

OBČINA LAŠKO
ŽUPAN

Mestna ulica 2, Laško

Številka: 007-8/2015

Datum: 8. 5. 2015

O B Č I N S K I S V E T

Predlagam, da občinski svet na seji obravnava naslednjo

ZADEVO: PREDLOG STRATEGIJE RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA ZA OBČINO LAŠKO 2020

Gradivo pripravil: Urad za družbene dejavnosti, gospodarstvo in javne finance.

Predstavniki predlagatelja na seji: Miša Novak, Alohas

Gradivo so obravnavali:

- Odbor za gospodarski razvoj občine, dne 18. 3. 2015

Pristojnost in pravna podlaga:

- 21. člen Statuta Občine Laško (Uradni list RS, št. 99/2007, 17/2010 in 45/2011),

Predlog sklepa:

Občinski svet Laško sprejme Strategijo razvoja in trženja turizma za občino Laško 2020.

Obrazložitev:

V drugi polovici leta 2014 je STIK Laško skupaj s predstavniki iz gospodarskega, javnega in nevladnega sektorja iz občine Laško pripravljal nov strateški dokument za področje turizma, za obdobje do leta 2020. Strategija razvoja in trženja turizma za Laško do leta 2020 opredeljuje vizijo, cilje in jasne razvojno-trženjske smernice, z akcijskim načrtom ukrepov, za Laško kot zeleno, dostopno in povezano zdraviliško turistično destinacijo, partnerstvo pa postavlja kot temeljni princip dela.

V proces so bili aktivno vključeni vsi zainteresirani deležniki iz javnega, zasebnega in nevladnega sektorja (v obliki delavnic in delovnih srečanj po glavnih turističnih produktih). Dokument je nastajal do konca leta 2014, 29. januarja 2015 je bil tudi vsem javno predstavljen. Prav tako je bil dan v javno razpravo, informacija in povabilo k pregledu delovnega predloga strateškega dokumenta sta bili objavljeni v časopisu Laški bilten. Predlog strateškega dokumenta pa je seveda bil objavljen na spletni strani STIKA in Občine Laško.

Ker želimo, da ima ta dokument za turizem in s tem celotno Občino Laško ustrezno težo in da smo vsi zavezani k njegovemu izvajanju, predlagamo, da ga obravnava in sprejme Občinski svet Občine Laško.

Župan Občine Laško
Franc Zdolšek

Priloga:

- Povzetek Strategije razvoja in trženja turizma za občino Laško 2020,
- Akcijski načrt Strategije razvoja in trženja turizma za občino Laško 2020.

STRATEGIJA RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA za občino LAŠKO 2020

Povzetek

(Celoten) strateški dokument predstavlja osrednji turistični strateški dokument, ki na osnovi opredeljenih izzivov oblikuje vizijo, cilje, strateški razvojni model, produktni koncept, tržno pozicioniranje in promocijsko strategijo za območje občine Laško kot turistične destinacije. Z akcijskim načrtom predstavlja osnovo za letne programe dela zavoda STIK Laško na področju turizma, hkrati pa ponuja usmeritve za razvoj in trženje ponudbe vsem deležnikom, ki sooblikujejo turistično ponudbo območja.



STIK Laško

APRIL 2015

KAZALO

1. UVOD – STRATEGIJI NA POT	3
2. TURISTIČNA IZKAZNICA – LAŠKO V ŠTEVILKAH	7
3. POVZETEK ANALIZE.....	12
3.1 SWOT analiza	12
3.2 Oblikovanje ključnih izzivov	14
4. VIZIJA IN CILJI, POSLANSTVO, TRŽNO POZICIONIRANJE IN VREDNOTE.....	15
5. STRATEŠKI RAZVOJNI IN TRŽENJSKI MODEL	19
5.1 Katere so krovne strateške smernice delovanja.....	20
5.2 Strateški razvojni model: 5 prioritete in 3 ravni delovanja	21
5.3 Strateški trženjski model.....	23
6. PRODUKTNA STRATEGIJA	24
7. IZVAJANJE DESTINACIJSKEGA MANAGEMENTA IN STRATEGIJE	27

PROJEKT (NAZIV DOKUMENTA)

Kratek naslov dokumenta: Strategija turizma Laško 2020

Daljši naslov dokumenta: Strategija razvoja in trženja turizma za občino Laško 2020

PRIČUJOČI DOKUMENT JE KRATEK POVZETEK STRATEGIJE TURIZMA LAŠKO 2020 – KI POKRIVA KLJUČNE STRATEŠKE OPREDELITVE, Vendar ne vseh. Za celosten vpogled v strateški dokument je na voljo celoten, neskrajšan dokument.

NAROČNIK projekta

*Naročnik: STIK Laško, Center za šport, turizem, informiranje in kulturo Laško
(Trg svobode 6, 3270 Laško; www.lasko.info)*



Odgovorna oseba in vodja projekta na strani naročnika: Janja Urankar Berčon

Delovna skupina na strani naročnika: Deležniki iz javnega, zasebnega in nevladnega sektorja, ki so sodelovali na seriji treh širših delavnic in sedmih delovnih srečanjih po posameznih produktih.

IZVAJALEC projekta

Izvajalec: ALOHAS (www.alohas.si)

Vodja projekta na strani izvajalca: Miša Novak

ČAS IZVAJANJA

Maj 2014 – april 2015

1. UVOD – STRATEGIJI NA POT

Iz česa izhajamo? Kateri izzivi so pred nami? Kaj prinaša strateški dokument za področje turizma za obdobje do leta 2020?

Laško kot turistična destinacija

Turistična strategija je pripravljena za območje občine Laško. Laško je na slovenskem trgu prepoznavno kot ena izmed slovenskih zdraviliških občin, z dolgoletno zdraviliško tradicijo (ki ima ob Thermani Laško z oživitvijo Rimskih Term kar dva močna zdraviliška in termalna turistična centra; ob tem pa se razvijajo tudi drugi, večinoma manjši zasebni turistični ponudniki), območje pa močno zaznamuje tudi identiteta Laškega kot pivovarskega mesta, z najdaljšo pivovarsko tradicijo v Sloveniji.

Na tujih trgih je Laško prepoznavno predvsem skozi ponudbo in aktivnosti dveh zdraviliških termalnih centrov, manj pa kot zaokrožena turistična destinacija z bogato ponudbo doživetij in aktivnosti.

Strateške osnove za področje turizma in destinacijski management

Aktivno delo na področju razvoja in trženja turizma v občini Laško po principih sodobnega destinacijskega managementa je v teku šele zadnje leto ali dve; neke vrste prelomna točka je bila pridobitev naziva Evropske destinacije odličnosti (EDEN) v Sloveniji, v letu 2013.

STIK Laško¹ (Javni zavod Center za šport, turizem, informiranje in kulturo Laško) je bil ustanovljen v letih 2006 oziroma 2007, ko je nastal z združitvijo Prireditvenega centra Laško, Aprilije – Agencije za razvoj turizma in podjetništva občine Laško in TIC-a Laško – s čemer je nastal nov zavod, ki združuje in koordinira delo štirih enot: Kulturnega centra Laško, TIC-a Laško, Dvorane Tri lilije in Muzeja Laško.

V osnovi je bilo poslanstvo STIK-a upravljanje muzeja, kulturnega centra, športne dvorane in TIC-a, ne pa izvajanje destinacijskega managementa. Od leta 2013 je več aktivnosti posvečenih prav aktivnejšemu managementu destinacije – in s tem je nastala tudi potreba po novem strateškem turističnem dokumentu, ki bo ponudil kakovostno osnovo za učinkovito delo.

Naj povzamemo, da je bila maja 2005 sprejeta Strategija razvoja turizma v občini Laško (za obdobje do 2015), v začetku istega leta pa je začel nastajati tudi Skupen strateški načrt razvoja turistične destinacije, ki je bila takrat opredeljena kot »Zdraviliško turistični

¹ Ustanovitev z odlokom Občine Laško o ustanovitvi javnega zavoda dne 9.10.2006 (Ur. list RS št. 104/2006) ter sklepom Okrožnega sodišča v Celju o vpisu firme v sodni register (št. vložka 1/09237/00) dne 6. februarja 2007.

center ob Savinji« (načrt je bil sprejet marca 2006) – od koder tudi izhaja zdajšnji slogan turistične destinacijske znamke Laško, to je Sotočje dobrega.

Medtem ko je prvi razvojni dokument opredelil smernice za razvoj turizma v občini Laško (temelječe na sedmih razvojnih turističnih jedrih – poleg dveh osrednjih, Laškega in Rimskih Toplic, še v Sedražu, Trobnem Dolu, Jurkloštru in v Širju pri Zidanem Mostu), **je širši destinacijski dokument gradil na povezovanju ponudbe območja ob spodnjem delu Savinje**; konkurenčno prednost pa je gradil na povezovanju najmočnejšega produkta območja – to je zdraviliškega produkta, s Celjem kot zgodovinskim, kulturnim, trgovskim, športnim in sejmskim središčem.

V letu 2011 je bila vzpostavljena turistična regija Dežela Celjska (ki je nastala kot rezultat razpisa za sofinanciranje izvedbenih aktivnosti regionalnih destinacijskih organizacij oziroma RDO-jev, ki ga je objavilo MGRT v letu 2010 za vzpostavitev turističnih regij).

Projekt vzpostavitve in izvajanja aktivnosti RDO Dežele Celjske preko omenjenega razpisa je potekal med 3. marcem 2011 in 15. oktobrom 2013 (višina EU sredstev sofinanciranja operacije: 392.907 €, vrednost celotnega projekta: 800.000 €). V letu 2014 so se aktivnosti nadaljevale, na osnovi pogodbenega sodelovanja med občinami, partnericami v RDO, v obsegu okvirno 80.000,00 €. Zaradi neopredeljenega sistema financiranja RDO-jev s strani države, zaradi česar je polno breme na občinah in ponudnikih (ki pa prispevajo že za svoje trženjske in destinacijske aktivnosti), so aktivnosti vse bolj omejene. Ta problematika je podobna v večini slovenskih turističnih regij.

Ob turističnih razvojnih dokumentih je potrebno izpostaviti aktualni Strateški razvojni dokument občine Laško (Občina Laško, 2009), ki podaja trdno osnovo za razvoj turizma v občini, ter omeniti, da so v letu 2014 **nastali tudi novi razvojni dokumenti na ravni Savinjske regije: to sta Regionalni razvojni program Savinjske razvojne regije 2014-2020 in Območni razvojni program Območno razvojnega partnerstva Osrednje Celjske 2014-2020**, ki predstavljata ključna vsebinska dokumenta, ki opredeljujeta investicijska področja, v katera se bo vlagalo v novem programskem obdobju, z namenom, da se dosežejo cilji, zastavljeni na subregionalni, regionalni in nacionalni ravni.

Zakaj nov strateški dokument za področje turizma

Nov strateški razvojno-trženjski dokument za področje turizma v občini Laško je nastal:

- 1. Ker se obdobje veljavnosti dosedanjega dokumenta** (Strategija razvoja turizma v občini Laško 2005-2015) **z letom 2015 izteka.**
- 2. Ker Laško kot turistična destinacija v novem obdobju potrebuje bolj jasne razvojne in trženjske smernice in večjo osredotočenost, še posebej glede produktnega razvoja in tržnega pozicioniranja.**

3. Ker se aktiven destinacijski management na ravni občine Laško izvaja šele zadnje leto ali dve, **je za to šele potrebno vzpostaviti kakovostne osnove.**
4. Ker so s programskim obdobjem 2014 do 2020 **stopili v veljavnost novi programski razvojni dokumenti**, ki na novo opredeljujejo razvojne prioritete regije in subregije do leta 2020.
5. Širše povezovanje destinacije (na ravni subregije Osrednje Celjske oziroma z letom 2011 turistične regije Dežela Celjska) **ne prinaša koristi, če se trdna produktna zgodba ne gradi od spodaj navzgor** (torej na ožjem območju; v našem primeru na območju občine Laško) – in prav te temelje mora opredeliti nov dokument, tudi v luči sprememb in novih trendov na trgu.
6. **Potrebno je evalvirati širša turistična geografska povezovanja in podati priporočila, kdaj, kje in kako se povezovati.**

Kaj želimo doseči z novo skupno turistično strategijo

S skupno turistično strategijo želimo opredeliti **osnovo za bolj osredotočeno in sistematično razvojno in trženjsko delo, ki bo pripomoglo k bolj jasnemu trženjskemu pozicioniranju destinacije in s tem krepitvi ekonomske vrednosti turizma na območju, od katerega imajo koristi vse tri ključne skupine deležnikov:**

1. **Ijudje, ki tu živijo** (= bolj urejeno okolje, nove vsebine in dvig kakovosti življenja),
2. **Ijudje, ki tu delajo**² (= povezani smo močnejši, podjetja pa za svoje delo potrebujejo tudi urejeno destinacijo in ugodno podporno okolje za razvoj turizma) in
3. **Ijudje, ki to območje obiščejo** (= bolj bogata, raznolika in doživljajska ponudba).

Kaj so glavni izzivi na področju turizma za Laško

Laško je v prvi vrsti zdraviliška destinacija, saj je daleč vodilni motiv prihoda na destinacijo ponudba dveh zdraviliških in termalnih centrov – in tudi v prihodnje destinacija ostaja primarno zdraviliška destinacija.

V preteklih petih letih je bilo izredno veliko vloženo v obogatitev ponudbe in povečanje zmogljivosti velikih turističnih ponudnikov (turistične nastanitvene zmogljivosti v obdobju 2008 do 2013 so se povečale za 50 odstotkov – ob tem se je nadgradila in obogatila tudi zdraviliška in še posebej wellness ponudba ter ponudba poslovnega turizma), zadnja leta pa se tudi bolj sistematično dela na ureditvi javne turistične infrastrukture (kolesarske in pohodniške poti). **Kljub temu pa še območje ni prepoznavno kot zaokrožena destinacija prihoda, ki ima ob ponudbi zdraviliško-termalnih centrov veliko drugih zanimivosti in doživetij, tako za stacionarnega gosta kot za dnevnega izletniškega gosta.**

² Ne zgolj turistična, ampak tudi druga s turizmom neposredno in posredno povezana podjetja, ki so sooblikovalci ponudbe, glede na veliko multiplikativnost turizma; multiplikativni učinek turizma glede prihodkov in novih delovnih mest je 1.8 (vir: MGRT).

Zato nov strateški dokument nagovarja glavni izziv: kako razvojni fokus v novem obdobju usmeriti v razvoj vsebin, doživetij, zgodb, oblikovanje zaokroženih destinacijskih produktov, povezovanje, razlikovanje, implementacijo aktivnosti za trajnostni razvoj turizma in uvajanje inovacij za bolj razlikovalne produkte.

Obdobje veljavnosti in način izvajanja strateškega dokumenta

Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Laško 2020 velja za obdobje od leta 2015 do leta 2020. Opredeljuje 5 strateških kvantitativnih ciljev (ki jih dopolnjuje 5 specifičnih operativnih ciljev) in 5 vsebinskih kvalitativnih strateških ciljev – ki jih pretvarjamo v 5 prioritet delovanja (= strateški razvojni model, ki je osnova za opredelitev ukrepov). Za vsako prioriteto razvojno-trženjsko področje smo opredelili po 3 ključne ukrepe = skupaj torej 15 ključnih/nosilnih ukrepov (ter več ostalih).

Ukrepi upoštevajo tudi že opredeljene ukrepe na področju turizma (in posredno povezanih področjih) za občino, ki so vključeni v subregijski območni razvojni program in regionalni razvojni program, hkrati pa vzpostavlja tudi povezavo do programa in projektov Lokalno akcijske skupine LAS Raznolikost podeželja.

Hkrati strategija vzpostavlja mehanizme, s katerimi se spodbujajo nove ideje in projekti na področju turizma (s poudarkom na trajnostnem razvoju in zelenih inovacijah) tako v javnem, zasebnem kot nevladnem sektorju.

