

STRATEGIJA TURIZMA ZA OBČINI SOLČAVA IN LUČE 2030



JAVNA PREDSTAVITEV PREDLOGA
29. oktober 2024

Logarska dolina
Solčavsko
harmonija treh dolin



KAKO JE POTEKALO DELO (junij 2023 – jesen 2024)

Sklop 01

ANALIZA in
DIAGNOZA
STANJA



Sklop 02

VIZIJA in CILJI



Sklop 03

STRATEGIJA
in RAZVOJNI
MODEL



Sklop 04

AKCIJSKI
NAČRT
(POLITIKE-UKREPI)



Sklop 05

OKVIR
IZVAJANJA



PARTICIPATIVNI PRISTOP, KI VKLJUČI VSE DELEŽNIKE V DESTINACIJI in podpira vse faze strategije

Zaradi poplav avgusta 2023
smo časovnico prilagodili

IZVEDENIH 8
INTERVJUJEV



1. POGLOBLJENI INTERVJUJI

(individualni poglobljeni intervjuji
s predstavniki ključnih skupin
deležnikov/produktov, odločevalci)

2. SPLETNA ANKETA med ponudniki

IZVEDENA
december 23-
januar 24



3. DELO PO TREH TIPIH SKUPIN - delavnice in usklajevanja (več srečanj, po fazah)

2 DELAVNICI:
1. junij 2023
19. junij 2024

A.
Operativna
DELOVNA
SKUPINA
(uvodna delavnica in
usklajevanja)

B.
STRATEŠKA
SKUPINA
(občini – ključna
področja, predstavniki
ponudnikov in drugih
organizacij)
= 2 DELAVNICI

2 DELAVNICI:
28. november 2023
15. februar 2024

C.
PONUDNIKI
= 2 DELAVNICI

Dodatno izvedeni 2
DELOVNI SREČANJI:
20. februar 2024
odbor za upravljanje
KP
9. maj 2024 srečanje
z lastniki/prebivalci

D.
KP LOGARSKA
DOLINA
= 2 SREČANJA
(naknadno)



29. oktober
2024

4. PREDSTAVITEV JAVNOSTI

Objava predloga in
predstavitve SS, ponudnikom
in širši zainteresirani javnosti

29. november 2024

5. SPREJEM NA ob-svetih OS&OL

Skupna izredna seja

SKLOP 1



KJE SMO –
analiza stanja in povzetek v
obliki SWOT analize in ključnih
izzivov

OBČINI V ŠTEVILKAH



■ Solčava ■ Luče
■ Savinjska



VisitSaleska

<https://www.visitsaleska.si>



LAS
Zgornje Savinjske
in Šaleške doline



RAZVOJNA
AGENCIJA
SAŠA

Zgornji del Savinjske tvori

Zgornja Savinjska dolina – ki jo kot 'vodilno destinacijo' upravlja Razvoja agencija SAŠA.

SAŠA ZGORNJO SAVINJSKO DOLINO VODI PREKO 2 ZNAMK:



visitsavinjska.com
<https://visitsavinjska.com>



VisitSaleska
<https://www.visitsaleska.si>

Solčava

103 km²

= 4,5 % Savinjske regije, 0,5 % Slovenije, 69. mesto po površini

526 prebivalcev

= 0,2 % Savinjske, 0,02 % Slovenije, 210. mesto po prebivalcih

Na km² je živel povprečno **5 prebivalcev**, s čemer je občina Solčava najredkeje poseljena občina v Sloveniji (slovensko povprečje je 103 prebivalci na km²).

kazalnik razvitosti občin 2024-2025

Skupaj
SOLČAVA &
LUČE:

213 km²

1.996

prebivalcev

Luče

110 km²

= 4,7 % Savinjske regije, 0,54 % Slovenije, 59. mesto po površini

1.470 prebivalcev

= 0,56 % Savinjske, 0,02 % Slovenije, 195. mesto po prebivalcih

Na km² je živel povprečno **13 prebivalcev**.

0,88 = glede na kazalnik razvitosti občin 2024-2025

SAVINJSKA
REGIJA

Velika, raznolika
regija, 31 občin,
po velikosti četrta
največja, po
prebivalcih tretja v
Sloveniji

TURISTIČNA UMESTITEV – v MAKRO DESTINACIJO

4



ALPSKA
SLOVENIJA



MEDITERANSKA
& KRAŠKA SLOVENIJA



TERMALNA PANONSKA
SLOVENIJA



LJUBLJANA &
OSREDNJA SLOVENIJA

MAKRO
DESTINACIJE (MD)

DOSEDANJE STANJE
(krovna slovenska
strategija 2017-2021)

35 VODILNIH
DESTINACIJ
(VD)

36 DESTINACIJSKIH
PARTNERJEV
(DMO)
DESTINATION MANAGEMENT
ORGANISATION



11

1. Bled
2. Kranjska Gora
3. Bohinj
4. Dolina Soče
5. Radovljica
6. Cerklje
7. Kranj
8. Maribor – Pohorje
9. Rogla – Pohorje
10. **Zgornja Savinjska dolina**
11. Koroška



