelskega in Čebelarkega centra v Oplotnici zaenkrat ni vzpostavljena in v tej smeri ni bilo izvedenih aktivnosti. Ta del cilja bi bilo zato smiselno vsebinsko preoblikovati. Vse ostale vsebine znotraj tega cilja pa so bile izpolnjene.</i>	
C15	Vitanje prepoznano po programih KSEVT-a in doživetjih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom; skupine (šolske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi znanja o vesoljskih tehnologijah, kulturizaciji vesolja in se prijetno počutiti v podeželskem okolju ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja skupaj s prijaznimi domačini o naravi, kulturni dediščini, lokalnih obrteh in spretnostih, kulinariki in lokalnih produktih na območju širše destinacije. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen.</i>	
C16	Slovenske Konjice pritegnejo obiskovalce s poglobljenimi doživetji srednjeveške Žičke kartuzije, mestnega jedra pod Konjiško goro in (grad) ter slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, ki jih nadgrajujejo tradicionalna znanja rokodelcev, kakovostna kulinarika ter vinske zgodbe na območju od Škalc do Tepanjskega vrha, od Žičke Gorce do Zbelovske Gore. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen.</i>	
C17	Zreče nagovarjajo družine in posameznike s kakovostnimi turističnimi programi zdravja in dobrega počutja, ob prepoznanih zdravilnih dejavnikih (klima, voda in šota), aktivnih počitnicah, poslovnih druženjih ter priprav vrhunskih športnih ekip v naravnem okolju, ob vključevanju kreativne gastronomije in spoznavanja z naravo, kulturno dediščino in obrtjo. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen.</i>	










Analiza stanja - strateški trženjski kvalitativni cilji v TDRP (17 ciljev):



- 14 - ciljev v celoti doseženih
- 3 - cilja smo dosegli delno, aktivnosti za popolno doseg ciljev so v izvajanju
- 0 - cilj ni bil dosežen

6.2. PREGLED URESNIČEVANJA CILJEV V OBČINI SLOVENSKE KONJICE

Tabela 6: Strateški razvojni cilji na področju turizma v obdobju 2017-2021 v občini Slovenske Konjice

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	Organizirana turistična dejavnost v lokalnem in destinacijskem obsegu v kontekstu partnerskega povezovanja in sodelovanja s ponudniki in posredniki pri prodaji. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen.</i>	
C2	Ustvarjeni pogoji za razvoj in inovativnost malih/mladih ponudnikov tržno privlačnih turističnih programov na področjih kulture, rekreacije, gastronomije, duhovnosti, sonaravnega kmetovanja idr. <i>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen.</i>	
C3	Nadgrajena nastanitvena infrastruktura – obstoječe in nove nastanitvene kapacitete z zgodbo v kontekstu sonaravnega bivanja. <i>Obrazložitev: Ponovna vzpostavitev sob v Dvorcu Trebnik; novi turistični ponudniki (zasebne sobe in apartmaji). Želeli bi si več inovativne nastanitvene infrastrukture.</i>	
C4	Revitalizirana ponudba Žičke kartuzije, starega mestnega jedra, dvorca Trebnik ter nadgrajeni drugi objekti kulturne dediščine s kreativno privlačno in povezano doživljajsko ponudbo in dogodki.	