Za zaključek oziroma za začetek novega razvojnega obdobja

Strategija z akcijskim načrtom ni zaprt dokument, ampak predvsem strateški okvir, ki začrta smer, v katero se razvija destinacija. Dokument zahteva letne evalvacije, ustrezno umeščanje novih idej in predlogov v strateški okvir, po potrebi pa tudi prilagoditve, glede na spremenjene razmere na trgu.

Izzivov je kljub razvitosti nosilne turistične ponudbe v destinaciji veliko, cilji so ambiciozni – in menimo, da je prav, da smo si zastavili visoke cilje, saj imamo v upravljanju res prijetno zdraviliško destinacijo z močno tradicijo. **Uspešni bomo le, če bomo stopili skupaj in delali kot partnerji. Dokument nam bo pri tem v pomembno oporo, a pravo delo se s tem šele začneja.**

STIK Laško, marca 2015, v Laškem, na sotočju dobrega

2. TURISTIČNA IZKAZNICA – LAŠKO V ŠTEVILKAH


Turistična izkaznica z uvodu povzame ključne statistične kazalnike občine ter izpostavi glavne značilnosti Laškega z vidika turizma in ključne turistične kazalnike

Tabela št. 1: Povzetek ključnih značilnosti in kazalnikov o občini Laško (najprej splošnih občinskih, nato turističnih), s kratkim uvodom

Laško kot (ožja) turistična destinacija predstavlja celotno OBČINO LAŠKO.	
Krovna turistična tržna znamka destinacije	
	
Slogan turistične destinacije: SOTOČJE DOBREGA.	
A. Občina Laško na kratko³	
Občina	<p>Občina Laško obsega 85 naselij in 9 krajevnih skupnosti (Laško, Rimske Toplice, Zidani Most, Sedraž, Rečica, Marija Gradec, Šentrupert, Vrh nad Laškim in Jurklošter).</p> <p>Občina meji na občine Celje, Štore, Šentjur pri Celju, Sevnico, Radeče, Hrastnik in Žalec.</p> <p><i>Zemljevida 1 in 2: Shematska zemljevida občine Laško z večjimi kraji in naselji in s prikazi krajevnih skupnosti</i></p> 
Površina	198 km² (po površini se med slovenskimi občinami uvršča na 26. mesto).
Število prebivalcev	13.457 ; od tega 6.603 moških in 6.854 žensk (po številu prebivalcev se med slovenskimi občinami uvršča na 40. mesto).
Upravna enota	Občina Laško spada v Upravno enoto Laško (ki pokriva območje občin Laško in Radeče ⁴ , s sedežem v Laškem); na severu meji na UE Celje, na vzhodu na UE Šentjur pri Celju, na jugu na UE Sevnica, na zahodu na UE Hrastnik ter na severozahodu na UE Žalec.

³ Vir podatkov: SURS (Slovenske občine v številkah, 2014); podatki za leto 2012.

⁴ Radeče so postale del občine Laško leta 1963, nato pa so se skupaj z okoljskimi naselji v skladu z Zakonom o lokalni samoupravi (1993) ponovno osamosvojile.

<p>Statistična regija</p>	<p>Območje leži v statistični razvojni regiji SAVINJSKA (= ena od dvanajstih regij v Sloveniji; ki jo sestavlja 31 občin, razdeljenih na 5 subregij).</p> <p>Zemljevid št. 3: Statistična regija Savinjska ter delitev na subregije in območna razvojna partnerstva v okviru regije (vir: RA Savinjske regije d.o.o.)</p> 
<p>Območno razvojno partnerstvo</p>	<p>Občina Laško sodi v Območno razvojno partnerstvo OSREDNJE CELJSKO (ki vključuje poleg občine Laško še občine Celje, Dobrna, Vojnik in Štore).</p>
<p>Članstvo v lokalni akcijski skupini (LAS)</p>	<p>Občina Laško spada v LAS društvo »Raznolikost podeželja«, ki je ena izmed 33 lokalnih akcijskih skupin na območju Slovenije, ki s pomočjo pristopa »od spodaj navzgor« zduružuje prebivalce območja in omogoča razvoj območja s pomočjo LEADER programa.</p>
<p>Gostota poseljenosti</p>	<p>68 prebivalcev/km² (gostota naseljenosti je tu manjša kot v celotni državi, kjer je povprečje 101 prebivalec na km²).</p>
<p>Selitveni prirast</p>	<p>Selitveni prirast na 1.000 prebivalcev v občini je bil negativen, znašal je -4,5. Seštevek naravnega in selitvenega prirasta na 1.000 prebivalcev v občini je bil negativen, znašal je -7,4 (v Sloveniji 1,6).</p>
<p>Naravni prirast</p>	<p>Naravni prirast na 1.000 prebivalcev je bil negativen, znašal je -2,8 (v Sloveniji 1,3).</p>
<p>Povprečna starost</p>	<p>Povprečna starost občanov je bila 42,8 leta (višja od povprečne starosti prebivalcev Slovenije, ki je 42 let). Število najstarejših – tako kot v večini slovenskih občin – je bilo večje od števila najmlajših: na 100 oseb, starih 0–14 let, je prebivalo 132 oseb starih 65 let ali več (indeks za celotno Slovenijo je bil 118).</p>
<p>Vrtci</p>	<p>V občini je delovalo 9 vrtcev (514 vključenih otrok); od vseh otrok v občini starosti od 1–5 let jih je bilo 77 % vključenih v vrtec (v Sloveniji 75 %).</p>
<p>Osnovne in srednje šole</p>	<p>V šolskem letu 2012/2013 se je izobraževalo približno 1.000 učencev. Različne srednje šole je obiskovalo okoli 530 dijakov. Med 1.000 prebivalci v občini je bilo povprečno 50 študentov in 11 diplomantov (v Sloveniji je bilo na 1.000 prebivalcev povprečno 47 študentov in 10 diplomantov).</p>
<p>Število in promet podjetij⁵</p>	<p>760 podjetij, 3.635 zaposlenih; prihodek v 000 EUR 284.895.</p>
<p>Zaposlenost</p>	<p>Med delovno sposobnim prebivalstvom je bilo približno 60 % zaposlenih ali samozaposlenih oseb (kar je več od slovenskega povprečja, ki je 57 %).</p>

⁵ Podatki za leto 2012; vir SURS; 2014, povzeto po Območnem razvojnem program Osrednje Celjsko (osnutek, 2014).

Nezaposlenost	Med aktivnim prebivalstvom je bilo v povprečju 11,2 % registriranih brezposelnih oseb (kar je manj od povprečja v državi, ki je 12 %). Med brezposelnimi je bilo tudi več žensk.
Povprečna mesečna plača	Povprečna mesečna plača na osebo, zaposleno pri pravnih osebah, je bila za približno 9 % nižja od letnega povprečja mesečnih plač v Sloveniji ; v neto znesku za 7 %.
Stanovanja	V občini je bilo 420 stanovanj na 1.000 prebivalcev.
Komunalni odpadki	V obravnavanem letu je bilo v občini zbranih 279 kg komunalnih odpadkov na prebivalca , to je 48 kg manj kot v celotni Sloveniji .
Kmetijstvo	<ul style="list-style-type: none"> Število kmetijskih gospodarstev: 1.025. Površina kmetijskih zemljišč v uporabi na 1.000 preb.: 401. Delež kmetijskih zemljišč v uporabi, glede na celotno površino občine (v %): 27,6.
Gozdarstvo	<ul style="list-style-type: none"> Površina gozdov: 11.829 ha (delež gozdov v občini glede na površini je 59,9 %). Površina gozda na prebivalca: 0,9 ha/preb.

B. Kratak opis občine Laško kot turistične destinacije

Kaj obsega Laško kot turistična destinacija	<p>Laško kot turistična destinacija obsega:</p> <p>a. Kot ožja turistična destinacija obsega celotno občino Laško (85 naselij, 9 krajevnih skupnosti oziroma med bolj znanimi kraji: Laško, Rimske Toplice in Zidani Most – od katerih sta prva dva močna turistična centra, slednji pa je poznan predvsem kot železniško vozlišče);</p> <p>b. Kot širša oziroma zaokrožena turistična destinacija prihoda, z vidika dojetanja turista, vključuje še predvsem območje ob Savinji do Celja ter mesto Celje.</p>
<p>Turistična regija</p> <p><i>Statistična razvojna regija Savinjska se deli v dve turistični regiji:</i></p> <p>1. Savinjsko-Šaleško turistična regija (SAŠA)</p> <p>2. Dežela Celjska (ki obsega subregije Spodnje Savinjsko, Osrednje Celjsko, Dravinjsko ter Obsotelje in Kozjansko)</p>	<p>Občina Laško spada v turistično regijo Dežela Celjska (ki obsega 21 občin; po površini meri 1.598 km², na katerih živi 193.000 prebivalcev).</p> <p><i>Zemljevida št. 4 in 5: Umestitev turistične regije v Slovenijo in zemljevid Dežele Celjske (vir: promocijski materiali Dežele Celjske)</i></p>  

<p>Značilnosti Laškega kot turistične destinacije</p>	<p>Laško kot turistično destinacijo v največji meri opredeljuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesto Laško, ki je poleg geografskega, upravnega, kulturnega in gospodarskega središča občine Laško tudi osrednji turistični kraj v občini; s starim mestnem jedrom in Gradom Tabor, Thermano Laško in Pivovarno Laško. • Kraj Rimske Toplice z Rimskimi Termami in Aqua Romo. • Posamezne turistične točke, ki delujejo predvsem kot izletniške in razgledne točke; kot so Hum, Šmihel, po dolini Lahomnice do Marije Gradca, Vrh nad Laškim, Rečiška dolina in naprej na Šmohor, Govško brdo s planoto Govce, Rimske Toplice, Aškerčeva domačija na Senožetih, po dolini Gračnice do Jurkloštra in Ribnika Marof (Mrzlo polje), Zidani Most. • Prireditve Pivo in cvetje, največja festivalska prireditve v Sloveniji, z najdaljšo tradicijo (v letu 2014 je bila 50. izvedba; na prireditvi se zbere skupaj okoli 120.000 obiskovalcev).
<p>C. Ključni turistični kazalci (podatki SURS)</p>	
<p>Število nastanitvenih zmogljivosti (2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1.425 vseh ležišč (kategorija skupaj, ne zgolj stalna); oziroma 1.246 stalnih ležišč. • Število ležišč se je v obdobju 2008 do 2013 povečalo kar za 50 odstotkov (indeks 13/08 je 150,95). • V strukturi vseh ležišč v Savinjski regiji (ki ima v Sloveniji 11,36-odstotni delež) ima občina Laško desetino ležišč (10,25 %).
<p>Struktura nastanitvenih zmogljivosti (SURS, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Močno prevladujejo hoteli (kategorija hoteli in podobni nastanitveni objekti), ki jih je kar 91,79 %. • Kampov ni. • Ostalih nastanitvenih objektov je le 8,21 %. <div data-bbox="539 1256 1040 1509" style="text-align: center;"> <p>Ostali nastanitveni objekti: 91,79 %</p> <p>Hoteli in podobni nastanitveni objekti: 8,21 %</p> </div>
<p>Primerjava števila ležišč z zdraviliškimi občinami (SURS, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Občina Laško ima še najbolj podobno število ležišč, kot jih ima občina Ptuj (1.387; vendar pa je delež hotelov tam le 31,5-odstoten). • Po številu hotelskih ležišč pa ima le okoli 100 ležišč manj kot Moravske Toplice (ki so po številu ležišč v zdraviliških občinah na drugem mestu – na prvem mestu je Čatež; imajo 3.155 ležišč). • Laško ima okoli 100 ležišč več kot Podčetrtek.
<p>Število prenočitev (SURS, 2013 in indeks 13/08)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 226.187 prenočitev v letu 2013. • V obdobju 2008 do 2013 se je število prenočitev povečalo za dobrih 60 odstotkov (indeks 13/08 je 162,05). • Od tega so se domače prenočitve povečale za 26 % in tuje za več kot 150 %.

	<p style="text-align: center;">Gibanje prenočitvev in prihodov v obdobju 2008 do 2013, v občini Laško</p>  <table border="1" style="margin: 10px auto; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Leto</th> <th>Prenočitve</th> <th>Prihodi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>139.579</td> <td>26.082</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>142.269</td> <td>27.477</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>164.280</td> <td>33.453</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>214.240</td> <td>55.024</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>239.946</td> <td>63.510</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>226.187</td> <td>62.652</td> </tr> </tbody> </table>	Leto	Prenočitve	Prihodi	2008	139.579	26.082	2009	142.269	27.477	2010	164.280	33.453	2011	214.240	55.024	2012	239.946	63.510	2013	226.187	62.652
Leto	Prenočitve	Prihodi																				
2008	139.579	26.082																				
2009	142.269	27.477																				
2010	164.280	33.453																				
2011	214.240	55.024																				
2012	239.946	63.510																				
2013	226.187	62.652																				
<p>Število turistov (SURS, 2013 in indeks 13/08)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 62.652 turistov oziroma prihodov v letu 2013. • V obdobju 2008 do 2013 se je število prihodov povečalo kar za 140 odstotkov (indeks 13/08 je 240,21). 																					
<p>Povprečna doba bivanja</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tako velik razkorak med prihodi in prenočitvami pomeni, da se je od 2008 do 2013 zelo znižala povprečna doba bivanja (PDB) – in sicer s 5,35 leta 2008 na 3,61 v letu 2013. • PDB tujih turistov je ostala na zelo primerljivi ravni, medtem ko se je zelo znižala PDB domačih turistov (7,16 dni v letu 2008, 4,13 v letu 2013). 																					
<p>Delež domačih gostov (SURS, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Domači gostje opravijo dobro polovico prenočitvev (55,91 %). • V strukturi turistov pa predstavljajo slabo polovico prihodov (48,86 % prihodov). • PDP je 4,13. 																					
<p>Delež tujih gostov (SURS, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Delež tujih prenočitvev je 44,09 %. • Delež tujih prihodov je nekoliko nad polovico (51,14 %) – kar pomeni, da je PDP tujih gostov nižja in sicer 3,11. 																					
<p>Tuji trgi (SURS, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Na prvem mestu med tujimi turisti po številu prenočitvev so: Italijani, sledijo Avstrijci in na tretjem mestu gostje iz Ruske federacije (prvi trije tuji trgi opravijo slabih 58 odstotkov od vseh tujih prenočitvev). • Sledijo: Srbija, Hrvaška, Belgija, Nizozemska, Nemčija. Ostali trgi so v kategoriji okoli 1000 in manj prenočitvev. • Vsi trgi – med emitivnimi z izjemo Nemčije, beležijo visoke stopnje rasti. • Laško v primerjavi s povprečjem zdraviliških občin v prvih 5 trgih nima Nemčije (ki je šele na 8. mestu). 																					