8

1. Portorož/Piran
2. Izola
3. Koper
4. Ankaran
5. Zeleni kras (Kras)
6. „Matični“ Kras (Kras)
7. Nova Gorica in Vipavska dolina
8. Brda



10

1. Pomurje
2. Podčetrtek
3. Ptuj
4. Rogaška Slatina
5. Dobrna
6. Laško
7. Celje
8. Velenje, Topolšica (Šaleška dolina)
9. Dolenjska – z Novim mestom ter Šmarješkimi in Dolenjskimi Toplicami
10. Čatež in Posavje



6

1. Ljubljana
2. Kamnik
3. Cerklje na Gorenjskem
4. Kočevsko
5. Bela krajina
6. Škofja Loka in Idrija

Model se v novi krovni strategiji slovenskega turizma (2022-2028) ohranja, a destinacije se bodo delile na
PERSPEKTIVNE DMO III VODILNE DMO II REGIJSKE DMO

SOLČAVA

4 naselja:

**Logarska dolina, Robanov Kot,
Podolševa**

in občinsko središče **Solčava**.



LUČE

6 naselij:

**Konjski Vrh, Krnica, Podveža,
Podvolovljek, Raduha in Strmec**

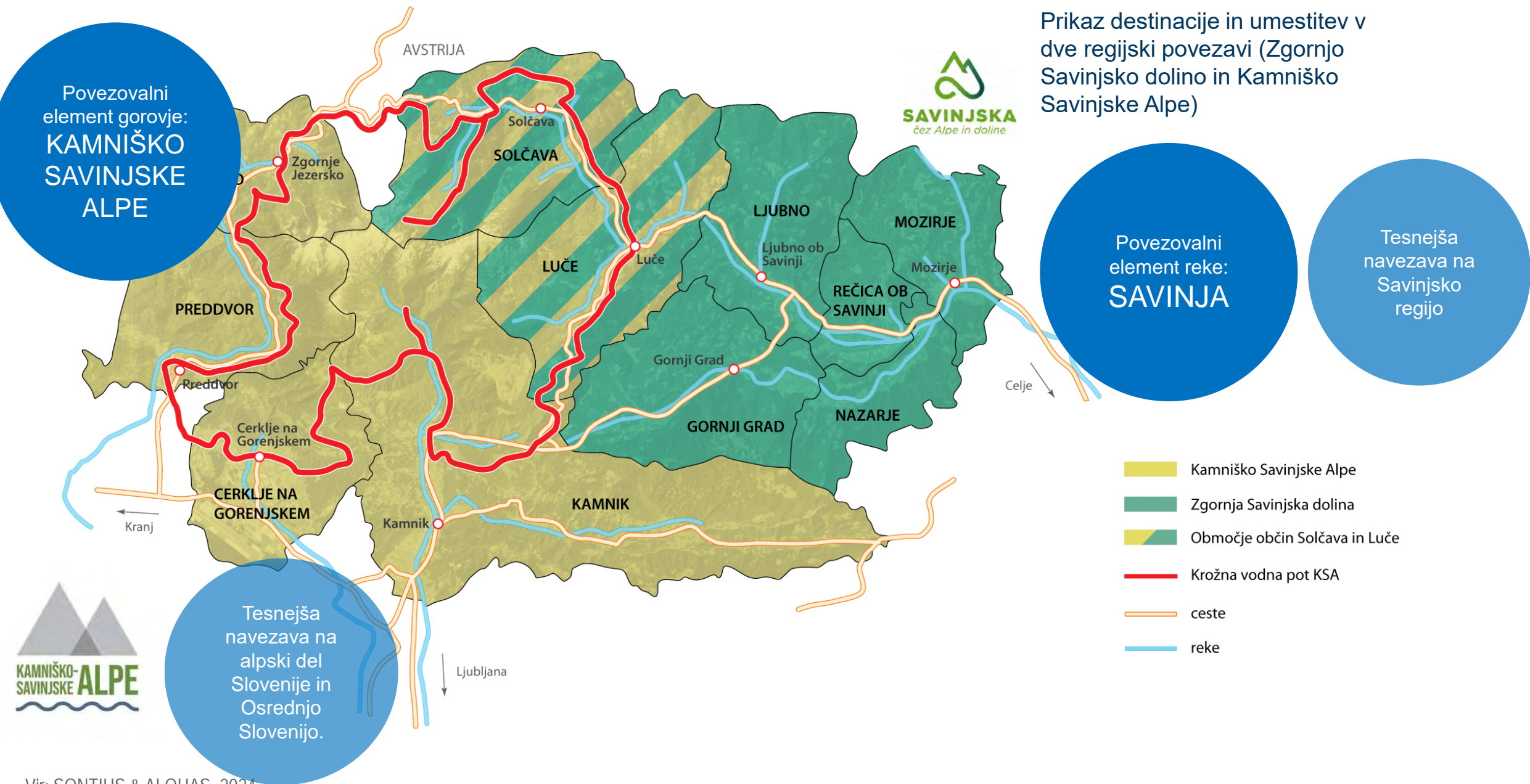
in občinsko središče **Luče**



Območje ima odmaknjeno lego in predstavlja zaključek Zgornje Savinjske doline. Cestna povezava iz štajerske smeri je preko Luč, iz ljubljanske smeri je dostopno preko Kamnika in prelaza Volovljek, iz Koroške pa preko Pavličevega sedla iz Koroške Bele (Avstrija) in po panoramski cesti iz Črne na Koroškem.