	<p>Obrazložitev: Novi turistični programi in obogatitve vsebine:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Po Minattijevih stopinjah - Doživljajska vodenja - Tihe energije Žičke kartuzije - S Filipom na dogodivščino po Žički kartuziji - AR aplikacija in pametna očala za ogled Žičke kartuzije skozi obogateno resničnost - nakup novih avdiovodnikov 	
C5	<p>Razvita kreativna turistična ponudba za izletnike in stacionarne goste – ciljano usmerjeni kakovostni doživljajski produkti povezanih ponudnikov, celovito trženi, prodajani in izvajani v lokalnem in destinacijskem nivoju.</p> <p>Obrazložitev: Po meri izdelani turistični programi za skupine; Turistični program Užij Slovenske Konjice za posameznike in programi doživetij TDRP Moja Slovenija.</p>	
C6	<p>Nadgrajena kulinarčna ponudba v povezavi z odličnimi vini in gastronomskimi dogodki ter vzpostavljena kakovostna gostinska ponudba v mestnem jedru za različne ciljne skupine s prilagojenim delovnim časom ponudnikov.</p> <p>Obrazložitev: Nadgradnja tradicionalne prireditve Jurjevanje z Jurjevim festivalom kulinarike in domačih obrti in Martinovanja z lokalnimi ponudniki in prejemniki znaka kakovosti Okusi Rogle; sodelovanje BZ Okusi Rogle pri Vinskih zgodbah Vinske kleti Zlati grič, Ustvarjeno s srcem – Dnevi odprtih vrat pri ponudnikih.</p>	
C7	<p>Obnovljena in vzdrževana športna infrastruktura (tematske kolesarske in pohodniške poti, nadgradnja golfišča ter skupna karta za golfišča v Sloveniji) ter izvajani vodeni športno-rekreacijski programi za ciljne skupine.</p> <p>Obrazložitev: Skupna karta za golfišča v Sloveniji ni bila uvedena, prav tako niso bili v večji meri izvajani športno-rekreacijski programi zaradi manjka specializiranih turističnih vodnikov. Imamo pa v Slovenskih Konjicah lepo urejene tri tematske učne poti, ki so potrebne konstantnega vzdrževanja in nadgradenj, kakor tudi precejšnje število pohodnih poti, ki pa so zgledno urejene.</p>	
C8	<p>Obnovljena in vzpostavljena turistična infrastruktura (prostori TIC-a, mreža postajališč za avtodome ipd.) ter zagotovljeni ustrezni prostorski, kadrovski, podporni in finančni pogoji za kulturne, športne in društvene dejavnosti.</p> <p>Obrazložitev: Sodobno obnovljeni prostori TIC Slovenske Konjice v letu 2019.</p>	
C9	<p>Vzpostavljen sistem izvajanja tradicionalnih in drugih prireditev/dogodkov (letni koledar) – partnerski dogovor ponudnikov o izvajanju večjih povezanih in bolj prepoznanih dogodkov (merila sofinanciranja) in celovita ciljano usmerjena promocija le-teh med člani društev ter ciljnim javnostmi.</p> <p>Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen (Center za kulturne prireditve).</p>	
C10	<p>Spodbujena lokalna samooskrba – razvito sonaravno kmetijstvo in vzpostavljene povezane oskrbne verige lokalnih kmetij ter privlačna tržnica z lokalno pridelano hrano in rokodelskimi izdelki ter dopadljivimi dogodki v Starem trgu.</p> <p>Obrazložitev: Vključevanje ponudnikov v BZ Okusi Rogle, Zadruga Kmetič na konjiški tržnici, BZ Pohorski cekar v sklopu KGZS Slovenske Konjice.</p>	
C11	<p>Obujena tradicija konjenišva (usnjarstvo, kovaštvo) kot simbolike Slovenskih Konjic ter nadgrajeni programi za ciljne skupine.</p> <p>Obrazložitev: Cilj je potrebno ustrezno preoblikovati ali ga prenesti v naslednje obdobje.</p>	
C12	<p>Nadgrajen sistem zagotavljanja kakovosti ponudbe pod kolektivno tržno znamko Okusi Rogle – spodbujeni ponudniki k zagotavljanju kritične mase pridelkov in izdelkov, vzpostavljen sistem logistike, mreža prodajnih mest - prodajnih vitrin, polic in lokalnih trgovinic s skupnim trženjem in prodajo.</p> <p>Obrazložitev: Nova izobraževanja in ocenjevanja za pridobitev znaka kakovosti Okusi Rogle (16 ponudnikov ter 106 produktov iz Slovenskih Konjic z znakom kakovosti Okusi Rogle); nova prodajna mesta izdelkov BZ Okusi Rogle (TIC Slovenske Konjice in TIC Žička kartuzija); dodatna prodajna mesta – Zadruga Kmetič, KGBZ Slovenske Konjice, Vinska klet Zlati grič.</p>	
C13	<p>Lepo urejena okolica – izboljšana podoba krajev in obujen pomen »cvetja« v Slovenskih Konjicah.</p>	








	Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen. Urejenost mesta in njegove okolice je v Slovenskih Konjicah v zadnjih letih postala način življenja.	
C14	Nadgrajena dostopnost z javnim prevozom v Slovenske Konjice in po območju ter vzpostavljen sistem mehke mobilnosti (vodenje s kolesi, konji, električnimi kolesi in avtomobili idr.). Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen	
C15	Nadgrajena vloga vinogradništva in vinarstva ter razvita dopolnilna ponudba v navezavi z vinskim turizmom. Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen	

Analiza stanja - strateški razvojni cilji v Občini Slovenske Konjice (15 ciljev):

- 11 - ciljev v celoti doseženih
- 3 - cilje smo dosegli delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
- 1 - cilj ni bil dosežen

Tabela 7: Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v obdobju 2017-2021 v občini Slovenske Konjice

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	Vzpostavljen sistem destinacijske turistične organizacije za oblikovanje, trženje in promocijo celovito povezane kreativne turistične ponudbe pod skupno destinacijsko znamko, ki zaobjema vizijo in sistem poslovanja vsake od štirih mikro destinacij – občin Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje. Obrazložitev: Glej obrazložitev pri strateških razvojnih ciljih TDRP – C1.	
C2	Razvit destinacijski načrt komuniciranja z javnostmi in izvajanje aktivnosti v partnerskem dogovoru – na začetku projektno, kasneje v pravno-formalno povezani organizaciji, ki enakovredno vključuje vse partnerje. Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen.	
C3	Vzpostavljena sodobna orodja trženja (mobilni vodnik ter učinkovite informacijske in orientacijske table na destinaciji ter razviti promocijski materiali pri ponudnikih, rezervacijski sistem idr.). Obrazložitev: <ul style="list-style-type: none"> - TUR Infomat, - Komuniciranje preko družbenih omrežij, - Spletna stran TIC Slovenske Konjice, - Promocijski material Slovenskih Konjic in Žičke kartuzije, - Obogatena resničnost (AR) in pametna očala v Žički kartuziji, - Rezervacijski sistem na destinacijski spletni strani, - Spletna stran Dvorca Trebnik in rezervacijski sistem. 	
C4	Nadgrajena ponudba izletniškega turizma – kreativni programi doživetij za šolske skupine, skupine tretjega življenjskega obdobja, družine, pare, rekreativce in športnike, poslovne goste, golfiste idr. Obrazložitev: Cilj v celoti dosežen.	
C5	Vzpostavljen sistem in skupina vodnikov za animirana vodenja po lokalni skupnosti in destinaciji – storytelling peš - pohodništvo, s kolesom - kolesarstvo, orodji mehke mobilnosti – konj, električno kolo ipd. Obrazložitev: Novi programi za turistična vodenja v sodelovanju s turističnimi vodniki: Po Minattijevih stopinjah; S Filipom na dogodivščino po Žički kartuziji; Vodenja po Slovenskih Konjicah »V Objemu žlahtnih zgodb«; izposoja električnih koles na TIC v povezavi z vodnikom; itd.	