3. POVZETEK ANALIZE

3.1 SWOT analiza

Tabela št. 2: SWOT analiza turizma v občini Laško

PREDNOSTI	SLABOSTI
<p>5 KLJUČNIH PREDNOSTI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dve zdravilišči & terme z dolgoletno tradicijo in sodobno ponudbo. 2. Pivovarna Laško s 190-letno tradicijo, z močno vpetostjo v lokalno okolje. 3. V Sloveniji največja turistična prireditelj, z najdaljšo tradicijo: Pivo in cvetje. 4. Naziv Evropske destinacije odličnosti (EDEN, 2013), vezan na dostopni turizem – in prilagojenost ponudbe za osebe s posebnimi potrebami. 5. Avtentični lokalni produkti, povezani z medom, pivom in zelišči. 	<p>5 KLJUČNIH SLABOSTI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Laško na trgu ni prepoznavno kot zaokrožena turistična destinacija⁶. 2. Nezadostno izkoriščanje pivovarske znamke Laško in tradicije pivovarstva za razlikovanje destinacije in razvoj ponudbe. 3. Ni močnih vrednot narave in kulturne dediščine, ki bi predstavljale motiv za prihod (ni širše prepoznavnih ikon). 4. Staro mesto jedro Laško ne živi (premalo ponudbe, ni dogajanja in ni čutiti utripa). 5. Nepoznavanje in nekorisčenje zaokroženih destinacijskih doživetij.
<ul style="list-style-type: none"> • V slovenskem merilu zelo konkurenčni produkti: zdravstveni turizem v zdraviliščih, termalni kopališki turizem, wellness in kongresni turizem. • Visoka kakovost turističnih nastanitvenih objektov (visok delež hotelov, visoke investicije v preteklih 5 letih). • Geostrateška lega in dobra dostopnost destinacije (cestna in železniška). • Ohranjeno naravno okolje in termalna vrelna v Laškem in Rimskih Toplicah (ključna naravna vrednota); termalne vrelce so odkrili že Rimljani (zgodovina, tradicija). • Urejeno staro mestno središče Laškega. • Veliko število dobro ohranjenih in zanimivih sakralnih objektov. • Dobro urejena in vzdrževana mreža pohodnih in učnih poti ter poti, primernih za kolesarjenje. • Invalidom in čebelam prijazna občina. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ni produktnega osredotočanja. • Ni kolesarske povezave s Celjem in Zidanim Mostom. • Pivovarska tradicija, vendar pa destinacija nima pivnice. • Omejena dostopnost ponudbe (potrebne vnaprejšnje najave) in določenih lokacij (problem podvozov). • Prostorska omejenost za širitev. • Prevelika teža pri prodaji destinacije (s strani zdravilišč) se daje ceni, premalo se dodaja vsebine, premalo zгодb in prodaje skozi produkte z dodano vrednostjo. • Zelo skromna ponudba manjših nastanitvenih enot, destinacija nima kampa in youth hostla. • Ukrepi racionalizacije v velikih turističnih podjetjih, ki ne omogočajo potrebnih vložkov v kakovost storitev in trženjske aktivnosti.

⁸ Destinacija je prepoznavna predvsem kot kraj Laško (prepoznavno predvsem po znamkah Laškega piva in Zdravilišča Laško/Thermane), brez Rimskih Toplic – gostje na destinacijo prihajajo predvsem zaradi zdraviliško-termalne ponudbe.

<ul style="list-style-type: none"> • Športna infrastruktura in celostna ponudba za izvedbo priprav in športnih dogodkov za športnike (USP destinacije na tem področju je ponudba za športnike invalide). • Bližina mesta Celja. • Vzpostavljen destinacijski management in aktivna DMO (STIK Laško). • Turizem je prepoznan kot pomembna gospodarska panoga – podpora s strani Občine in močna vpetost Pivovarne Laško v lokalno okolje. • Vpeljani prodajni kanali dveh osrednjih turističnih ponudnikov – in njihova močna prisotnost na trgih. • Že vzpostavljeni organizirani izleti (in ogledi) po destinaciji. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ni dovolj interesa za razvoj dopolnilne turistične ponudbe – pomanjkanje podjetniškega interesa. • Športna infrastruktura (Tri lilije) potrebuje vlaganja. • Nepovezanost Laškega in Rimskih Toplic (turistično in s strani prebivalcev). • Ni dovolj povezovanja – na ravni organizacij, projektov, produktov. • Zaradi slabše gospodarske situacije se zmanjšuje podpora turizmu. • Veliko vložkov v razvojne projekte (npr. Leader), ki pa trženjsko niso valorizirani. • STIK Laško pokriva več področij oziroma upravlja več objektov, zaradi česar destinacijski management do sedaj ni bila prioriteta dejavnost.
<p>PRILOŽNOSTI</p>	<p>NEVARNOSTI</p>
<p>5 KLJUČNIH PRILOŽNOSTI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Razvoj celostne ponudbe za ljudi s posebnimi potrebami – evropsko prepoznavna destinacija v okviru koncepta dostopnega turizma. 2. Globalni mega trend skrbi za zdravje (ter krepitev pozicije zdraviliškega produkta na ravni Slovenije). 3. Trajnostni turizem kot prednostna usmeritev na vseh ravneh – sistematično delo po vseh ključnih evropskih in globalnih indikatorjih za trajnostne destinacije. 4. Lokalna samooskrba s hrano. 5. Lokalni avtentični produkti. 	<p>5 KLJUČNIH NEVARNOSTI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nerazlikovanje od drugih zdraviliških destinacij – strategija, ki ne temelji na razlikovanju, ampak na cenah (bitka na generičnem kopališkem ali penzijskem trgu). 2. Zaostrena finančna situacija, ki se kaže v padcu življenjskega standarda na ciljnih trgih in agresivni cenovni bitki posrednih (nezdraviliških) konkurentov v Južni Evropi. 3. Nezadostna internacionalizacija. 4. Nezadostno sodelovanje, povezovanje in partnerstvo. 5. Pomanjkanje inovacij.
<ul style="list-style-type: none"> • Podpora start – up podjetjem. • Rast okoljske zavesti in družbene odgovornosti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Časovno prelaganje izvedbe ključnih državnih naložb na območju občine. • Zmanjšanje finančne sposobnosti občine.

3.2 Oblikovanje ključnih izzivov

Izzive, s katerimi se sooča destinacija v prihodnjem obdobju in na katere iščemo odgovore skozi strategijo, lahko povzamemo v naslednjih 5 sklopov:

RAZVOJNI IZZIV 1 = RAZVOJ DODATNE PONUDBE IN DOŽIVLJAJSKA NADGRADNJA

Razvoj nosilnega zdraviliško-termalnega produkta je v domeni ponudnikov, zato se mora destinacija osredotočiti na razvoj destinacijske ponudbe (= dodatna ponudba, integralni turistični produkti, doživetja, organizirani programi).

- **Kako spodbuditi razvoj dodatne ponudbe in bolj aktivno povezovanje posameznih atrakcij in ponudbe v integralne turistične produkte.**
- Kako destinacijska doživetja na trženjsko privlačen in učinkovit način predstaviti gostom, ki prihajajo na destinacijo zaradi zdraviliško-termalne ponudbe.
- Kako – zelo pomembno – zaradi pestrega destinacijskega dogajanja in privlačnih doživetij/aktivnosti pritegniti nove, tako stacionarne kot enodnevnne goste.

RAZVOJNI IZZIV 2 = RAZVOJ RAZLIKOVALNIH AVTENTIČNIH PRODUKTOV

- **Kako za bolj jasno pozicioniranje in razlikovanje od drugih slovenskih in srednjeevropskih zdraviliških destinacij razvijati razlikovalne produkte, temelječe na lokalnih virih, tradiciji in znanjih (in v tem kontekstu tudi bolje izkoristiti pivovarsko tradicijo in identiteto).**
- Kako te produkte trženjsko učinkovito predstaviti.

RAZVOJNI IZZIV 3 = KAKO SE POVEZATI IN ZDRUŽITI NAPORE

- **Kako v okviru destinacijskega managementa združiti in povezati vse napore, projekte, organizacije, področja in predane posameznike** na način, da vsi prispevajo k bolj prijazni in privlačni destinacijski ponudbi – in imajo od nje koristi.
- Kako vključiti domačine, da se bodo bolj čutili del turistične občine.
- Kako doseči, da vsi ponudniki razumejo destinacijo kot pomemben del njihove ponudbe in jo kot pomembno dodano vrednost tudi vključujejo.

RAZVOJNI IZZIV 4 = KAKO POSPEŠITI TRAJNOSTNI RAZVOJ

- **Kako narediti konkreten premik v smeri trajnostnega razvoja turizma, z vidnimi učinki.**
- **Kako razviti destinacijo kot vodilno na področju dostopnega turizma** in kako to komunikacijsko umestiti v tržno pozicioniranje, promocijo in komuniciranje na krovni ravni.

RAZVOJNI IZZIV 5 = KAKO RAZVITI SPODBUDNO PODPORNO OKOLJE

- **Kako razviti vse potrebne podporne funkcije destinacijskega managementa in spodbudno podporno okolje**, kar bo omogočilo razvoj produktov in dodatne ponudbe, izboljšanje konkurenčnosti, dvig kakovosti in tesnejše povezovanje.

4. VIZIJA IN CILJI, POSLANSTVO, TRŽNO POZICIONIRANJE IN VREDNOTE

V katero smer se osredotočamo pri razvoju in trženju destinacije? Kaj so naše ambicije? Kaj želimo postati leta 2020? Kaj nas pri tem vodi?

Turistična vizija Laško 2020

Laško je
prepoznavna, povezana, dostopna
zdraviliška destinacija,
ki na temeljih tradicije in s spoštovanjem lokalnega
na trajnosten način
nudi vrhunsko ponudbo
za zdravje in dobro počutje sodobnega turista.

Laško je glede trajnostnega razvoja
vodilna zelena zdraviliška destinacija v Sloveniji in visoko konkurenčna
zelena destinacija v evropskem prostoru.

Laško je vodilna zdraviliška destinacija za dostopni turizem
v Sloveniji in Srednji Evropi.

Ciljno tržno pozicioniranje Laškega

Na kakšen način se Laško pozicionira na trgu – kot kaj je prepoznavno?

Prijetna zaokrožena zdraviliška destinacija za zdravje in dobro počutje vseh
generacij, z izjemnim posluhom za zeleno,
ljudi s posebnimi potrebami in avtentične zgodbe.
Zgodbe Laškega so zgodbe zdravja in dobrega počutja,
na sotočju dobrega.
Zelene in dostopne za vse.

Premik v pozicioniranju gre od standardne zdraviliške destinacije v smeri razvoja destinacije kot zaokrožene destinacije prihoda, z zdraviliško in pivovarsko tradicijo in zgodbami zdravja in dobrega počutja, ki so avtentične, zelene in dostopne za vse.

Poslanstvo turizma v Laškem

Poslanstvo turizma v Laškem je:

Da ljudem, ki tu živijo (= PREBIVALCI)

turizem predstavlja generator trajnostnega razvoja, ki spodbuja ohranjanje okolja, bogati ljudi in prinaša nove podjetniške priložnosti.

Da ljudem, ki tu delajo (= TURISTIČNI IN S TURIZMOM NEPOSREDNO IN POSREDNO POVEZANI PONUDNIKI)

zagotavlja ekonomsko blaginjo, s povezanim delovanjem pa prinaša boljše rezultate.

Da ljudem, ki to destinacijo obiščejo (= TURISTI)

nudi zaokrožena, lokalno obarvana in privlačna doživetja, usmerjena v zdravje in dobro počutje.

POSLANSTVO TURIZMA JE:

Turizem je generator trajnostnega razvoja v občini.

Ključni in specifični KVANTITATIVNI cilji

5 ključnih KVANTITATIVNIH ciljev

- 1. Povečanje ŠTEVILA PRENOČITEV** po povprečni stopnji med 2 in 7 % letno v obdobju do 2020 (= kar pomeni povečanje v celotnem obdobju do 2020 skupaj za slabo tretjino oziroma 32 % oziroma s 226.187 registriranih prenočitev v letu 2013 na slabih 300.000 v letu 2020).

Domače prenočitve rastejo po 2-odstotni letni rasti, tuje pa 7-odstotni – kar pomeni, da se leta 2020 razmerje med domačimi in tujimi prenočitvami ravno obrne (tuji prispevajo dobro polovico).

Prihodi rastejo pri tujih gostih po manjši stopnji – saj je cilj vsaj zadržati POVPREČNO DOBO BIVANJA pri domačem gostu (v letu 2013 je bila 4,13 dni), pri tujih pa jo povečati s 3,11 dni na 3,5 dni.

- 2. Povečati število ENODNEVNIH OBISKOVALCEV na destinaciji**, ki koristijo destinacijska organizirana doživetja (po najmanj 5-odstotni letni stopnji).
- 3. Povečati POTROŠNJO na gosta**, stacionarnega in dnevnega/izletniškega (za vsaj 3 % letno; potrebno vzpostaviti osnovo za merjenje).
- 4. Povečati ZASEDENOST nastanitvenih objektov** (za vsaj 5 % letno).
- 5. Povečati ŠTEVILO LEŽIŠČ v manjših nastanitvenih objektih za 250 ležišč** (v strukturi to pomeni dobrih 15 %).

Koncept: turistične kmetije, družinska gostišča in penzioni, po možnosti s trajnostno arhitekturo in konceptom, ki gradi na lokalnem okolju, območje ima potencial tudi za youth hostel in kamp).

5 dodatnih kvantitativnih OPERATIVNIH ciljev

1. **Vključitev v Zeleno shemo slovenskega turizma** in v okviru tega ocena po GSTR orodju (ETIS in GSTC indikatorji) – cilj je **ocena nad 9**.
2. **Hitrejše uvajanje trajnostnih modelov, tako na ravni destinacije** (certifikat Slovenia Green Destination) **kot turističnih ponudnikov** (povečanje števila mednarodnih okoljskih znakov za nastanitvene objekte, **z enega v letu 2015 na 10 v letu 2020**⁷).
3. Spodbuditev nastanka in uspešnega trženjskega zagona **5 inovativnih zelenih ponudb oziroma produktov**.
4. **Uspešno trženje in izvedba 10 prepoznavnih destinacijskih doživetij**, različne vsebine in trajanje.
5. Vzpostaviti in uspešno upravljati aktivno **mrežo 50 aktivnih ponudnikov**.

Temeljni razvojno-trženjski KVALITATIVNI cilji

TI CILJI SE NATO NEPOSREDNO PRETVARJAJO V GLAVNE PRIORITETE DELOVANJA.

5 ključnih KVALITATIVNIH ciljev

1. PARTNERSTVO: **Okrepiti partnerstvo pri razvoju in trženju destinacije, medsektorsko in medinstitucionalno povezovanje.**
2. TRAJNOSTNI RAZVOJ: **Vzpostaviti integralni razvoj destinacije po trajnostnih načelih in pozicioniranje kot trajnostne/zelene destinacije.**
3. PRODUKT: **Izboljšati konkurenčnost primarnih, razviti razlikovalne produkte in oblikovati zaokrožena destinacijska doživetja. *Izvesti celosten projekt investicij v javno in javno turistično infrastrukturo pod skupnim nazivom »Laško 1227«*⁸.**
4. PROMOCIJA: **Okrepiti promocijo, za bolj povezano, ciljano in vsebinsko-kreativno dodelano trženje.**
5. PODPORNO OKOLJE: **Razviti spodbudno podporno okolje za večjo konkurenčnost, kakovost, inovativnost in razvoj.**

⁷ Zelena shema slovenskega turizma bo poleg EU okoljske marjetice in Green Globe ponudila še druge mednarodne (priznane) certifikacijske sheme, med katerimi so nekatere tudi bolj »preproste«.

⁸ Letnica 1227 (7. november) je leto, ko je Laško prvič pisno omenjeno. Laško je postalo mesto ob svoji sedemstoletnici, leta 1927. Hkrati je leto 1227 leto, ko je posvečena cerkev kartuzije v Jurkloštru, ki jo je Babenberžan obnovil leta 1209.

Vrednote, na katerih temeljijo svoje delo destinacija in vsi deležniki

1. **ZDRAVO:** Predano skrbimo za zdravje in dobro počutje gostov, na sotočju dobrega.
2. **LOKALNO:** Črpamo iz zgodovine, tradicije, narave, lokalnih virov in ljudi, ki tu živijo.
3. **ZELENO:** Delujemo odgovorno do naravnega in družbenega okolja in razvijamo zelene produkte, na inovativen in avtentičen način.
4. **DOSTOPNO:** Razvijamo ponudbo, ki je dostopna za vse in še posebej nagovarjamo občutljive skupine – ljudi s posebnimi potrebami.
5. **GOSTOLJUBNO:** Vsi živimo s turizmom.

Naše vrednote



5. STRATEŠKI RAZVOJNI IN TRŽENJSKI MODEL

Katere so strateške smernice, po katerih delujemo? Na katera področja se bomo osredotočili – kaj so prioritete delovanja?