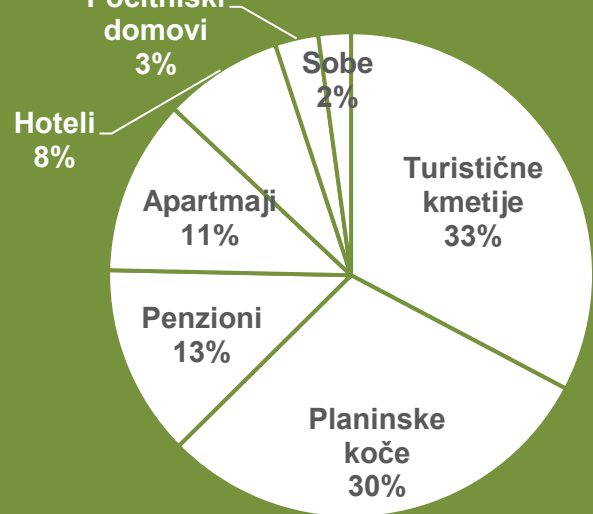
Koncept 4 vzporednih dolin in 2 gorskih vasic ter 2 krajinskih parkov.

DESTINACIJA SE POVEZUJE V OKVIRU DVEH REGIJSKIH POVEZAV

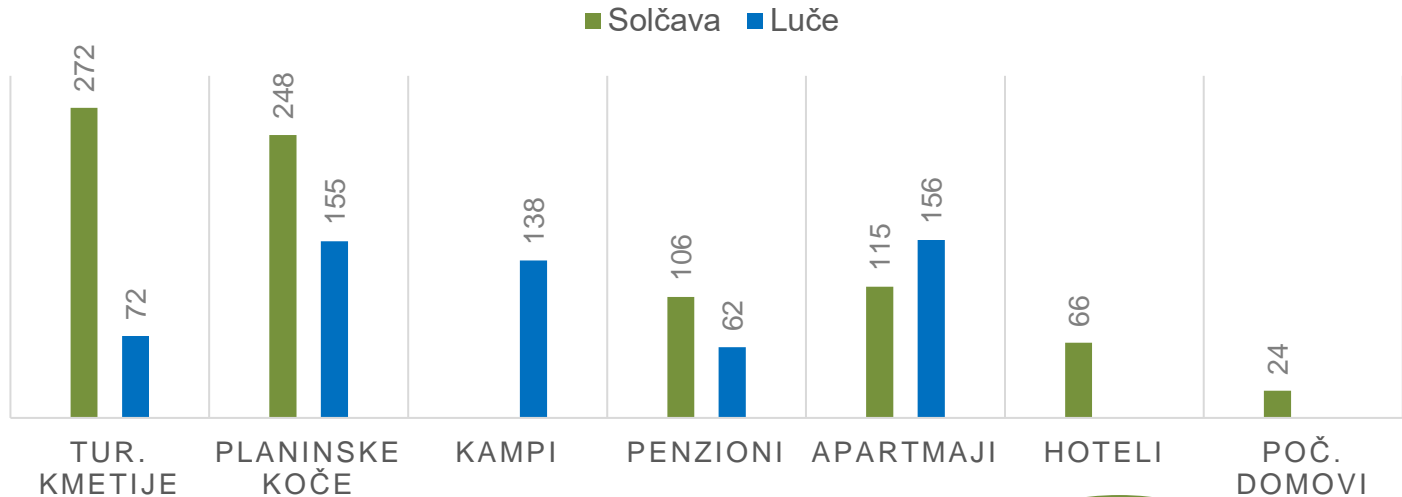


NASTANITVENE ZMOGLJIVOSTI Solčava-Luče 2023

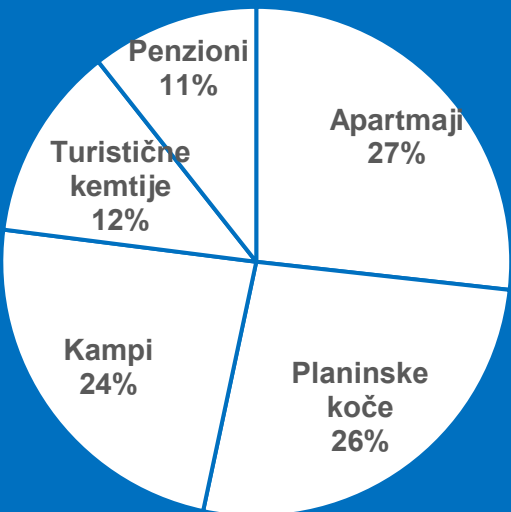
STRUKTURA KAPACITET SOLČAVA



PRIMERJAVA STRUKTURE KAPACITET SOLČAVA - LUČE (2022)