C6	<p>Specializirani izletniški programi vključeni v ponudbo pod tržno znamko Unitur podjetja Unior d.d. Program Turizem ter ostalih večjih ponudnikov z lastno službo trženja.</p> <p><i>Obrazložitev: Podjetje Unitur v določeni meri sicer spodbuja izletniške programe na področju Slovenskih Konjic in drugih občin TDRP, vendar ti doslej niso bili vključeni v ponudbo pod tržno znamko Unitur, ampak kot dodatna priporočila gostom. Intenzivnejše sodelovanje smo na tem področju vzpostavili s podjetjem Zlati grič in Potjo med krošnjami Pohorje.</i></p>	
C7	<p>Nadgrajene turistične točke, razgledišča in tematske idr. poti s kreativnimi programi doživljajskih vodenj (kulinarična, botanična, rekreativna idr.) in prepoznanimi nosilci.</p> <p><i>Obrazložitev: Tih energije Žičke kartuzije, Zmajčkova gozdna učna pot in obrazložitev pod C5 te tabele.</i></p>	
C8	<p>Vinske zgodbe – nadgrajena vinska ponudba okrog Zlatega Griča ter ostalih ponudnikov, osnovane zgodbe doživetij kulinarike, rokodelstva, kulture, duhovnosti, rekreacije in športa idr. ter njihovo ciljano trženje, izvajanje in evalviranje.</p> <p><i>Obrazložitev: Nadgradnja Vinskih zgodb s ponudniki BZ Okusi Rogle in Vodena doživetja z znakom kakovosti Okusi Rogle.</i></p>	
C9	<p>Vzpostavljena tradicija uspešnega trženja vsaj dveh velikih vinskih dogodkov in njuna vključenost v turistične pakete za stacionarne goste v destinaciji in širše (turisti slovenskih zdravilišč in prestolnice).</p> <p><i>Obrazložitev: Martinovanje v Slovenskih Konjicah, Jurijev festival kulinarike in domačih obrti.</i></p>	
C10	<p>Nadgrajena ponudba za golfiste s sloganom »bivanje med vinogradi« ter ciljano trženje kreativnih programov za zahtevne stacionarne goste.</p> <p><i>Obrazložitev: Paketi bivanja z igranjem golfa z nočitvijo v Vinogradniškem dvorcu Zlatega griča, kulinarično ponudbo v Gostilni Grič in doživetja peninske kleti v Žički kartuziji (pakete trži Zlati grič); dogovorjen 10% popust za nakup vstopnic za Žičko kartuzijo za imetnike kartice Golf kluba Zlati grič.</i></p>	
C11	<p>Usposobljeni in kreativni kadri na vseh področjih turistične in s turizmom povezanih dejavnosti (gostinstvo – prehrabno in nastanitveno, informiranje – informatorji, receptorji ter vodenje – specializirani vodniki za doživljajska vodenja peš, s kolesi, konji idr., trenerji in mentorji idr., kmetijstvo – delavnice na kmetiji, degustacije, predstavitve ipd.).</p> <p><i>Obrazložitev: S skupnimi destinacijskimi aktivnostmi se je povečal tudi obseg dela, ki so ga prevzeli zaposleni na TIC Slovenske Konjice. Število zaposlenih je ostalo nespremenjeno. Za kvalitetno izvajanje nadaljnjih aktivnosti bi bilo smotno ojačati destinacijsko ekipo, kot je bilo predvideno s tem ciljem.</i></p>	
C12	<p>Zmanjšanje odvisnosti od sezonskih mesecev, da bi se število nočitev povečalo prav v poletnem obdobju.</p> <p><i>Obrazložitev: Priprava privlačnih paketov doživetij Moja Slovenija, ki za manj denarja ponujajo več doživetij (ogledi znamenitosti, izposoja e-koles, nordijskih palic, itd.) in s tem spodbujajo večdnevni oddih.</i></p>	

Analiza stanja - strateški trženjski kvalitativni cilji v Občini Slovenske Konjice (15 ciljev):

- 11 - ciljev v celoti doseženih
- 4 - cilje smo dosegli delno, aktivnosti za popolno doseglo ciljev so v izvajanju
- 0 - cilj ni bil dosežen

Tabela 8: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Slovenske Konjice v obdobju 2017-2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
------	------------	-------