Shema št. 1: Prikaz odnosov med strateškimi opredelitvami (poslanstvo, vizija, trije sklopi ciljev, strateški model – 5 prioritete delovanja)



**Raven konkretnih ukrepov:
15 nosilnih (5 x 3) ter drugi**

5.1 Katere so krovne strateške smernice delovanja

5 KROVNIH RAZVOJNIH SMERNIC

Kako razvijamo destinacijo? Katerim razvojnim principom sledimo?

1. **Gradimo na nosilnih turističnih produktih**, ki so hrbtenica ponudbe in glavni motiv prihoda na destinacijo, **ob tem povezujemo obstoječo dodatno ponudbo v doživljajske integralne turistične produkte**, spodbujamo razvoj nove dodatne ponudbe in razlikovalnih avtentičnih produktov.
2. **Aktivno udejanjamo trajnostni razvoj ponudbe in destinacije**, spodbujamo razvoj avtentičnih produktov in dobrih zelenih praks.
3. **Destinacijo razvijamo na temeljih dostopnega turizma** – ne kot turistični produkt, ampak kot razvojni koncept.
4. **V razvoj in upravljanje turizma vključimo vse deležnike** in celotno območje.
5. **V sodelovanju z občino oblikujemo informacijski dostop do aktualnih razpisov/finančnih virov** in nudimo pomoč pri pridobivanju finančnih virov in drugih spodbud za uresničevanje podjetniških in razvojnih projektov.

5 KROVNIH TRŽENJSKIH SMERNIC

Kako tržimo destinacijo? Katerim krovnim trženjskim principom sledimo?

1. **Primarni motiv prihoda na destinacijo predstavlja nosilni turistični produkt – to je zdraviliška in termalna ponudba**; ob tem imamo tudi nekaj produktov, ki nagovarjajo jasne ciljne skupine (poslovni turizem, športniki na pripravah, poroke).
2. **Vsa ostala ponudba doživetij, ogledov/muzejev/znamenitosti, aktivnosti, prireditvev in kulinarike v destinaciji je izredno pomembna dodatna ponudba**, ki veča privlačnost bivanja zdraviliškega gosta – **in ključno je, da jo povežemo ter predstavimo tem gostom** (vključujemo tudi širše območje, regijo in Slovenijo).
3. **Ob primarnem motivu prihoda spodbujamo prihod enodnevnih gostov** (kulinarika, prireditve, aktivnosti, doživetja), **s čemer se tudi veča privlačnost destinacije za kratek oddih, in obseg nižnih gostov po produktih**.
4. **Posamezne atrakcije in ponudbe povezujemo v zaokrožena doživetja in jih ponujamo v obliki organiziranih doživetij in programov** (ki se jih gostje lahko udeležijo v organizirani obliki, lahko pa jim ti programi zgolj služijo kot namig, da si nato sami oblikujejo svoj obisk).
5. **Vsi ponudniki in drugi deležniki v destinaciji uporabljajo destinacijsko znamko Laško, Sotočje dobrega** – in se zavedajo, da je zaokrožena destinacija prihoda pomembna za povečanje privlačnosti njihove ponudbe.

5.2 Strateški razvojni model: 5 prioriteta in 3 ravni delovanja

STRATEŠKI RAZVOJNI MODEL Laško 2020 predstavlja strateški okvir za izboljšanje konkurenčnosti, prepoznavnosti in bolj učinkovito trženje destinacije Laško. Ključni razvojni izzivi, vizija in cilji so pretvorjeni v 5 ključnih razvojno-trženjskih prioriteta.

5 PRIORITET DELOVANJA

Model združuje tako razvojna kot trženjska prizadevanja na opredeljenih 5-ih strateških področjih (temah oziroma prioritetah, ki so medsebojno soodvisne):

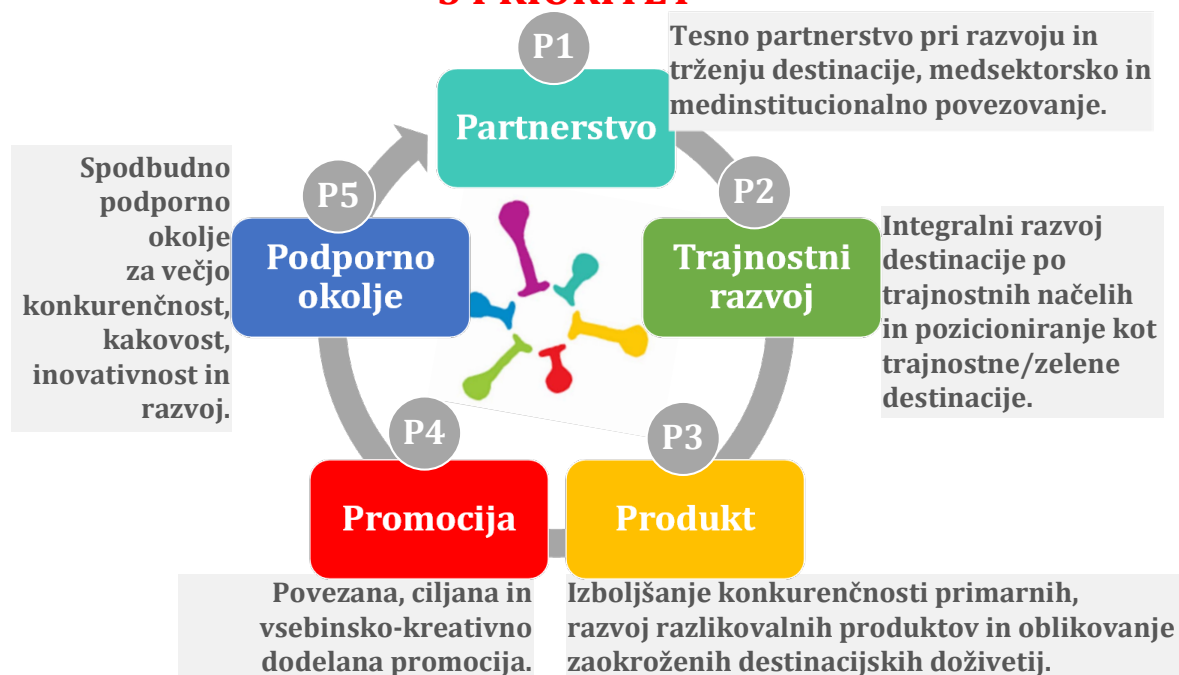
Kratko poimenovanje prioritete predstavlja razvojno področje (npr: PRODUKT), ob tem pa je opredeljen razvojni fokus (kam usmerjamo delo znotraj posamezne prioritete)

1. PRIORITETA 1: **PARTNERSTVO** = Tesno partnerstvo pri razvoju in trženju destinacije, medsektorsko in medinstitucionalno povezovanje.
2. PRIORITETA 2: **TRAJNOSTNI RAZVOJ** = Integralni razvoj destinacije po trajnostnih načelih in pozicioniranje kot zelene destinacije.
3. PRIORITETA 3: **PRODUKT** = Izboljšanje konkurenčnosti primarnih in razvoj razlikovalnih produktov ter oblikovanje zaokroženih doživetij.
4. PRIORITETA 4: **PROMOCIJA** = Povezana, ciljana in vsebinsko-kreativno dodelana promocija.
5. PRIORITETA 5: **PODPORNO OKOLJE** = Spodbudno podporno okolje za večjo konkurenčnost, kakovost, inovativnost in razvoj.

Shema št. 2: Prikaz strateškega razvojnega modela = 5 prioriteta delovanja

Strateški razvojni model Laško 2020:

5 PRIORITET

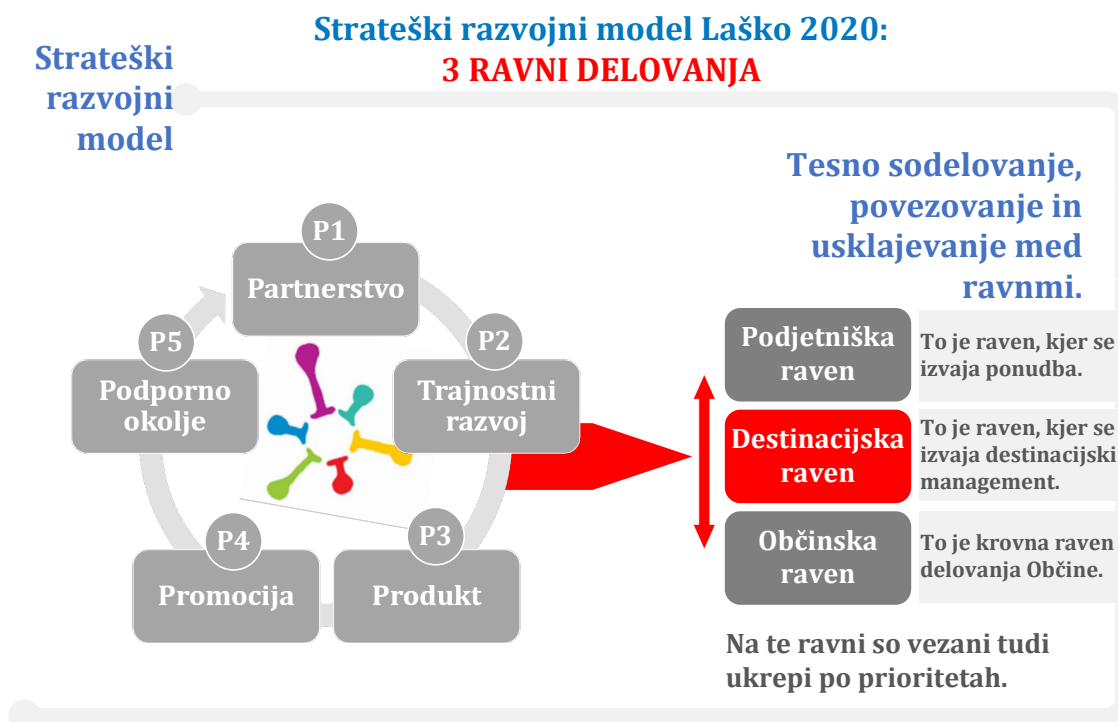


3 RAVNI DELOVANJA

Delo v okviru opredeljenih prioritete poteka usklajeno na treh ravneh, ki jih povezuje destinacijska management organizacija:

1. **PODJETNIŠKA RAVEN** = to je raven, kjer se izvaja ponudba (**posamezna turistična in s turizmom povezana podjetja oziroma ponudniki**).
2. **DESTINACIJSKA RAVEN** = to je destinacijska management organizacija, ki je odgovorna za izvajanje destinacijskega managementa (**STIK Laško**).
3. **OBČINSKA RAVEN** = to je krovna raven delovanja občine (**Občina Laško**).

Shema št. 3: Prikaz strateškega razvojnega modela = 3 ravni delovanja



>>> POMEMBNO:

Vsaka prioriteta je v celotnem dokumentu natančno razdelana (v podpoglavjih 10.4), vključno z ukrepi (ki so tudi v povzeti v akcijskem načrtu v prilogi povzetka).

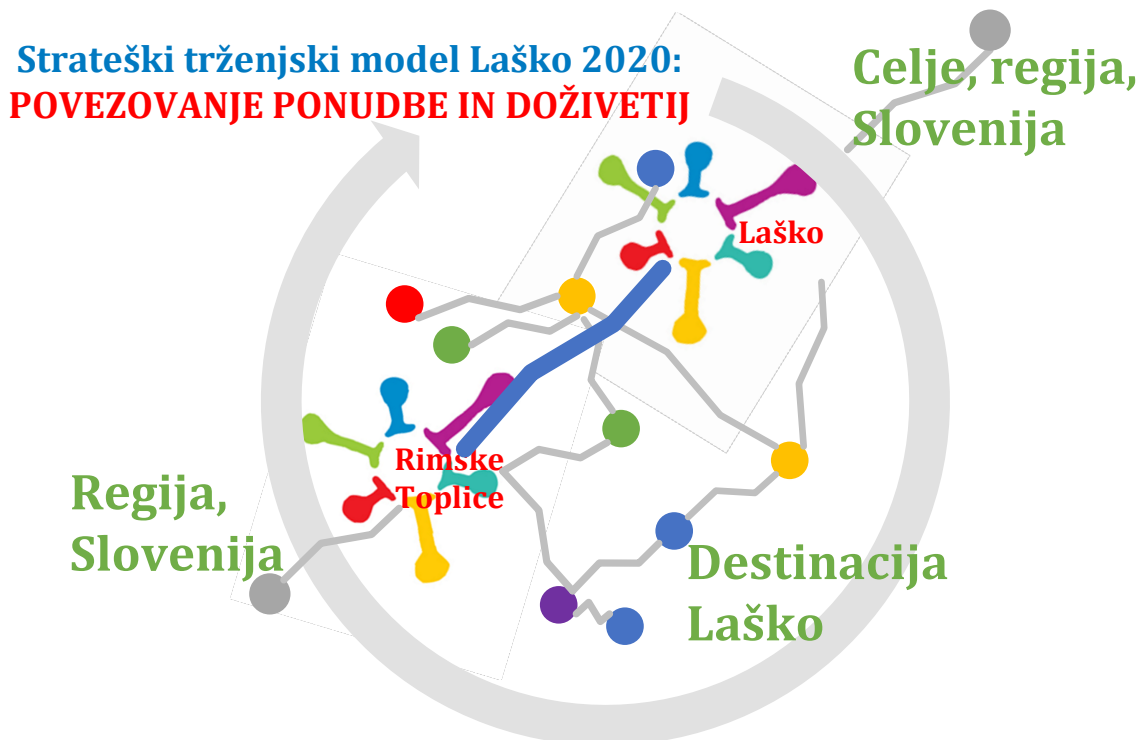
5.3 Strateški trženjski model

STRATEŠKI TRŽENJSKI MODEL Laško 2020 predstavlja krovni trženjski koncept = način, kako razvijamo destinacijske produkte ter kako komuniciramo in promoviramo destinacijo, na osnovi opredeljenih ključnih konkurenčnih prednosti destinacije Laško, ob upoštevanju trendov in principov delovanja zdraviliških destinacij v Sloveniji in tujini.

Spodnja shema prikazuje osnovo trženjskega modela:

- Ponudba ni razpršena. Imamo dva glavna turistična centra, ki predstavljata hrbtenico ponudbe v destinaciji, ki pa jo dodatno bogatijo destinacijska ponudba in aktivnosti.
- Destinacijske točke odkrivajo gostje, ki so že na destinaciji zaradi svojega osnovnega motiva prihoda, prihajajo pa vse bolj tudi zaradi destinacije kot celote – in aktivnosti/doživetij, ki jih nudi.
- Posamezni ponudniki, znamenitosti in doživetja na območju destinacije Laško so povezani – skozi programe, sistem priporočevanja in napotovanj in kakovostne informacije.
- Ti ponudniki/doživetja pa so lahko tudi osnovni motiv prihoda – z razvojem območja kot zaokrožene destinacije se ta del krepi.
- Ponudba se povezuje in vključuje tudi širše območje (Celje, regija, Slovenija).

Shema št. 4: Trženjski koncept: način povezovanja ponudbe in doživetij



6. PRODUKTNA STRATEGIJA

**Kakšna je produktna strategija – z vidika trženja in razvoja produktov?
Kaj so razvojne smernice po produktih?**

ČE POVZAMEMO IZHODIŠČA S PRODUKTNEGA VIDIKA, KI SO OSNOVA ZA OBLIKOVANJE PRODUKTNE STRATEGIJE: Imamo dva močna turistična ponudnika s konkurenčnim nosilnim produktom zdravstvenega turizma, medical wellnesa, wellnesa, kopanja v termah, pa tudi poslovnega turizma in vse bolj potencialnega nišnega produkta priprav športnikov v zdraviliščih – kar pomeni, da ima destinacija močne primarne produkte, tako z vidika privlačnosti trga za ta produkt kot tudi z vidika konkurenčnosti tega produkta v slovenskem in evropskem prostoru.