STRUKTURA KAPACITET LUČE

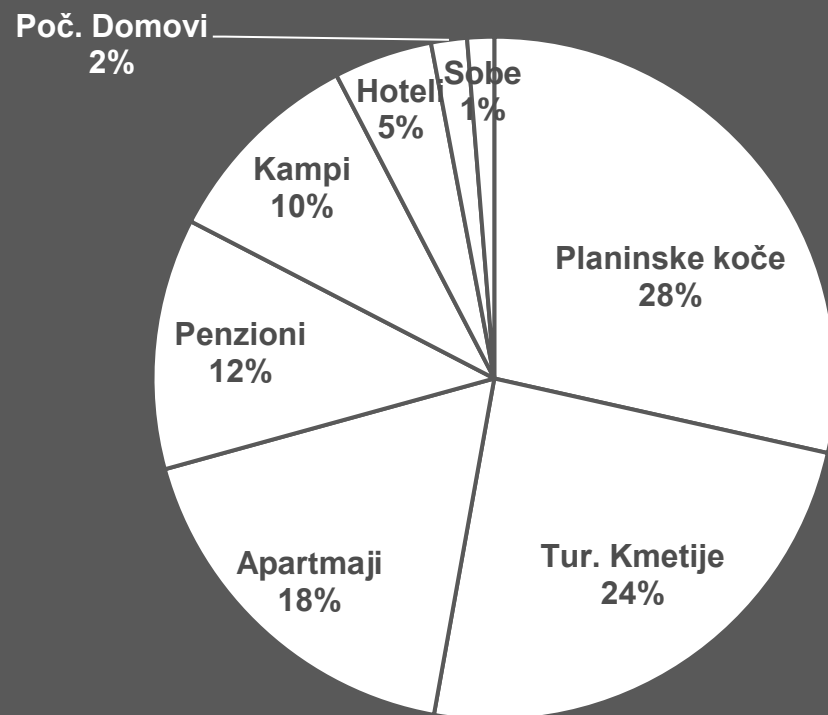


	Solčava	Luče
Turistične kmetije	272	72
Planinske koče	248	155
Kampi		138
Penzioni	106	62
Apartmaji	115	156
Hoteli	66	
Poč. domovi	24	
SKUPAJ	831	583

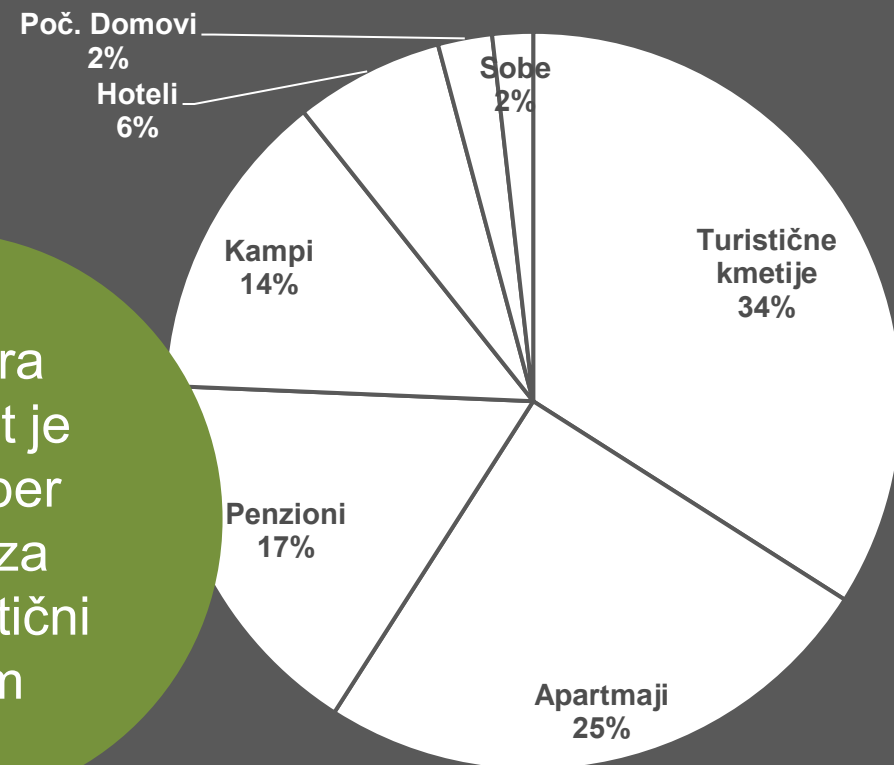
Solčava 831 ležišč
Luče 583 ležišč
SKUPAJ
= 1.414
ležišč