C1	<p>10 odstotna letna rast števila gostov, predvsem iz mednarodnega okolja glede na leto 2015 (1.371) → (2.430 gostov leta 2021)</p> <p>Obrazložitev: Podatek za leto 2019: 3.448 prihodov turistov, od tega 2.503 tujih (Vir: SURS).</p>	
C2	<p>10 oz. 20 odstotna rast nočitev gostov glede na leto 2015 (2.129), predvsem iz mednarodnega okolja → (3800 oz. 6300 – leta 2021)²</p> <p>Obrazložitev: Podatek za leto 2019: 6.668 prenočitev, od tega 5.218 tujih (Vir: SURS).</p>	
C3	<p>Podaljšanje dobe bivanja iz 1,5 dni v letu 2015 → (2,5 dni – leta 2021)</p> <p>Obrazložitev: Podatek za leto 2018 znaša 2,08 dni. Podatek za leto 2019 znaša 1,93 dni.</p>	
C4	<p>20 odstotna rast števila nastanitvenih kapacitet (50 Ulipi, 20 Kračun, Grič 7, Pod Orehi 8, Mala kmetija 6 – SKUPAJ: 91) iz 91 leta 2015 (potencialne nove kapacitete do 2021: Trebnik 20, Wiking 40, Eko hotel ? 20, Hotel Dravinja 50, Ranč Dravinja 20?) → (270 – leta 2021)</p> <p>Obrazložitev: V Slovenskih Konjicah je v začetku leta 2021 registriranih že 243 stalnih ležišč (Vir: AJPES – Register nastanitvenih obratov RNO). Dejansko število ležišč je večje od števila stalnih ležišč navedenih v AJPES, kar potrjuje doseg cilja.</p>	
C5	<p>Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč iz 6,4 % leta 2015 na → (15 % - leta 2021)</p> <p>Obrazložitev: Podatek za 2019 znaša 8,53 % (število nočitev x 100 / število stalnih ležišč x 365 dni)</p>	
C6	<p>12 odstotna letna rast števila dnevih turistov iz 10.436 leta 2014 v Žički kartuziji → (20.000 – leta 2021)</p> <p>Obrazložitev: V letu 2019 je Žička kartuzija zabeležila 14.360 prodanih vstopnic, z organizacijo dogodkov pa je privabila še okoli 5.000 obiskovalcev (Poletni glasbeni večeri, poroke, duhovni tabori, itd.). V letu 2020 je zaradi pojava koronavirusa COVID-19 beležila upad prodaje vstopnic za -18,8 % in praktično popoln izpad obiskovalcev dogodkov. Zato lahko ta cilj ocenimo zgolj kot delno dosežen.</p>	
C7	<p>8 odstotna letna rast števila ocenjenih obiskovalcev Slovenskih Konjic - iz 25.000 leta 2015 → (40.000 – leta 2021)</p> <p>Obrazložitev: Znani podatki za leto 2019 so: Obiskovalci Mini ZOO Land (40.000), Vinska klet Zlati grič (6.000), obiskovalci TIC (955). Za leto 2020 so te številke za okoli 20 % nižje, zato lahko ta cilj ocenimo zgolj kot delno dosežen.</p>	
C8	<p>10 odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko TIC-a glede na leto 2014 (168 skupin) → (300 – leta 2021)</p> <p>Obrazložitev: V letu 2019 smo organizirali 230 izletov, v letu 2020 pa zgolj 95, kar gre v celoti pripisati pojavi koronavirusa COVID-19. S prijavo na razpis STO za sofinanciranje turističnih vodenj smo število skupin, ki smo jih vendarle lahko popeljali po znamenitostih Slovenskih Konjic v letu 2020, vsaj nekoliko povečali.</p>	
C9	<p>Povečanje obsega turistične potrošnje – dnevnega turista za 8% na leto (iz 20 EUR → 32 EUR) in stacionarnega gosta 5% glede na 2015 (iz 50 EUR → 67 EUR)</p> <p>Obrazložitev: Ocenjujemo, da je ta cilj dosežen glede na poznavanje potrošnje dnevih in stacionarnih gostov ter postavljenih cen nočitev, vstopnin, vozovnic, hrane, itd. K dosegu tega cilja so pripomogli tudi številni paketi doživetij, ki smo jih uvedli v sezoni 2020 (Paketi doživetij TDRP - Moja Slovenija).</p>	
C10	<p>Opredelitev rasti ključnih trgov glede na število turistov in promocijske aktivnosti - Slovenija, Avstrija, Italija, Nemčija, Francija, Skandinavija.</p>	
C11	<p>Rast obiska dogodkov - organizirani preko TIC-a in drugih ponudnikov v letu 2015:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Martinovanje – št. obiskovalcev 700 → (1.500 – leta 2021) - Maraton – št. obiskovalcev 2.000 → (2.700 – leta 2021) - Jurjevanje – št. obiskovalcev 500 → (1.200 – leta 2021) - Poletni glasbeni večeri v Žički kartuziji – št. obiskovalcev 1.500 → (2.000 – leta 2021) - Mednarodni festival podvodnega filma – št. obiskovalcev 700 → (1.000 – leta 2021) - Naznanitev trgatve – št. obiskovalcev 800 → (1.200 – leta 2021) 	