KLJUČNI RAZVOJNI FOKUS NA PODROČJU PRODUKTOV

Ob dejstvu, da je razvoj nosilnih produktov v prvi vrsti v rokah dveh osrednjih turističnih ponudnikov (in da so ti produkti že danes relativno dobro konkurenčni), je analiza produktov v destinaciji pokazala, da je potrebno razvojne destinacijske napore na področju produktov usmeriti bolj v:

- a. Razvoj dodatne ponudbe v destinaciji**, ki bo obogatila bivanje gostov, ki so že v destinaciji (spodbujanje nastanka novih ponudnikov in produktov, izboljšanje kakovosti obstoječe ponudbe, tako z vidika infrastrukture kot tudi storitev, spodbujanje inovativnih produktov, razvoj zelenih produktov);
- b. Razvoj razlikovalnih avtentičnih produktov**, ki črpajo iz tradicije ter naravnih in človeških virov na destinaciji, s čemer se bo destinacija razlikovala od drugih zdraviliških destinacij;
- c. Oblikovanje povezanih in zaokroženih destinacijskih doživetij** (povezati ponudbo v bolj zaokrožena doživetja in nadgraditi doživljajski vidik).

>>> Torej razvoj v smeri bolj doživljajskih, avtentičnih, razlikovalnih produktov, z zgodbami, ki bodo:

- V prvi vrsti pomagali k bolj privlačni ponudbi Laškega in **pripomogli k povečanju obsega povpraševanja;**
- **Ponudili osnovo za večje razlikovanje do drugih zdraviliških destinacij** (ne samo v Sloveniji, ampak tudi v srednjeevropskem prostoru)
- **Ter povečali privlačnost destinacije za prihod novih, tako stacionarnih kot enodnevnih gostov (tudi novi motivi prihoda).**

Kot četrto izmed PETIH STRATEŠKIH PRIORITET DELOVANJA smo zato opredelili PRODUKT: Izboljšanje konkurenčnosti primarnih, razvoj razlikovalnih produktov in oblikovanje zaokroženih destinacijskih doživetij.

Shema št. 5: Trženjski prikaz produktov - programskih sklopov za Laško

PRODUKTNI SKLOPI za Laško: trženjski koncept



Shema št. 6: Prikaz razvojnega produktnega koncepta za Laško



>>> **POMEMBNO:**

V celotnem dokumentu je produktna strategija (trženjski produktni koncept in razvojna strategija) natančno razdelana, poleg tega so za glavne destinacijske produkte v razvoju opredeljene produktne smernice in produktni načrt ukrepov za razvoj produkta (poglavje 12).

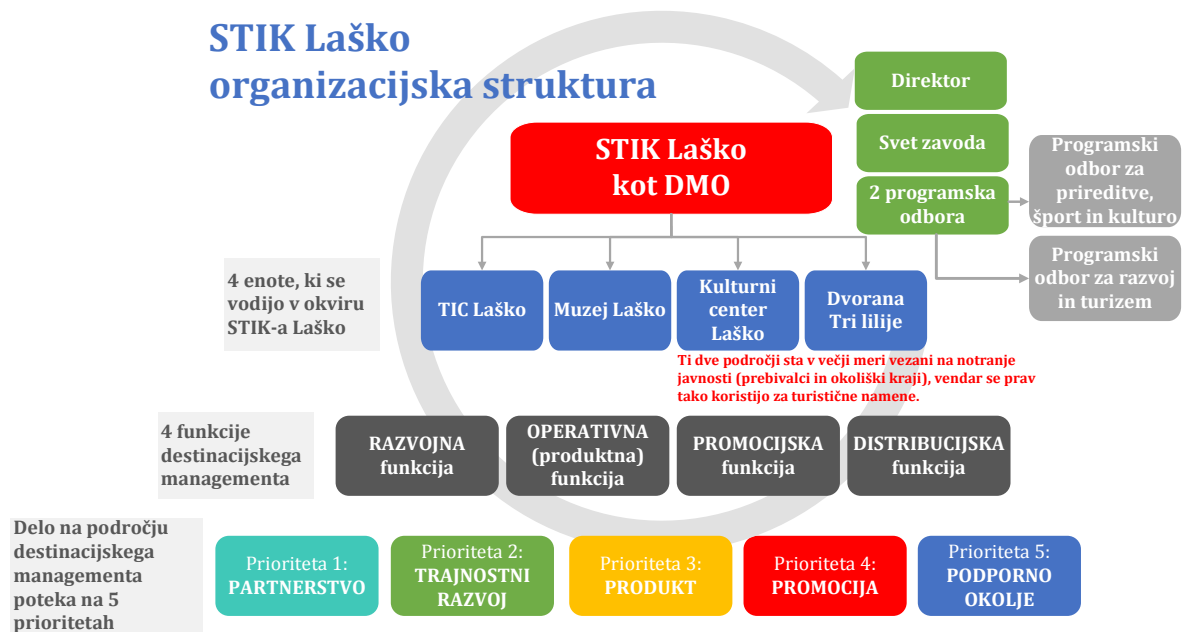
7. IZVAJANJE DESTINACIJSKEGA MANAGEMENTA IN STRATEGIJE

Kaj so naloge STIK-a Laško kot DMO (destinacijske management organizacije), na področju managementa destinacije?

Z novim strateškim obdobjem je velik poudarek na **vzpostavitvi in aktivnem delu na vseh štirih funkcijah destinacijskega managementa: razvojni, operativni, promocijski in distribucijski** (podrobneje so predstavljene v nadaljevanju).

STIK Laško aktivno upravlja turizem po petih ključnih področjih, prioritetah, kot smo jih opredelili v tem dokumentu, kot temelj razvojnega modela: partnerstvo, trajnostni razvoj, produkt, promocija, podporno okolje, **destinacijo pa upravlja v tesnem partnerstvu z deležniki iz javnega, zasebnega in nevladnega sektorja** (kot je opredeljeno v prioriteti 1: PARTNERSTVO).

Shema št. 7: Prikaz organizacijske strukture STIK-a Laško



Kdo je odgovoren za izvajanje strategije

Kot destinacijska management organizacija je **za izvajanje strategije odgovoren STIK Laško** – za celoten pregled nad udejanjanjem strateškega koncepta, po posameznih ukrepih pa so za izvajanje odgovorni opredeljeni nosilci (v sodelovanju s partnerji, ki so opredeljeni).

Strategija izpolnjuje tri sklope namenov:

- 1. STRATEŠKA RAVEN:** Predstavlja strateški razvojni in trženjski okvir: **podaja smernice za razvoj in trženje ponudbe na območju občine Laško (krovno in po produktih) ter način pozicioniranja destinacije.**
- 2. IZVEDBENA RAVEN:** Z akcijskim načrtom predstavlja osnovo za letne programe dela STIK Laško (v usklajenosti z delovanjem Občine Laško na področju turizma) – **ukrepi se vključujejo v letne programe dela, v odvisnosti od prioritet in razpoložljivih sredstev.**
- 3. Strategija ob tem predstavlja tudi neke vrste »smerokaz« za turistične ponudnike,** ki delujejo na območju – v katero smer razvijati ponudbo, kako se vključevati v integralne turistične produkte in doživetja na ravni destinacije in hkrati tudi kot pomoč za boljše razumevanje trgov, trendov in konkurenčnih prednosti turistične ponudbe Laškega in širše okolice.

Kako poteka spremljanje izvajanja strategije

STIK Laško na letni ravni pripravi **analizo izvajanja strategije**, ki jo skupaj s predlogom **načrta za naslednje leto najprej predstavi Programskemu odboru v okviru STIK-a Laško** (ki vključuje predstavnike iz turizma, športa, kulture, kmetijstva, okolja in prostora in drugih področij in deluje kot ključni strokovni odbor za povezovanje projektov, področij institucij; Ukrep: P1U2.2).

Analiza preteklega leta z načrtom za tekoče leto se predstavi tudi na širšem letnem delovnem srečanju vseh ključnih deležnikov v destinaciji (ki se izvaja v prvih dveh mesecih leta), s ciljem njihove aktivne vključitve v razvoj in trženje ponudbe destinacije (Ukrep: P1U2.3). **Obrazložitev na Programskem odboru in predstavitev na širšem letnem delovnem srečanju je osnova za predstavitev končnega predloga programa dela na najvišjem organu STIK-a Laško.**

Izvajanje strategije

Operativno se strategija izvaja prek projektov oziroma ukrepov, finančno pa prek umestitve projektov/ukrepov v vsakoletne Programe dela STIK-a Laško oziroma v primeru izvedbe projektov, vezanih na investicije v javno in javno turistično infrastrukturo (ki so identificirani v okviru regijskih in območnih razvojnih partnerstev) v vsakoletne Načrte razvojnih programov. **V primeru mehkih (neinvesticijskih) projektov se izdelava kratka projektna oziroma programska naloga** (poslovni načrt oziroma drug ustrezen dokument), **v primeru investicijskih projektov se pripravi investicijska dokumentacija** (predinvesticijska zasnova, investicijski program) **in izdelava projektno tehnične dokumentacije** (idejni projekt, projekt za pridobitev gradbenega dovoljenja, projekt za izvedbo in projekt za razpis).

Strategija razvoja in trženja turizma za občino Laško 2020

AKCIJSKI NAČRT

V akcijskem načrtu so za večjo preglednost povzeti ukrepi iz strateškega dokumenta.

Enako kot v osrednjem dokumentu so razporejeni po petih prioritetah, ki so temelj razvojnega modela: (1) PARTNERSTVO, (2) TRAJNOSTNI RAZVOJ, (3) PRODUKT, (4) PROMOCIJA in (4) PODPORNO OKOLJE – za vsako prioriteto so opredeljeni trije ključni projekti (skupaj 15 temeljnih projektov za realizacijo vizije in ciljev) ter več dodatnih.

Opredeljeni ukrepi so osnova za vključitev v letne programe (poslovne načrte) Zavoda STIK Laško, v odvisnosti od finančnih sredstev in človeških virov.



STIK Laško

APRIL 2015



KAZALO

1. UVODNO POJASNILO	3
2. PREDSTAVITEV UKREPOV PO PRIORITETAH	4
2.1 Prioriteta 1: PARTNERSTVO	4
2.2 Prioriteta 2: TRAJNOSTNI RAZVOJ	7
2.3 Prioriteta 3: PRODUKT	10
2.4 Prioriteta 4: PROMOCIJA	12
2.5 Prioriteta 5: PODPORNO OKOLJE	16
3. PREGLED NAČRTOVANIH RAZVOJNIH PROJEKTOV V JAVNO IN JAVNO TURISTIČNO INFRASTRUKTURO (OBČINA, SUBREGIJA, REGIJA) 2014-2020 - projekti pod skupnim nazivom »Laško 1227«	19

1. UVODNO POJASNILO

Akcijski načrt povzema ukrepe, kot so opredeljeni v dokumentu Strategija razvoja in trženja turizma za občino Laško 2020, po petih prioritetah:

1. PRIORITETA 1: **PARTNERSTVO** = Tesno partnerstvo pri razvoju in trženju destinacije, medsektorsko in medinstitucionalno povezovanje.
2. PRIORITETA 2: **TRAJNOSTNI RAZVOJ** = Integralni razvoj destinacije po trajnostnih načelih in pozicioniranje kot zelene destinacije.
3. PRIORITETA 3: **PRODUKT** = Izboljšanje konkurenčnosti primarnih in razvoj razlikovalnih produktov ter oblikovanje zaokroženih doživetij.
4. PRIORITETA 4: **TRŽENJE** = Povezano, ciljano in vsebinsko-kreativno dodelano trženje.
5. PRIORITETA 5: **PODPORNO OKOLJE** = Spodbudno podporno okolje za večjo konkurenčnost, kakovost, inovativnost in razvoj.

Shema: Prikaz strateškega razvojnega modela = 5 prioritet delovanja, po katerih so opredeljeni ukrepi



Prioritete so natančno pojasnjene v osrednjem dokumentu, v poglavju 12.

V nadaljevanju za vsako prioriteto povzamemo operativne cilje in nato ukrepe. Ukrepi so bili opredeljeni v okviru strategije na način, da se lahko v strateškem obdobju doseže zastavljena vizija in cilje, **vendar pa se lahko v načrtovalskem obdobju dodajajo tudi novi ukrepi oziroma spreminjajo obstoječi – strategija je namreč živ dokument, ki zahteva revizije in posodobitev glede na razmere na trgu.**

2. PREDSTAVITEV UKREPOV PO PRIORITETAH

2.1 Prioriteta 1: PARTNERSTVO



RAZVOJNI FOKUS v okviru P1 - PARTNERSTVO:
**Tesno partnerstvo
pri razvoju in trženju destinacije,
medsektorsko in medinstitucionalno
povezovanje.**

SPECIFIČNI CILJI v okviru prioritete (do 2020)

1. Vzpostaviti aktivna, delujoča, tesna partnerstva pri razvoju, upravljanju in trženju destinacije, ki bodo prinašala koristi za vse sodelujoče.
2. Doseči zavedanje pri vseh skupinah deležnikov, da smo skupaj močnejši, in hkrati ponuditi konkretne vzpode za povezovanje.
3. Skozi medsektorsko in medinstitucionalno povezovanje dosegati sinergije pri razvoju in trženju turistične ponudbe.

AKCIJSKI NAČRT (kaj moramo narediti)

TRIJE KLJUČNI UKREPI znotraj prioritete

Št.	Ukrep/aktivnost/projekt	Cilj in nosilec
1.	»LAŠKO ZA LAŠKO« (1) Letna tradicionalna prireditvev , kjer se (v središču Laškega na stojnicah) predstavijo vsi ponudniki in organizacije. = Ukrep: P1U1.1 (2) 1-krat letno študijsko potovanje za spoznavanje destinacijske ponudbe (še posebej za turistične delavce, ki prihajajo v stik z gostom in morajo poznati destinacijsko ponudbo). = Ukrep: P1U1.2	Vzpostaviti boljše medsebojno poznavanje (ljudje in ponudba), kot osnova za aktivnejše sodelovanje. Nosilec: STIK Laško, Partnerji: Občina Laško
2.	VZPOSTAVITEV ORGANIZACIJSKE PLATFORME ZA PARTNERSTVO (1) Vzpostavitev projektno-produktnih delovnih skupin (stalnih po produktih: (1) dostopni turizem ¹ , (2) med, (3) kulinarika, (4) aktivnosti, (5) kulturna in naravna dediščina ter dodatno za (6) trajnostni turizem; ostale so projektne). = Ukrep: P1U2.1	Okrepitev povezovanja področij, ljudi, projektov in institucij. Nosilec: STIK Laško Partnerji: Občina Laško, strokovna in nevladna združenja, društva in

¹ Izhajamo iz obstoječe skupine, ki že deluje pri Občini Laško.