NASTANITIVNE ZMOGLJIVOSTI Solčava-Luče – skupaj 2023

STRUKTURA KAPACITET SOLČAVA & LUČE



STRUKTURA BREZ PLANINSKIH KOČ

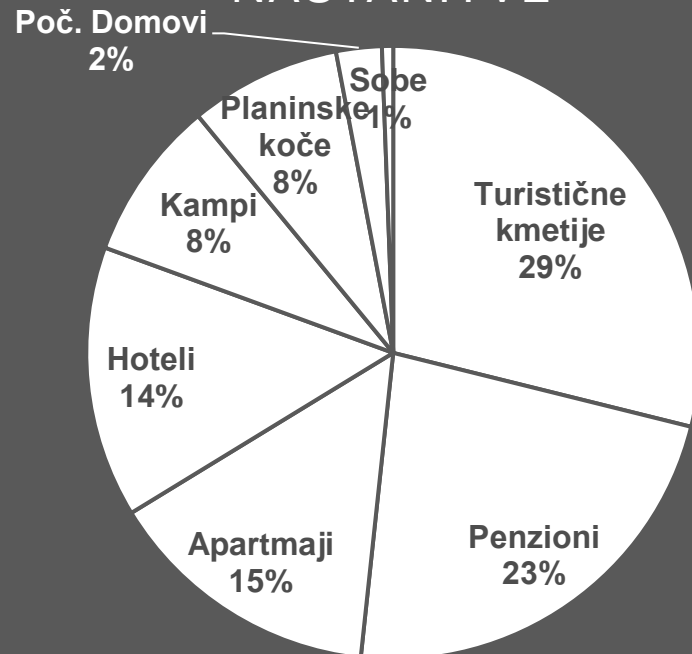


Struktura kapacitet je zelo dober kapital za zeleni butični turizem

- Nobena destinacija v SLO nima takega deleža planinskih koč (28 %); postavlja se sicer vprašanje, ali koč sploh vključevati, ker so poseben segment, dokaj neodvisen od tržnih aktivnosti destinacije; gotovo pa vplivajo na dnevni obisk in obremenitev izhodišč?
- Nobena destinacija v SLO nima takega deleža turističnih kmetij (24 % oziroma 34 %).
- Nobena destinacija v SLO nima takega deleža ponudbe, ki zagotavlja tudi hrano (69 % oz. 57 %).

NOČITVE PO VRSTI NASTANITEV skupaj Luče-Solčava

NOČITVE 2022 PO VRSTAH NASTANITVE

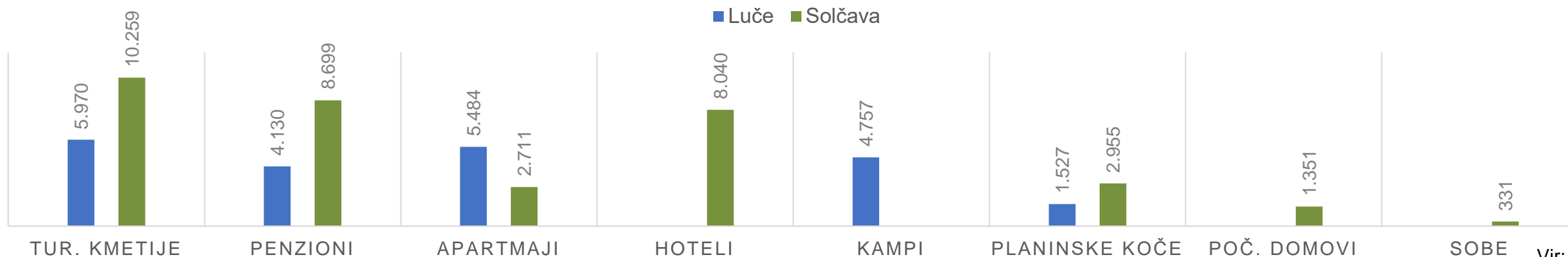


KOMENTAR

- Solčava-Luče je edina destinacija v Sloveniji, kjer **ima prvem mestu delež nočitev na turističnih kmetijah.**
- Delež prenočitev v planinskih kočah je zaradi kratke sezone seveda znatno manjši od deleža kapacitet.
- Solčava-Luče je destinacija, ki ima **največji delež nočitev v kapacitetah, ki ponujajo hrano.**
- **Oba navedena argumenta sta realna osnova za butični koncept.**

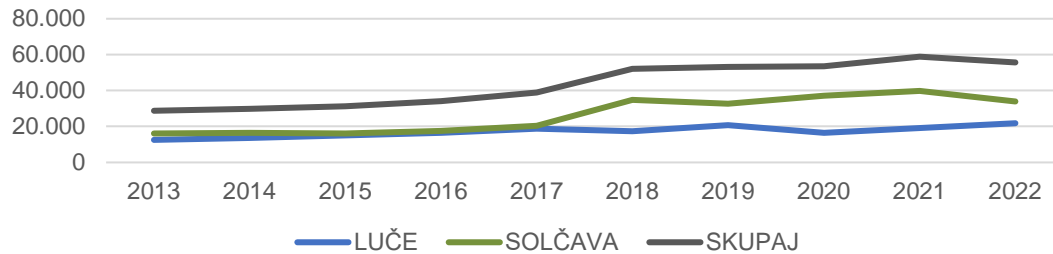
	Luče	Solčava	Skupaj
Tur. Kmetije	5.970	10.259	16.229
Penzioni	4.130	8.699	12.829
Apartmaji	5.484	2.711	8.195
Hoteli		8.040	8.040
Kampi	4.757		4.757
Planinske koče	1.527	2.955	4.482
Poč. Domovi		1.351	1.351
Sobe		331	331
SKUPAJ	21.868	34.346	56.214