² Odvisna od števila novih nastanitvenih kapacitet – 10 ali 20 odstotna rast kapacitet.

Obrazložitev: Leto 2020 je bilo zelo specifično na področju organizacije množičnih dogodkov in verjetno si bo ta kazalnik v prihodnje smiselno postaviti nekoliko drugače. V preteklih letih pa je bil cilj rasti obiska dogodkov ustrezno dosežen.

Analiza stanja - strateški trženjski kvantitativni cilji v občini Slovenske Konjice (11 ciljev):

- 6 - ciljev v celoti doseženih
- 5 - ciljev smo dosegli delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
- 0 - cilj ni bil dosežen

7. POGLED V PRIHODNOST

Izvajanje aktivnosti, ki so bile na področju turizma s strateškimi turističnimi dokumenti v letu 2016 načrtane za TDRP in občino Slovenske Konjice, ocenjujemo **kot dobro in zgladno**. Dokumenti so bili redno spremljani in so služili kot ključno izhodišče za pripravo letnih akcijskih načrtov in zastavljenih projektov. **Sredstva**, ki so jih občine namenile za delovanje TDRP, so bila smotrno uporabljena za izvajanje skupnih aktivnosti, s prijavi na razne razpise pa bistveno oplemenitena, kar prikazuje Tabela 2 (str. 4).

Prvih pet let skupnega delovanja TDRP tudi v slovenskem turističnem prostoru ni ostalo neopaženih. Postali smo **ena izmed 35 vodilnih destinacij v Sloveniji**, kar je sploh za občine Oplotnica, Slovenske Konjice in Vitanje, ki ne beležijo visokega števila nočitev (kar je sicer bistven kriterij za uvrstitev med vodilne destinacije), bistven dosežek. Danes je TDRP pomemben sogovornik Slovenske turistične organizacije, Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, Konzorcija Slovenija Green, GIZ Pohodništvo in kolesarjenje – Slovenia Outdoor, Turistične zveze Slovenije in Partnerstva za Pohorje. V **Zelenu shemo slovenskega turizma** se je **prva vpisala kot destinacija** tako raznolikih občin – najprej z bronom, konec leta 2020 pa znak **Slovenija Green Destination** nadgradila v zlatega. S pomočjo intenzivnega in konstantnega **digitalnega marketinga** ter širše promocije tako **na domačem** kot tudi **na tujih trgih**, je pridobila široko **javno podporo na družbenih omrežjih**, izjemno obiskanost **spletne strani** ter **povečan obisk na sami destinaciji** tudi izven glavnih sezon. Kot odgovor na pojav koronavirusa **COVID-19** so bili v TDRP pripravljeni **paketi doživetij Moja Slovenija**, ki so bili namenjeni individualnim obiskovalcem in so za manj denarja ponujali več doživetij obiskovalcem, ki so na destinaciji ostali vsaj dva dneva. Paketi so doživeli veliko pozornost predvsem v času, ko so državljanke in državljani lahko koristili turistične bone in so množično raziskovali Slovenijo. Naša destinacija je posebna tudi zaradi blagovne znamke **Okusi Rogle**, ki jo že vrsto let uspešno razvija in sodi v okvir teritorialnih blagovnih znamk po modelu »**izvorno slovensko**«. Danes združuje kar **38 ponudnikov z 239** certificiranimi **izdelki** z znakom kakovosti Okusi Rogle. TDRP si prizadeva povezovati tako **turistično gospodarstvo** (npr. Unitur, Zlati grič, Pot med krošnjami Pohorje, itd.) kot tudi **manjše turistične ponudnike** v skupno zgodbo in vzpostavljati pogoje, ki bi omogočili nadaljnji razvoj turistične dejavnosti in nadgradnjo ponudbe. Ponudba TDRP je **zelena, aktivna in zdrava** in sledi usmeritvam trajnostne rasti slovenskega turizma.