	<p>(2) Ustanovitev Programskega odbora v okviru STIK-a Laško (ki vključuje predstavnike iz turizma, športa, kulture, kmetijstva, okolja in prostora in drugih področij in deluje kot ključni strokovni odbor za povezovanje projektov, področij institucij; okvirno 8 do 12 oseb). = Ukrep: P1U2.2</p> <p>(3) Širše letno delovno srečanje vseh ključnih deležnikov v destinaciji, kjer se naredi analizo preteklega leta, seznanjeni z novostmi, trendi in naredi načrt dela za naprej. To je osnova za letne izvedbene programe dela DMO. >>> Ukrep: P1U2.3</p>	<p>organizacije po produktih</p>
3.	<p>VZPOSTAVITEV »PARTNERSKE MREŽE« Razvoj partnerske mreže, v katero vstopijo vsi zainteresirani turistični ponudniki v Laškem. Vsi člani podpišejo partnersko pogodbo, s katero se zavežejo k sodelovanju (pogodba se podaljšuje na letni ravni, ko je potrjen Program dela STIK Laško za posamezno leto):</p> <ul style="list-style-type: none"> • uporaba destinacijske znamke Laško, • vključitev predstavitve destinacije v njihove kanale, • način sodelovanja (tudi sofinanciranja) v promocijskih brošurah in drugih trženjskih infrastrukturnih orodjih na ravni destinacije, • posebne cene v primeru, da gostijo novinarje/ organizatorje potovanj v okviru študijskih potovanj, • opredelitev sodelovanja v posameznih projektih, • posebne oblike sodelovanja (kot so »dnevi odprtih vrat«). <p>Jasno so tudi opredeljene koristi za člane. = Ukrep: P1U3</p>	<p>Vzpostaviti kakovostno partnersko mrežo ponudnikov in z jasno opredeljenimi odnosi olajšati sprotno usklajevanje funkcij destinacijskega managementa. Nosilec: STIK Laško Partnerji: turistični ponudniki</p>
OSTALI UKREPI		
4.	<p>PRIPRAVA STRATEGIJE KOMUNICIRANJA Z DOMAČINI IN MLADIMI Strategija natančno opredeli orodja/aktivnosti, skozi katere se domačine in mlade aktivneje vključi v razvoj destinacije in spodbuja k temu, da podajajo pobude ter da vidijo turizem kot pomemben generator ekonomske vrednosti in kakovosti življenja. = Ukrep: P1U4</p>	<p>Doseganje aktivnejše vključitve domačinov in mladih v razvoj turizma in identificiranjem z občino kot turistično občino. Nosilec: Turistično društvo Laško Partnerji: STIK Laško, Občina Laško</p>
5.	<p>VZPOSTAVITEV PARTNERSKE INFORMACIJSKE MREŽE Vzpostavitev informacijske mreže za pretok informacij, novosti, trendov, primerov dobrih praks (s pomočjo interne mreže in e-newslettrom); novice se pošiljajo 1-krat mesečno. Ukrep vključuje opredelitev</p>	<p>Izboljšanje informiranja in s tem vključenosti in sodelovanja partnerjev. Nosilec: STIK Laško</p>

	<p>koncepta newslettera, razvoj aplikacije in opredelitev vodje projekta. Dodatno se razvije oziroma prilagodi sistem za informiranje recepcijskih služb o novostih v destinaciji.</p> <p><i>= Ukrep: P1U5</i></p>	
6.	<p>NAČRTOVANJE JAVNE TURISTIČNE INFRASTRUKTURE Sodelovanje STIK-a Laško (preko Strokovnega sveta) z Občino Laško pri usklajevanju investicij v javno turistično infrastrukturo. Načrtovani projekti morajo slediti trženjskemu in produktnemu konceptu. Gre za redno koordinacijo.</p> <p><i>= Ukrep: P1U6</i></p>	<p>Aktivnejše sodelovanje pri načrtovanju in izvajanju aktivnosti za razvoj destinacije.</p> <p>Nosilca/partnerja: Občina Laško in STIK Laško</p>

2.2 Prioriteta 2: TRAJNOSTNI RAZVOJ



RAZVOJNI FOKUS v okviru P2 = TRAJNOSTNI RAZVOJ: **Integralni razvoj destinacije po trajnostnih načelih in pozicioniranje kot trajnostne/zelene destinacije.**

SPECIFIČNI CILJI v okviru prioritete (do 2020)

- 1. Vključitev v Zeleno shemo slovenskega turizma** in v okviru tega ocena po GSTR orodju (ETIS in GSTC indikatorji) – cilj je ocena nad 9.
- 2. Hitrejše uvajanje trajnostnih modelov, tako na ravni destinacije** (certifikat Slovenia Green Destination) **kot turističnih ponudnikov** (povečanje števila mednarodnih okoljskih znakov za nastanitvene objekte, z enega v letu 2015 na 10 v letu 2020²).
- 3. Postati vodilna zdraviliška destinacija za dostopni turizem v Sloveniji in Srednji Evropi.**

AKCIJSKI NAČRT (kaj moramo narediti)

Št.	Ukrep/aktivnost/projekt	Cilj in nosilec
1.	<p>VKLJUČITEV V ZELENO SHEMO SLOVENSKEGA TURIZMA (SLOVENIA GREEN)</p> <p>Vstop v Zeleno shemo slovenskega turizma (SLOVENIA GREEN) in v okviru tega ocena po GSTR orodju (ETIS in GSTC indikatorji); vstop je začetek aktivnega dela na uvajanju trajnostnega managementa na ravni destinacije.</p> <p>(1) Oblikovanje interdisciplinarne »Zelene skupine«.</p> <p>(2) Začetek dela; na osnovi pridobljenih podatkov po orodjih GSTR se oblikuje destinacijski načrt trajnostnega razvoja, ki je osnova za vse ukrepe.</p> <p>(3) Oblikuje se destinacijska zelena politika (Laško green policy) in pozove vse deležnike k podpisu.</p> <p><i>= Ukrep: P2U1 (vse aktivnosti so del skupnega projekta)</i></p>	<p>Implementacija trajnostnega managementa na ravni destinacije, pospešitev uvajanja trajnostnih poslovnih modelov na ravni ponudnikov in razvoj novih zelenih produktov.</p> <p>Nosilec: STIK Laško, tesno sodelovanje z Občino Laško</p> <p>Pomemben partner v projektu: Zelena skupina</p>
2.	<p>PRIPRAVA OPERATIVNEGA PRODUKTNEGA (RAZVOJNEGA in TRŽENJSKEGA) NAČRTA ZA DOSTOPNI TURIZEM za obdobje do 2020</p> <p><i>Predlagamo naslednje aktivnosti:</i></p>	<p>Izboljšanje konkurenčnosti in prepoznavnosti destinacije in ponudbe</p>

² Zelena shema slovenskega turizma bo poleg EU okoljske marjetice in Green Globe ponudila še druge mednarodne (priznane) certifikacijske sheme, med katerimi so nekatere tudi bolj »preproste« in s tem stimulativne.

	<p>(1) Analiza izvajanja Strokovnega načrta razvoja invalidskega turizma</p> <p>(2) Analiza in izbor primerov dobre prakse s področja dostopnega turizma (destinacija, atrakcije, tematske poti, nastanitveni objekti, produkti/doživetja).</p> <p>(3) Priprava njegove nadgradnje za obdobje do 2020 Obstoječi načrt predstavlja osnovo za razvoj ustrezne infrastrukture v občini za potrebe ljudi s posebnimi potrebami.</p> <p>(4) Potrebna je produktna in trženjska nadgradnja načrta, v skladu s strateškim produktnim konceptom turizma v občini ter v skladu s priporočili, kot izhajajo iz analize primerov dobrih praks.</p> <p>(5) Navezava na projekt urejanja dostopnosti na turističnih kmetijah. <i>= Ukrep: P2U2 (vse aktivnosti so del skupnega projekta)</i></p>	<p>na področju dostopnega turizma – cilje je postati vodilna destinacija za ljudi s posebnimi potrebami v Srednji Evropi. Nosilca: Občina Laško in STIK Laško</p>
3.	<p>SPODBUJANJE ZELENIH PRODUKTOV IN INOVACIJ</p> <p>(1) Razvoj orodij, s katerimi se bo sistematično spodbujalo razvoj novih zelenih produktov v destinaciji (trajnostni razvoj, zelene inovacije). <i>= Ukrep: P2U3.1</i></p> <p>(2) Zelena nagrada, ki na letni ravni prizna zelene dosežke. <i>= Ukrep: P2U3.2</i></p>	<p>Motiviranje ponudnikov za razvoj novih zelenih turističnih produktov. Nosilec: STIK Laško Partner: Občina Laško</p>
OSTALI UKREPI		
4.	<p>ZELENI TURISTIČNI PROGRAMI</p> <p>Oblikovanje zelenih turističnih programov (na osnovi obstoječih produktov povezati zeleno ponudbo in doživetja ter jih predstaviti kot zelene, tudi po parametrih trajnostnega turizma, ne zgolj zato, ker se odvijajo v naravi). Vključitev na splet. <i>= Ukrep: P2U4</i></p>	<p>Okrepitev trženja destinacije kot zelene turistične destinacije. Nosilec: STIK Laško</p>
5.	<p>ZELENE TURISTIČNE PRIREDITVE</p> <p>Opredelitev razvojnih ukrepov, s katerimi se bo spodbujalo razvoj trajnostnih rešitev na področju večjih turističnih prireditev. Vključitev kriterijev v razpis za sofinanciranje prireditev in predstavitev organizatorjem prireditev. <i>= Ukrep: P2U5</i></p>	<p>Izvajanje prireditev v Laškem v skladu z načeli trajnostnega razvoja, za čim manjši negativni vpliv na okolje. Nosilec: STIK Laško Partnerji: Občina Laško in organizatorji prireditev</p>
6.	<p>DOSTOPNE (IN EKO) TURISTIČNE KMETIJE</p> <p>Delo na izobraževanju, motiviranju in nudenju podpore za razvoj turističnih kmetij za dostopni in trajnostni turizem (certifikat eko turistična kmetija). <i>= Ukrep: P2U6.1</i></p>	<p>Zagotoviti razvoj dostopnosti in trajnostne ponudbe tudi na podeželju. Nosilca: Občina Laško</p>

	Priprava in prijava projekta za dostopne turistične kmetije preko LAS Raznolikost podeželja (svetovanje za prilagajanje/ureditev objektov, oblikovanje programov, študijski ogledi, svetovanje za pridobitev naziva Invalidom prijazna turistična kmetija, izobraževanje ponudnikov). ³ = Ukrep: P2U6.2	Partnerji: Občina Laško, na področju eko znakov pa v sodelovanju s KGZS Celje – Izpostava Laško in ZTKS
7.	ZELENA SREČANJA V LAŠKEM Thermana Laško že ima vzpostavljene principe delovanja za zelene poslovne dogodke – vključiti tudi destinacijski vidik, razširiti zelene standarde na destinacijo (tudi na druge ponudnike). = Ukrep: P2U7	Povečanje razlikovalnosti in konkurenčnosti na področju poslovnih srečanj. Nosilec: STIK Laško Partnerji: Thermana Laško, Rimske Terme
ZELO POMEMBNO! Začetek dela z orodjem SLOVENIA GREEN (temelječe na globalnem orodju GSTR za ocenjevanje trajnostnosti turističnih destinacij) je izredno pomembna osnova, da se aktivnosti/ukrepi, ki iz tega izhajajo (ki jih opredelimo na osnovi analize stanja po vseh sklopih trajnostnih indikatorjev), vključujejo v vsakoletni program dela STIK-a Laško in drugih deležnikov (še posebej Občine Laško). Vsako leto se v okviru priprave programa dela STIK-a Laško na osnovi stanja (kvantitativnih ocen) po posameznih indikatorjih opredeli cilje in na te cilje veže aktivnosti/ukrepe.		

³ V času priprave strategije še ni bil oblikovan program LAS, ampak je januarja potekala identifikacija projektov – projekt »Turizem za vse (dostopni turizem) na turističnih kmetijah Slovenije«, ki ga je za LAS Raznolikost pripravila Občina Laško, je sicer naletel na dober odziv.

2.3 Prioriteta 3: PRODUKT



RAZVOJNI FOKUS v okviru P3 = PRODUKT: **Izboljšanje konkurenčnosti primarnih, razvoj razlikovalnih produktov in oblikovanje zaokroženih destinacijskih doživetij.**

SPECIFIČNI CILJI v okviru prioritete (do 2020)

1. Z nudenjem učinkovitega podpornega okolja **spodbujati večjo konkurenčnost obstoječe ponudbe, oblikovati zaokrožena destinacijska doživetja in spodbuditi razvoj novih ponudb in produktov.**
2. **Razviti in povezati prepoznavne razlikovalne turistične produkte**, z uporabo zgodb, pretvorjene v privlačna doživetja, po meri različnih ciljnih skupin.
3. **Razviti 10 prepoznavnih in trženjsko uspešnih TOP destinacijskih programov.**

AKCIJSKI NAČRT (kaj moramo narediti)

Št.	Ukrep/aktivnost/projekt	Cilj in nosilec
1.	<p>RAZVOJNO DELO NA KLJUČNIH DESTINACIJSKIH PRODUKTIH</p> <p>Na osnovi opredeljenih razvojno-trženjskih smernic (v podpoglavjih 12.4 po produktih kot tudi krovnega razvojno-trženjskega koncepta destinacije) se pripravijo operativni produktni razvojno-trženjski načrti in aktivno dela na njihovi implementaciji (letno se vključuje aktivnosti v Program dela STIK-a Laško oziroma med razvojne projekte Občine Laško): sistematično razvojno delo za 5 destinacijskih produktov (dostopnost, kulinarika, čebelarstvo oziroma medene zgodbe, aktivnosti, kulturna & naravna dediščina, ob tem pa tudi sistematično razvija zeliščarski produkt).</p> <p>= <i>Ukrep: P3U1, navezava na P1U1</i></p> <p><i>Za opredeljene ukrepe po produktih glej poglavje 12.3 (povzeto spodaj).</i></p>	<p>Izboljšati privlačnost destinacijskih produktov in s tem konkurenčnost destinacije.</p> <p>Nosilec: STIK Laško</p> <p>Partnerji: Delo preko delovnih skupin; vsaka skupina ima vodjo</p>
2.	<p>OŽIVITEV STAREGA MESTNEGA JEDRA LAŠKEGA</p> <p>Priprava načrta oživitve mestnega jedra Laškega, z »mehkimi vsebinami« (dogodki in prireditve, povezovanje turistične ponudbe, oblikovanje doživetij ...),</p>	<p>Oživitev starega mestnega jedra in aktivnejša vključitev v turistično ponudbo.</p>

	vzpostavi se povezava s projektom ureditve starega mestnega jedra Laško (kot je opredeljen v poglavju 10.4.6), projektom priprave internega komuniciranja z domačimi javnostmi (ukrep P1U4) in drugimi projekti.	Nosilec: Občina Laško Partnerja: STIK Laško in TD Laško
3.	IZBOLJŠANJE KONKURENČNOSTI PRIREDITEV KOT TURISTIČNEGA PRODUKTA Pripraviti kratko analizo stanja, oblikovati piramido prireditev, standarde kakovosti (izredno pomembno: vključiti tudi standarde za zelene prireditve), oblikovati 2 do 4 ključna prireditvena obdobja (in vezati več manjših prireditev na nosilno temo po teh obdobjih) ter iskati točke razlikovanja. Standarde vključiti v vse prireditve, ki se sofinancirajo preko STIK Laško in Občine Laško; vzpostaviti tudi navezavo na sistem kakovosti (produktna znamka Laško Quality – tudi prireditve lahko pridobijo to znamko kakovosti). = Ukrep: P3U2, navezava na P1U5 (zelene prireditve) in P5U1 (Laško Quality)	Izboljšati kakovost in turistično privlačnost ter ekonomske učinke prireditev. Nosilec: STIK Laško (Programski odbor za prireditve) Delo s pomočjo Programskega odbora za prireditve.
4.	IZDELAVA CELOSTNEGA KONCEPTA ZA TURISTIČNE SPOMINKE IN IZDELKE Pripraviti kratko analizo stanja, oblikovati sistem spominkov in prodajnih izdelkov (piramido), standarde kakovosti in pripraviti načrt njihovega umeščanja na prodajna mesta (TIC Laško in druga prodajna mesta pri ponudnikih). Vključitev znamke Laško Quality. = Ukrep: P3U3, navezava in P5U1 (Laško Quality)	Povečati preglednost in trženjsko privlačnost krovnih destinacijskih spominkov oziroma prodajnih izdelkov, v podporo komuniciranju laških zgodb. Nosilec: STIK Laško
KLJUČNI UKREPI PO PRODUKTIH V RAZVOJU		
Konkretni ukrepi so dodatno vezani na posamezne produkte, kot so opredeljeni v produktnih načrtih v poglavju 12.3. Na tem mestu povzemamo ključne/nosilne ukrepe.		
5.	DELOVNE SKUPINE ZA: dostopni turizem, čebelarstvo, kulinariko, aktivnosti ter naravno & kulturno dediščino = Ukrep: P1U1.2	
6.	PRIPRAVA OPERATIVNEGA PRODUKTNEGA (RAZVOJNEGA in TRŽENJSKEGA) NAČRTA ZA DOSTOPNI TURIZEM za obdobje do 2020 = Ukrep: P1U1.2	
7.	VKLJUČITEV DOSTOPNEGA TURIZMA V PREDSTAVITEV DESTINACIJE <i>Več v poglavju 12.3.1</i>	
8.	Projekt RAZVOJ ČEBELARSKEGA TURIZMA V OBČINI LAŠKO <i>Več v poglavju 12.3.2</i>	
9.	LAŠKA PIVOVARSKA POT <i>Več v poglavju 12.3.2</i>	
10.	CELOVITA PRENOVA KOMPLEKSA JURKLOŠTER <i>Več v poglavju 12.3.2</i>	
11.	INTEGRALNI TURISTIČNI PRODUKT ZELIŠČARSKE DEDIŠČINE <i>Več v poglavju 12.3.2</i>	
12.	OKUSI LAŠKO/LAŠKEGA (delovni naziv projekta): Oblikovanje lokalne gastronomske piramide in produktne znamke <i>Več v poglavju 12.3.3</i>	

>>> Glej tudi poglavje 3, kjer je podan pregled načrtovanih razvojnih projektov v javno in javno turistično infrastrukturo (občina, subregija, regija) 2014-2020.