NOČITVE PO STRUKTURI KAPACITET SOLČAVA-LUČE

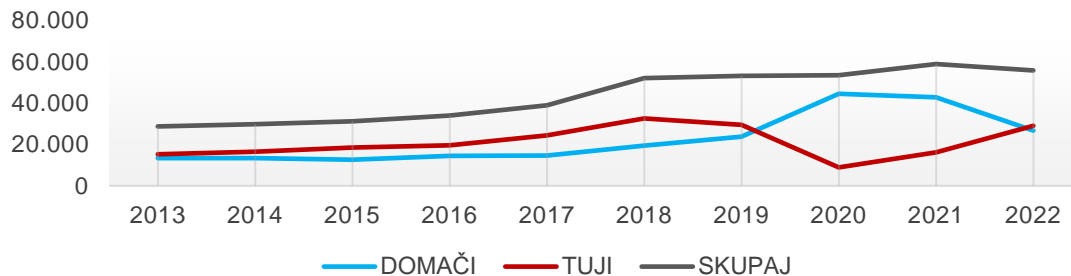


TURISTIČNO POVPRAŠEVANJE Solčava-Luče 2013-2022

GIBANJE PRENOČITEV po občinah in skupaj
2013-2022

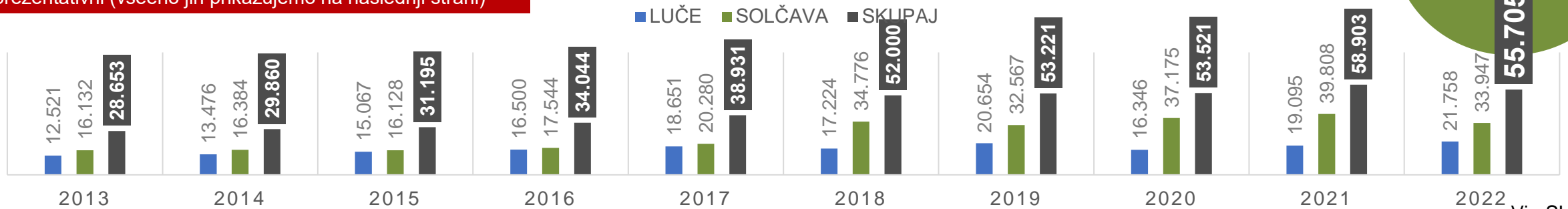


TUJE IN DOMAČE PRENOČITVE 2013-2022 v
obeh občinah skupaj



POJASNILO: Zaradi poplav podatki za leto 2023 niso reprezentativni (vseeno jih prikazujemo na naslednji strani)

ŠTEVILO NOČITEV 2013-2022



Vir: SURS

GIBANJE POVPRAŠEVANJA:

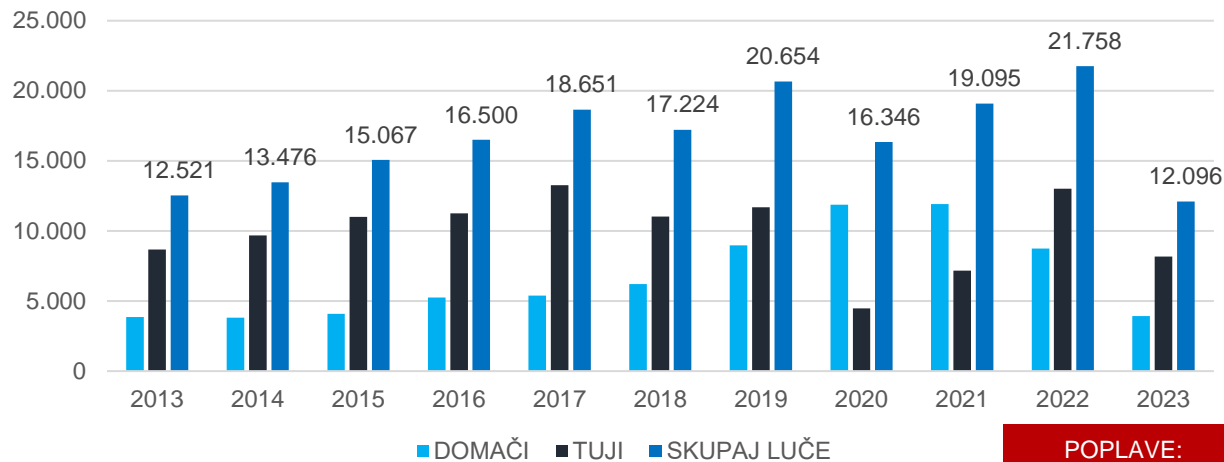
- V obdobju 2013-2022 je destinacija **podvojila obisk**. **Skupaj imata občini v 2022 55.705 nočitev.**
- **Solčava je v Sloveniji na 50. mestu po številu nočitev, Luče 69. (skupaj imata npr. enako kot Cerkno).**
- Po podatkih SURS sta Solčava in Jezersko edini dve občini v alpskem delu SLO, ki sta v Covid letu 2020 imeli večje skupno število nočitev kot v 2019; Solčava kar 14 % več, kar zagotavlja pozitiven indeks tudi seštevku Luče & Solčava; **domači obiskovalci so presegli izpad tujih**
- Destinacija se počasneje pobira od alpskega povprečja, obisk domačih gostov je hitro upadel, obisk tujcev pa se popravlja počasneje.