Vse to so dosežki, ki jih velja v prihodnje **nadgrajevati in nadaljevati**.

Destinacijski in občinski strateški dokumenti iz področja turizma se z letom 2021 iztekajo. Vse občine TDRP so konec leta 2019 postale članice **Partnerstva za Pohorje**, ki združuje devetnajst (19) občin lociranih na Pohorju ali v njegovi neposredni bližini, tri (3) ključne nosilce turistične ponudbe ter 6

ostalih članov. Namen Partnerstva je **usklajevanje ciljev in projektov, ustvarjanje zelene destinacije z evropsko uveljavljeno tržno znamko, ohranjanje naravne in kulturne dediščine ter spodbujanje skladnega gospodarskega in turističnega razvoja** s poudarkom na **trajnostni rabi naravnih virov**. Trenutno je v izdelavi **strategija Pohorja**, znotraj katere bodo tudi občine TDRP kot tudi sama destinacija, imele pomembno vlogo. V sklopu priprave strategije Pohorja nastajajo tudi posnetki stanja turizma v občinah Oplotnica, Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče. Ti bodo služili kot osnova za **pripravo nove strategije TDRP** in vseh štirih občin za naslednje obdobje **2022 – 2027**, ki pa jih je tokrat smiselno postaviti **v širši kontekst, kontekst Pohorja kot celote**, hkrati pa ohraniti lastno identiteto in DNK Turistične destinacije Rogla-Pohorje, ki se je oblikoval v preteklem petletnem obdobju.

Aktivnosti TDRP so v obdobju 2017-2021 bistveno presegle okvire delovanja posameznega TIC-a, zato bi, zaradi lažjega obvladovanja tako administracije (pod to se razume služba računovodstva, pravna služba, kadrovska služba), marketinga (razvoj produktov, promocija, distribucija, raziskovanje) kot tudi drugih produkcijskih storitev (rezervacije, servis za obiskovalce, vodniška služba, servis na destinaciji, itd.), potrebovali ustanovitev **skupne destinacijske management-marketing organizacije (DMMO)**, kot je že bila predvidena v *Načrtu razvoja in trženja turizma v Občini Slovenske Konjice 2017-2021* (str. 104-105) in v *Načrtu razvoja in trženja turizma v Destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021* (str. 147-165).

Podpora občinskih svetov opisanemu strateškemu načrtovanju nadaljnega razvoja turizma v občinah Oplotnica, Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče, bi bistveno pripomogla k **pravočasnemu, usmerjenemu, premišljenemu, odgovornemu in strateškemu nadaljevanju razvoja turizma** v Turistični destinaciji Rogla-Pohorje.

Priprava dokumentacije:

mag. Tjaša Kangler, TIC Slovenske Konjice

dr. Aleksandra Golob, LTO Rogla-Zreče, GIZ

Tadeja Waldhuber, TIC Slovenske Konjice

Aleksandra Kovačič, LTO Rogla-Zreče, GIZ

Domen Vogelsang, direktor LTO Rogla-Zreče, GIZ

Pregled dokumentacije:

Breda Obrez Preskar, predsednica TK Rogla-Pohorje

Slovenske Konjice, marec 2021

Priloga: Trajnostni akcijski načrt Turistične destinacije Rogla-Pohorje