2.4 Prioriteta 4: PROMOCIJA



RAZVOJNI FOKUS v okviru P4 = PROMOCIJA: **Povezana, ciljana in vsebinsko-kreativno dodelana promocija destinacije.**

SPECIFIČNI CILJI v okviru prioritete (do 2020)

1. **Izboljšati prepoznavnost Laškega kot zaokrožene destinacije prihoda.**
2. **Skozi vsebinsko, tehnično in kreativno dodelana trženjska infrastrukturna orodja **bolj jasno in privlačno** komunicirati zgodbo, produkte in identiteto destinacije.**
3. **Učinkovito združevanje promocijskih sredstev na ravni destinacije** in usmerjanje teh sredstev v učinkovit promocijskih splet, z uporabo sodobnih orodij.

AKCIJSKI NAČRT (kaj moramo narediti)

Št.	Ukrep/aktivnost/projekt	Cilj in nosilec
TRIBE KLJUČNI UKREPI		
1.	<p>PRIPRAVA IN DISTRIBUCIJA »BRAND BOOKA«:</p> <p>(1) Predstavitev zgodbe, znamke in celostne grafične podobe destinacijske znamke Laško, arhitekture znamk (v odnosu do znamke I feel Slovenia in znamke ponudnika) in AKTIVNO UPRAVLJANJE ZNAMKE.</p> <p>(2) Distribucija Brand booka.</p> <p>(3) Sprememba korporativne znamke STIK-a Laško v smeri krovne destinacijske znamke (za doseganje sinergij).</p> <p><i>= Ukrep: P4U1</i></p> <p><i>>>> Produktne znamke (s področja kakovosti in kulinarike) so opredeljene v okviru prioritete št. 5: PODPORNO OKOLJE.</i></p>	<p>Doseči, da vsi deležniki uporabljajo skupno znamko Laško in tako prispevajo k prepoznavnosti destinacije (in svoje ponudbe). Vzpostaviti učinkovito upravljanje znamke.</p> <p>Nosilec: STIK Laško</p>
2.	<p>PRENOVA/NADGRADNJA KLJUČNIH TRŽENJSKIH INFRASTRUKTURNIH ORODIJ</p> <p>Orodja morajo odsevati zgodbo, identiteto in tržno (produktno) pozicioniranje destinacije, moramo biti sodobna in v skladu z najnovejšimi tehničnimi rešitvami.</p> <p>(1) Destinacijski portal: tehnična in vsebinska nadgradnja spletnega portala www.lasko.info ter ustrezna integracija portala STIK Laško v destinacijski portal. Primernost za uporabo na mobilnih platformah (odzivni design).</p>	<p>Razviti sodobna in kakovostna orodja za izboljšanje učinkovitosti trženja in povečanje prihodov na destinacijo.</p> <p>Nosilec: STIK Laško</p>

	<p>= Ukrep: P4U2.1</p> <p>(2) Brošure: priprava učinkovitega sistema (tri ravni: prva krovna raven destinacijske brošure, druga produktna raven (ključni produkti), tretja raven priložnostnih brošur, vezanih na prireditve/sezone), s postopno implementacijo).</p> <p>= Ukrep: P4U2.2</p> <p>(3) Foto banka: priprava baze kakovostnih imidž in produktnih fotografij in video klipov.</p> <p>= Ukrep: P4U2.3</p> <p>(4) Družbeni mediji: vzpostavitev in upravljanje nekaj dodatnih ključnih družbenih platform (ob Facebook tudi Instagram, Pinterest, LinkedIn, Foursquare ...).</p> <p>= Ukrep: P4U2.4</p> <p>>>> <i>Smernice za orodja so podane v poglavju 13.3.</i></p>	
3.	<p>PRIPRAVA IN TRŽENJE DESTINACIJSKIH PROGRAMOV</p> <p>(1) Top organizirana doživetja: Že vzpostavljen sistem organiziranih ogledov (<i>knjižica Muzeji, galerije in vodene izleti</i>) nadgraditi še z nekaj bolj doživljajsko nadgrajenimi moduli, vključiti tudi nekaj regijskih točk in slovenskih ikon ter okrepiti trženje (razviti sistem top 10 destinacijskih, 5 regijskih, 5 slovenskih) – te programe preko svojih kanalov komunicirajo tudi ponudniki, saj jim dvigujejo privlačnost. Tekom leta so na voljo po povpraševanju, v glavnih sezonskih špicah pa se izvajajo po tedenskem urniku. Organizator/izvajalec je STIK Laško, v sodelovanju z raznimi izvajalci – agencijami.</p> <p>= Ukrep: P4U3.1</p> <p>(2) Doživetja za različne ciljne skupine: Ob temeljnih destinacijskih doživetjih se razvijejo tudi posebna doživetja, za različne ciljne skupine: otroci, naravoslovni dnevi, vrtci ...</p> <p>= Ukrep: P4U3.2</p> <p>(3) Incentive programi: Razvije se 5 do 10 razlikovalnih incentive doživetij, ki nagovarjajo podjetja (kot dopolnilna ponudba v času kongresov ali kot osnova za incentive in team-building programe).</p> <p>= Ukrep: P4U3.3</p>	<p>Razviti privlačne destinacijske programe, v podporo trženju destinacije in za povečanje števila prihodov na destinacijo.</p> <p>Nosilec: STIK Laško</p>
OSTALI UKREPI		
4.	<p>IMPLEMENTACIJA SISTEMA ZGODB</p> <p>(1) Uvajanje zgodb kot trženjskega orodja, ki vključuje pripravo zgodb in razvoj doživetij po zgodbah.</p> <p>Razvoj in implementacija krovne zgodbe: Na osnovi podanih smernic za krovno zgodbo se zgodba natančno</p>	<p>Uporaba zgodb kot orodja za povečanje trženjske privlačnosti destinacije.</p> <p>Nosilec: STIK Laško</p>

	<p>opredeli oziroma »napiše« (kreativno ubesedenje zgodbe, priprava foto gradiv in priprava načrta razvoja zgodbe kot doživetja). Sledi implementacija zgodbe v vsa trženjska orodja (splet, brošure, program). Krovna zgodba je vključena v Brand book.</p> <p>= Ukrep: P4U4.1</p> <p>(2) Popis posameznih mikro zgodb: Inventarizacija in izbor posameznih mikro zgodb in njihova ubeseditev ter implementacija v orodja (v času bivanja na destinaciji).</p> <p>= Ukrep: P4U4.2</p> <p>(3) Razvoj krovne destinacijske maskote: Na osnovi zgodbe in ključne junakinje/junaka se razvije turistična maskota kraja.</p> <p>= Ukrep: P4U4.3</p> <p>(4) Izobraževanje ponudnikov za vodenje z uporabo zgodb</p> <p>= Ukrep: P4U4.4</p>	
<p>5.</p>	<p>PRIPRAVA SISTEMA »TOP« (ZNAMENITOSTI, DOŽIVETIJ in IZLETOV)</p> <p>(1) TOP 5 (do 10 izletov) po Laškem (nekajurnih): izbor iz obstoječih, po potrebi prenova, nadgradnja, razvoj.</p> <p>(2) TOP 5 destinacijskih programov (nekajdnevni).</p> <p>(3) TOP 5 naravnih znamenitosti v Laškem: izbor, opis in fotografije.</p> <p>(4) TOP 5 kulturnih znamenitosti v Laškem: izbor, opis in fotografije.</p> <p>(5) TOP 5 aktivnih doživetij (<i>things to do</i>) v Laškem: izbor, opis in fotografije.</p> <p>(6) TOP 5 idej za odkrivanje regije: izbor, opis in fotografije.</p> <p>= Ukrep: P4U5</p>	<p>Bolj osredotočeno komuniciranje ponudbe, v podporo lažjemu odločanju obiskovalcev.</p> <p>Nosilec: STIK Laško</p>
<p>6.</p>	<p>VZPOSTAVITEV NAVZKRIŽNEGA TRŽENJA NA OBMOČJU</p> <p>Oblikovati sistem za kroženje in pretočnost gostov, napotovanja in priporočila: potrebno je pripraviti navodila in izvesti izobraževanje ponudnikov.</p> <p>= Ukrep: P4U6, navezava na P1U1</p>	<p>Povečanje pretočnosti gostov po destinaciji za večjo povezanost ponudbe in večji obisk.</p> <p>Nosilec: STIK Laško</p> <p>Partnerji: Partnerska mreža</p>
<p>7.</p>	<p>POSEBNE PROMOCIJE – DNEVI ODPRTIH VRAT: Uvedba sistema »odprtih vrat«, po produktih (glej gornje smernice, točka 7).</p>	<p>Povezati ponudbo, jo sistematično predstaviti in pospeševati prodajo.</p> <p>Nosilec: STIK Laško</p> <p>Partnerji: Turistični ponudniki (delo poteka</p>

		preko produktnih delovnih skupin)
8.	LETNI IZVEDBENI NAČRTI PROMOCIJSKIH AKTIVNOSTI Letna priprava operativnega načrta promocijskih aktivnosti, v jesenskih mesecih, za naslednje leto, v sodelovanju s ključnimi ponudniki. = Ukrep: P4U7	Združevanje sredstev in aktivno usklajevanje skupnih aktivnosti. Nosilec: STIK Laško Partnerji: Thermana Laško in Rimske Terme
9.	DESTINACIJSKA PREDSTAVITEV ZA PONUDNIKE Priprava kratke destinacijske predstavitve (zgodba, krovno pozicioniranje, doživetja) za ponudnike – v več jezikih , s podporo fotografij, da jo vključijo v svoje kanale (portal, brošure, e-mail komuniciranje ob usklajevanju povpraševanja). = Ukrep: P4U8	Učinkovitejše komuniciranje destinacijske ponudbe s strani ponudnikov. Nosilec: STIK Laško
10.	NEWSLETTER za KONČNE UPORABNIKE (TURISTE) Oblikovanje sistema priprave in distribucije personaliziranih in hitrih informacij, tako imenovanih newslettrov – B2C (do končnih uporabnikov) , na katere se lahko naročajo obiskovalci spletne strani in so s tem informirani o novostih in posebnih ponudbah. = Ukrep: P4U10	Vzpostaviti sistem rednega obveščanja o novostih in posebnih ponudbah na ravni destinacije. Nosilec: STIK Laško
>>> Za promocijsko strategijo (trgi in smernice po promocijskih orodjih) glej poglavje 13.		

2.5 Prioriteta 5: PODPORNO OKOLJE



RAZVOJNI FOKUS v okviru P5 = PODPORNO OKOLJE:

Spodbudno podporno okolje za večjo konkurenčnost, kakovost, inovativnost in razvoj.

OPERATIVNI CILJI v okviru prioritete (do 2020)

1. **Povečati konkurenčnost ponudbe skozi dvig kakovosti** ponudbe in storitev s podporo produktne znamke Laško Quality.
2. **S projekti razvoja javne in javne turistične infrastrukture povečati konkurenčnost turistične ponudbe.**
3. **Vzpostaviti vse funkcije destinacijskega managementa.**

AKCIJSKI NAČRT (= kaj moramo narediti)

Št.	Ukrep – aktivnost	Cilj in nosilec
TRIBE KLJUČNI UKREPI znotraj prioritete		
1.	ZNAK KAKOVOSTI (LAŠKO QUALITY) Razvoj kolektivne znamke oziroma znaka kakovosti za ponudnike na območju, s ciljem povečanja kakovosti ponudbe in storitev. = <i>Ukrep: P5U1</i> >>> Smernice za kolektivno znamko so podane v poglavju 12.2.4.	Pospesevanje kakovosti ponudbe in storitev: prehranski pridelki in izdelki, spominki, doživetja, nastanitve ...). Nosilec: STIK Laško
2.	LAŠKO INFO IN PRODAJNI KOTIČKI Vzpostavitev info in prodajnih koticov pri ponudnikih (ki so člani partnerske mreže ponudnikov) in drugih ključnih partnerjih v destinaciji, po enotni oblikovni predlogi stojala oziroma vitrine, ki komunicira znamko Laško. = <i>Ukrep: P5U2</i>	Izboljšati informiranje, povečati pretočnost in potrošnjo. Nosilec: STIK Laško
3.	MERJENJE ZADOVOLJSTVA (1) Izvedba rednih letnih anket o merjenju zadovoljstva obiskovalcev s ponudbo na destinaciji (primerjava rezultatov med leti in oblikovanje ukrepov na osnovi rezultatov); vzorec vsaj 300. (2) Vključitev vprašanja o kakovosti/pestrosti destinacijske ponudbe v vprašalnike o zadovoljstvu na ravni ponudnikov.	Pridobiti kakovostne kvalitativne podatke o zaznavah obiskovalcev s ponudbo destinacije. Nosilec: STIK Laško (v sodelovanju s ponudniki)

	= Ukrep: P5U3	
OSTALI UKREPI		
4.	TURISTIČNI KAZALNIKI Oblikovanje sistema spremljanja pomembnih turističnih kazalnikov, ki jih ne spremlja SURS – in vzpostavitev potrebne podpore za pridobitev podatkov (turistična potrošnja, dnevni obiskovalci in drugo). = Ukrep: P5U4	Pridobiti podatke po ključnih kategorijah (enodnevni obiskovalci, potrošnja). Nosilec: STIK Laško
5.	PRENOS DOBRIH PRAKS IN RAZISKAV Spremljanje raziskav (sekundarnih – preko STO in s pomočjo razpoložljivih relevantnih sekundarnih raziskav, ki so na voljo on-line), povzemanje in diseminacija (diseminacija preko newslettera, ki je opredeljen v ukrepu P1U5 – vsak mesec se obdela kakšen primer dobre prakse in vključi zanimive raziskave), izvajanje študijskih potovanj . Poseben poudarek na temah/produktih, ki se razvijajo v destinaciji. = Ukrep: P5U5	Izboljšanje kakovosti ponudbe s pomočjo učenja od primerov dobrih praks in razpolaganjem s kakovostnimi podatki.
<p>>>> <i>Izvajanje destinacijskega managementa (naloge so predstavljene v poglavju 14).</i></p> <p>>>> V okviru prioritete št. 2 (TRAJNOSTNI RAZVOJ) smo opredelili ukrepe za spodbujanje razvoja novih zelenih produktov in inovacij (kar je tudi podporno okolje) = Ukrep: P2U3.1</p>		
<p>V okviru te prioritete se med Občino Laško, STIK-om Laško, pa tudi drugimi partnerji usklajujejo in izvajajo projekti:</p> <p>A. Javne investicije v turistično (in komunalno) infrastrukturo, ki so sestavni deli programov dela na ravni občin:</p> <p><i>Ti projekti so vezani na investicije s strani Občine Laško ter razvojne programe regije in območnega razvojnega partnerstva in vključujejo projekte, kot so:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Ureditev in obnova starih mestnih jeder, fasad, urbanih elementov mest, kot so parki, klopi in drugi elementi urbanih ambientov in vaških naselij. Ureditev in še posebej pomembno tudi vzdrževanje javne turistične infrastrukture. Sistemi trajnostne mobilnosti (zmanjšanje cestnega prometa v mestnem jedru, povečanje varnosti za kolesarje in pešce – v mestu in še posebej z vzpostavitvijo kolesarske povezave med Celjem in Laškim). Prometne ureditve vaških jeder in mirujočega prometa na območjih javnih objektov po naseljih, v sodelovanju s krajevnimi skupnostmi. Izboljšanje železniških povezav in njihova promocija za turistične namene; vključevanje v programe, ki so oblikovani za turista, ki na območje pride z javnim prometom. Prenova športno-rekreacijske infrastrukture in objektov (prioritetno prenova dvorane Tri lilije; da ustreza standardom športnih priprav za športnike, tudi za potrebe športnikov invalidov ter za izvedbo raznih športnih in plesnih prvenstev). Uvedba spodbud za oživljanje ponudbe mestnega jedra v Laškem prek postopne spremembe politike najemnin, celostne promocije ponudbe mesta in spodbud za 		

naložbe v »hiše z namenom in dejavnostjo«, ki prispevajo h kakovostni in pestrejši ponudbi.