Podvojitev
obiska
2013-2022

TURISTIČNO POVPRAŠEVANJE Solčava-Luče 2013-2023

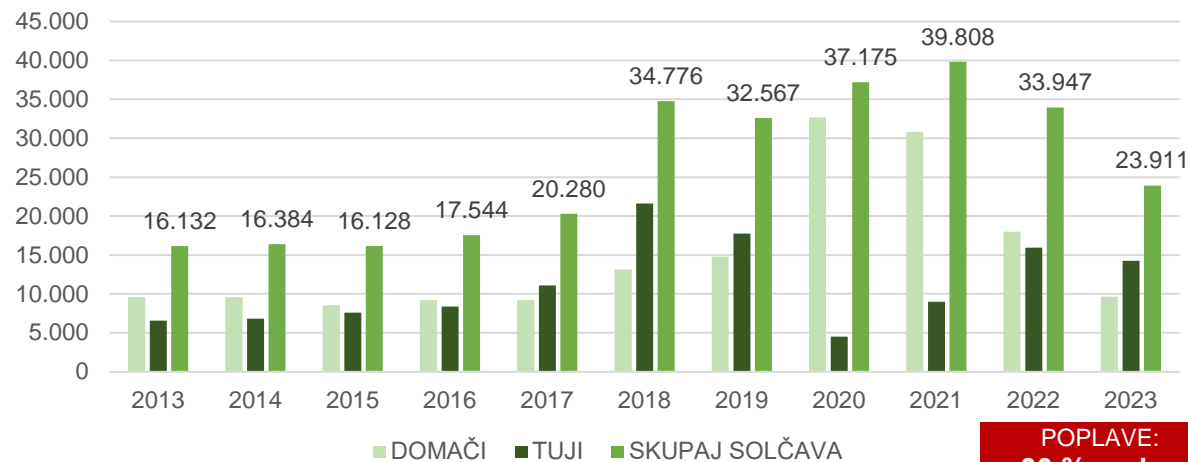
POJASNILO: Zaradi poplav podatki za leto 2023 niso reprezentativni, vendar pa jih prikazujemo, saj so znatno zaznamovali ne samo rezultate leta 2023, temveč tudi konkurenčnost destinacije na vsaj srednji rok.