- h.** Celostna ureditev Savinje kot rekreacijske zelene poti (ureditev nabrežij, klopi, fitness na prostem, gostinska ponudba, informacijske table, igrala ...).
- i.** Ureditev prostora (počivališča) za avtodome.
- j.** Električne polnilne postaje.
- k.** Drugi projekti na ravni občine.

B. Zasebne investicije v turistično infrastrukturo in objekte (poudarek na nastanitvenih zmogljivostih, zasebni investitorji):

- a.** Prenova (v smeri trajnostne arhitekture in izboljšanja energetske učinkovitosti), programska razširitev in izgradnja novih nastanitvenih zmogljivosti; investicije naj gredo v smeri manjših butičnih hotelov, penzionov, gostišč, turističnih kmetij, hostla in kampa).
- b.** Podpora (oblikovanje spodbudnega okolja) vzpostavitvi številnih manjših programov dodatne in dopolnilne turistične ponudbe destinacije (to je eden pogojev za večjo dinamiko na ponudbeni strani).

C. Javno-zasebne investicije v turistično infrastrukturo in objekte, ki vključuje naslednje vrste projektov:

- a.** Izgradnja ali prenova športnih in rekreacijskih programov in objektov.
- b.** Prenova delov ali stavb starega mestnega jedra s turističnimi vsebinami.
- c.** Promocija in ozaveščanje okolja za vlaganja v turizem in prazne objekte kulturne dediščine (v sodelovanju z lastniki prek objave ponudbe objektov, izdelave in objave predštudij in alternativnih rešitev možne rabe le-teh).

3. PREGLED NAČRTOVANIH RAZVOJNIH PROJEKTOV V JAVNO IN JAVNO TURISTIČNO INFRASTRUKTURO (OBČINA, SUBREGIJA, REGIJA) 2014-2020 - projekti pod skupnim nazivom »Laško 1227«

»Laško 1227«

predstavlja krovni naziv za izredno pomembne razvojne projekte v turistično in turistično javno infrastrukturo v Občini Laško, ki so opredeljeni za novo programsko obdobje 2014-2020 – ki se morajo izvesti v tem obdobju za povečanje konkurenčnosti Laškega.

1227 (7. november 1227) je leto, ko je Laško prvič pisno omenjeno kot trg, to je v Listini Leopolda VI. z dne 7. novembra 1227. Laško je postalo mesto ob svoji sedemstoletnici, leta 1927, ko je dne 17. julija kralj Aleksander I. podpisal dekret, s katerim je proglasil Laško za mesto. Hkrati je leto 1227 leto, ko je posvečena cerkev kartuzije v Jurkloštru, ki jo je Babenberžan obnovil leta 1209.

»... Vse to daje kraju obeležje malega a ličnega mesteca, kateremu želimo za bodočnost polnega razvita in najlepšega prospeha« (Ilustrirani Slovenec, tedenska priloga »Slovenca«, z dne 16. oktobra 1927; o Laškem, ki je bilo tega leta povzdignjeno iz trga v mesto)

Kot osrednji projekt opredeljujemo projekt Savinje.

Laško živi v prostoru, kjer je glavni povezovalni dejavnik voda, tako v smislu reke Savinje, s katero so izkušnje včasih bolj bridke (poplave), na drugi strani pa se vse dogajanje navezuje in odvija ob reki.

Reka Savinja (1) s svojim prevladujočim vplivom v prostoru daje osnovni vpliv delovanju območja Laško tako v dobrem kot v manj dobrem, (2) termalna voda (zdraviliško – wellness destinaciji Laško in Rimske Toplice – reka deluje povezovalno in v svojem osnovnem principu – to je toku povezuje dva strateška zdraviliško – wellness bisera) in (3) varjenje in proizvodnja piva in ostalih proizvodov iz vode, ki je izjemne kakovosti.

Reka Savinja s svojimi priložnostmi nudi razvoj turistične ponudbe na reki in v obvodnem prostoru za vse vrste turistične dejavnosti v najširšem smislu (supanje, čolnarjenje, jadranje, splavarjenje, ribiška prvenstva, pohodništvo, kolesarjenje, prireditveni festivalski prostori, prostori za rekreacijo ob reki, gostinske vsebine ...).

Vzdolž reke se načrtuje umestitev protipoplavnih ukrepov, kot so energetski objekti, visokovodni nasipi, zidovi, sistemi za urejanje zalednih voda, ki bodo blažili in pozitivno učinkovali na visoke vode Savinje.

Ob primerni infrastrukturni ureditvi reke Savinje z energetskimi objekti in navezavami drugih elementov s skrbno izbranimi urbanimi elementi, ki pomenijo tudi poplavno izboljšanje razmer, bodo dani dobri pogoji za razvoj novih turističnih športnih in rekreativnih panog.

Skrbna urejenost obvodnega sveta pomeni priložnost za začetek novih turističnih prizorišč in podlaga za razvoj in povečanje ponudbe in prepoznavnosti območja Laško.

Sinergija vseh novih elementov bo pomenila osnovo za razvoj novih vsebin, programov, doživetij in povečanje konkurenčnosti območja.

V nadaljevanju povzemamo ukrepe/projekte za območje, kot so opredeljeni:

- 1. V Območnem razvojnem programu Osrednje Celjsko 2014-2020** (Območno razvojno partnerstvo Osrednje Celjsko; osnutek, marec 2014);
- 2. V Regionalnem razvojnem programu Savinjske razvojne regije za obdobje 2014-2020** (RASR, Razvojna agencija Savinjske regije, 2014).

POMEMBNO UVODNO POJASNILO: Gre za predlog načrtovanih projektov. Realizacija je odvisna od razpoložljivih oziroma dodeljenih finančnih sredstev.

Predlagani RAZVOJNI PROJEKTI v Območnem razvojnem programu Osrednje Celjsko 2014-2020 – področje turizma in s turizmom povezana področja

Tabela št. 6: Pregled načrtovanih projektov s področja turizma in povezanih področij za občino Laško – realizacija je odvisna od razpoložljivih sredstev

<i>Projekt</i>	<i>Kratek opis projekta</i>	<i>Vrednost</i>	<i>Nosilec</i>
Turistična cona Šmohor	1. Faza: Prva faza zajema ureditev in označitev že obstoječe ponudbe. Potrebno je ureditev parkirišča, postavitve označevalnih tabel. 2. Faza: Druga faza zajema širši turistični razvoj z ureditvijo in označitvijo tematskih poti. 3. Faza: Nadaljevanje razvoja Šmohorja z vključitvijo ponudbe »Camloh« in nadgradnja na športnem in adrenalinskem področju. Tretja faza je odvisna od sprotnega razvijanja infrastrukture na Šmohorju.	100.000 EUR	Subjekti zasebnega prava, društva
Vzpostavitev Geoparka	Narediti analizo obstoječega stanja že izdelane ponudbe na območju bodočega geoparka; pripraviti načrt za povezovanje le-te v enotno, skupno ponudbo v okviru geoparka; zasnovati celostno podobo geoparka za promocijo na turističnem tržišču; urediti nekaj že evidentiranih geoloških lokacij; seznaniti in motivirati lokalno prebivalstvo za	300.000 EUR	STIK Laško

	sodelovanje v projektu in jim predstaviti priložnosti za dodatno dejavnost ali ponudbo v njihovi izvedbi; izdelati smernice za izbor novih geoloških atrakcij in ostale ponudbe, značilne za način življenja na območju nastajajočega geoparka in enakomerne ponudbe zainteresiranih posameznikov s celotnega področja; ter na koncu vključiti novonastali Geopark Posavske gube v svetovno mrežo geoparkov pod okriljem UNESCO-a.		
Tematske pohodne poti in poti, primerne za kolesarje	Na območju občine Laško so tematske pohodne poti razvrščene glede na vrsto in njene značilnosti ter tematiko. Tako so poti razvrščene v tri glavne skupine in sicer: športno-rekreativne poti, tematsko-turistične poti, naravoslovne in učne poti. Občina Laško v sodelovanju z zavodom STIK Laško skrbi za primerno urejenost, vzdrževanje in označitev poti z usmerjevalnimi tablami ter za izdelavo promocijskega materiala.	300.000 EUR	STIK Laško
Vzpostavitev »Ljudske zvezdarne« v graščini Širje	Projekt zajema vzpostavitev naravoslovno-astronomske centra oziroma observatorija »Ljudske zvezdarne« na lokaciji graščine Širje.	350.000 EUR	Občina Laško
Promocija in trženje turistične ponudbe občine Laško	Namen projekta je povečati turistično prepoznavnost in atraktivnost mesta Laško in občine. Predmet investicije zajema ureditev javnih površin na Trubarjevem nabrežju.	2.450.000 EUR	Občina Laško
Promocija in organizacija festivala Laško	Projekt Festival Laško je namenjen popestritvi kulturnega dogajanja v občini Laško (za turiste in domačine). V projektu se prepletajo družinske, športne, kulinarčne, družabne in glasbene ponudbe. Zajema igralni del, vodne predstavitve, posamezna dogajanja (različni koncerti, delavnice, ...). Projekt bo večleten, najmanj za dobo 5 let.	400.000 EUR	Thermana Laško
Razvoj čebelarskega	Namen projekta je nadgraditi in povezati obstoječo ponudbo	100.000 EUR	STIK Laško, društva

turizma v občini Laško	čebelarstva turizma v destinaciji ter razviti in oblikovati integralni apituristični produkt. >>> Več v produktnih smernicah za produkt čebelarstva v poglavju 12.3.2		
Celovita prenova kompleksa Jurklošter	Projekt zajema ureditev spodnjih prostorov objekta Pristava, namenjenih za obiskovalce in turiste, ureditev velikega križnega hodnika zeliščnih vrtov, mostu, sprehajalne poti do centra Jurkloštra ter izgradnjo prizidka k objektu Pristava.	800.000 EUR	Občina Laško
Ureditev starega mestnega jedra Laško	Projekt zajema celovito prenavo ulic in trgov v severnem osrednjem delu starega mestnega jedra Laško, kar bo izboljšalo atraktivnost mestnega in zgodovinskega jedra Laškega. Uredile in razširile se bodo pohodne in zelene površine v starem mestnem jedru, kar bo vplivalo na povečan obisk turistov in s tem izboljšalo pogoje za turistično dejavnost in gostinstvo, spodbudila pa bo tudi razvoj podjetniškega okolja.	400.000 EUR	Občina Laško
Ureditev vaških jeder: Zidani Most, Rečica, Šentrupert, Jurklošter, Sedraž	V sklop ureditve vaških jeder se načrtuje izgradnja pločnikov in javne razsvetljave, kanalizacije, parkirišč, ureditev in postavitve nove urbane opreme ter izgradnja avtobusnih postajališč.	1.525.000 EUR	Občina Laško
Tematske pohodne poti v občini Laško	Enako kot pri <i>Tematske pohodne poti in poti, primerne za kolesarje</i>	150.000 EUR	STIK Laško
Vzpostavitev trgovskih točk (tržnic, trgovinic), z lokalno pridelanimi pridelki in izdelki v obliki tržnic lokalnih produktov (v občinah Laško, Štore, Vojnik, Dobrna)	Namen projekta je vzpostavitev lokalnih tržnic in manjših trgovinic, kjer bodo lahko lokalni prebivalci, obiskovalci in turisti na enem mestu kupovali lokalne pridelke in izdelke. Lokalne tržnice in trgovinice bodo zagotovile prodajni kanal z nizko maržo, temelječ na načelih pravične trgovine, lokalnim ponudnikom omogočale učinkovitejšo prodajo ter hkrati spodbujale lokalne prebivalce k nakupu lokalno pridelanih pridelkov in izdelkov. V okviru projekta se bodo hkrati promovirale lokalne blagovne	100.000 EUR	Laško, Vojnik, Dobrna, Štore

	<p>znamke kot tudi razvijale nove skupne blagovne znamke, s pomočjo katerih bodo lahko potrošniki prepoznavali nakup lokalnih produktov z območja občin Laško, Štore, Vojnik, Dobrna in Celje.</p>		
<p>V preteklosti so bile pripravljene strokovne podlage za širitev turistične dejavnosti za sledeče komplekse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Območje za rekreativno turistično dejavnost na območju Caffè park-a v Sp. Rečici pri Laškem, št.: proj.45/06 IUP d.o.o., november 2006 (Subjekti zasebnega prava). • Območje za turistično, športno in rekreacijsko dejavnost na Lisci v povezavi z občino Sevnica in KŠTM iz Sevnice, št. proj 07124-00, december 2007 Savaprojekt d.o.o. (Občina Laško in občina Sevnica). • Območje širitve turistične dejavnosti kompleksa Thermane d.d. na levi breg reke Savinje pod Hum (depandanse). št. proj. 142/05, September 2005, marec-maj 2006, RC Planiranje d.o.o. (Subjekti zasebnega prava). 			

Drugi IDENTIFICIRANI RAZVOJNI PROJEKTI za obdobje 2014-2020 v Občini Laško

- Protipoplavni ukrepi (nasipi, mostovi, energetski objekti).
- Doživljajski, adrenalinski park na levi strani reke Savinje – Thermana d.d., cca. 400.000.
- Vodni turizem (supanje, čolnarjenje, jadrnanje, splavarjenje, ribiška prvenstva, pohodništvo, kolesarjenje, prireditveni festivalski prostori), cca. 200.000.
- Ureditev Kampa pri ribniku Marof, cca. 100.000.
- Projekt ohranitve dediščine oglarjenja na območju, cca. 20.000,00 EUR.
- rudarska dediščina, cca. 40.000 EUR.
- Dopolnilna oziroma dodatna dejavnost na podeželju (domača hrana, spanje na kozolcu, učenje ljudskega petja, obujanje starih šeg in običajev), cca. 40.000 EUR.
- Projekt dnevi frajtonaric (Glasbena šola), cca. 10.000 EUR.
- Šmohor – parkirišče in nogometno igrišče, cca. 100.000 EUR.

Predlagani RAZVOJNI PROJEKTI v RRP Savinjske regije 2014-2020 – področje turizma in s turizmom povezana področja

Tabela št. 7: Pregled načrtovanih projektov s področja turizma in povezanih področij v regiji Savinjska – izbor relevantnih za destinacijo Laško

Projekt	Prioriteta	Vrednost	Nosilec
Prehransko samooskrbna Dežela Celjska	Prehransko samooskrbna regija	600.000 EUR	Osrednja Celjska

Trajnostni turizem Dežele Celjske	Turizem za regijski preboj	75.829.698 EUR	Občine Osrednje Celjske
Kolesarsko omrežje Savinjske regije	Trajnostno mobilna Savinjska regija	31.000.000 EUR	RASR, občine Savinjske regije, DRSC