NOČITVE V OBČINI LUČE 2013-2023



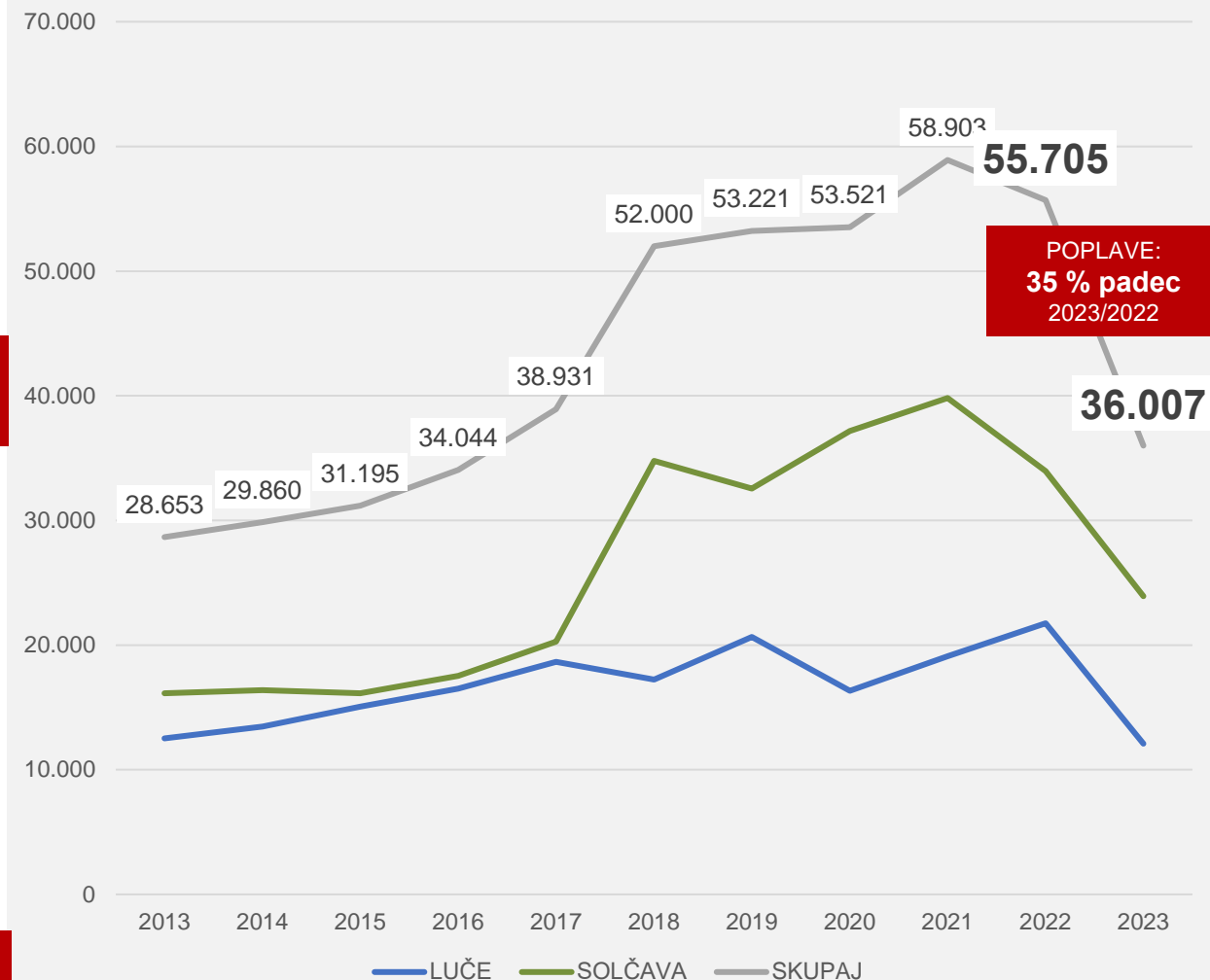
POPLAVE:
45 % padec
2023/2022

NOČITVE V OBČINI SOLČAVA 2013-2023

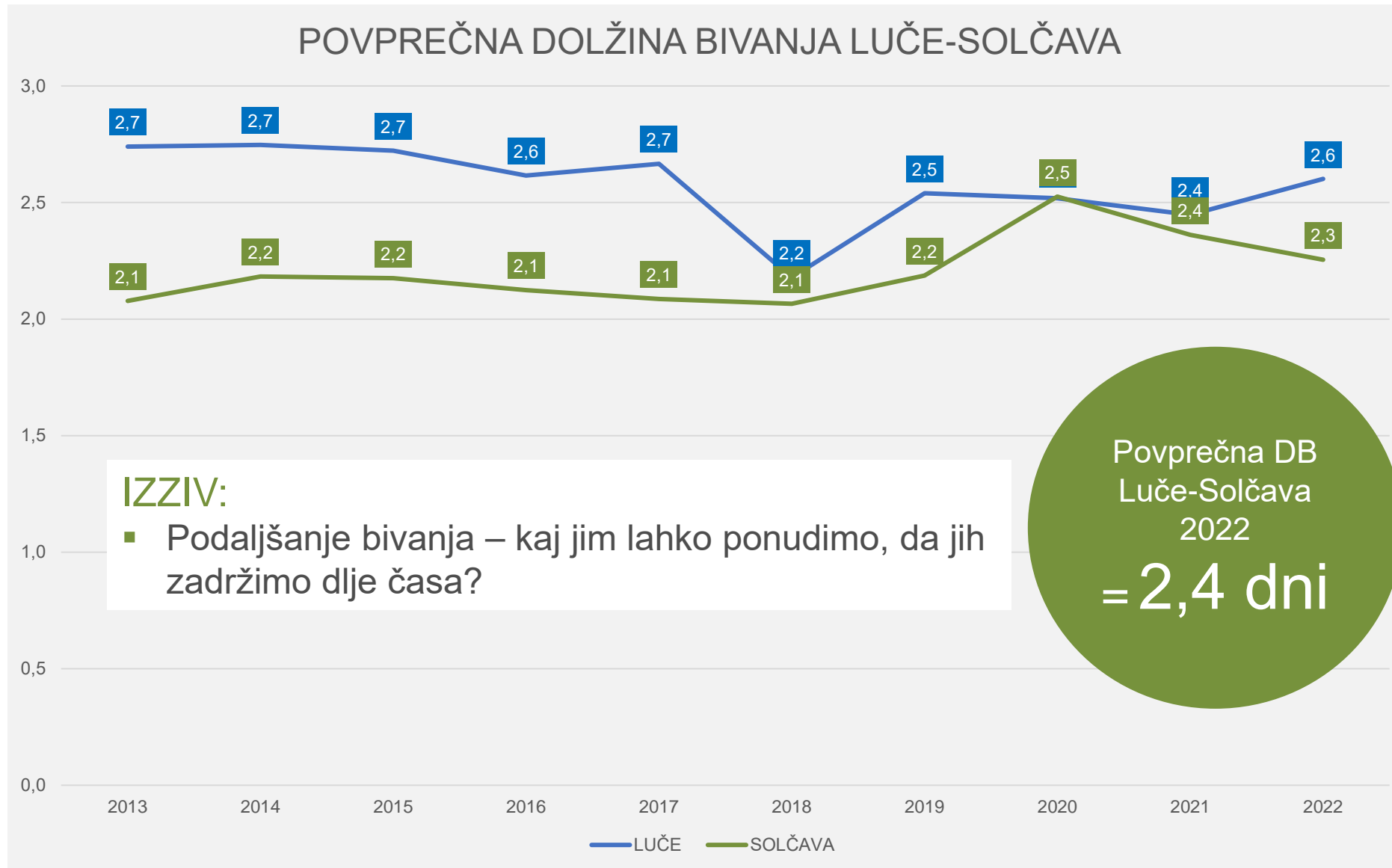


POPLAVE:
30 % padec
2023/2022

TREND RASTI NOČITEV 2013-2023 – ločeno po občinah in skupaj



POVPREČNA DOLŽINA BIVANJA Solčava-Luče 2013-2022

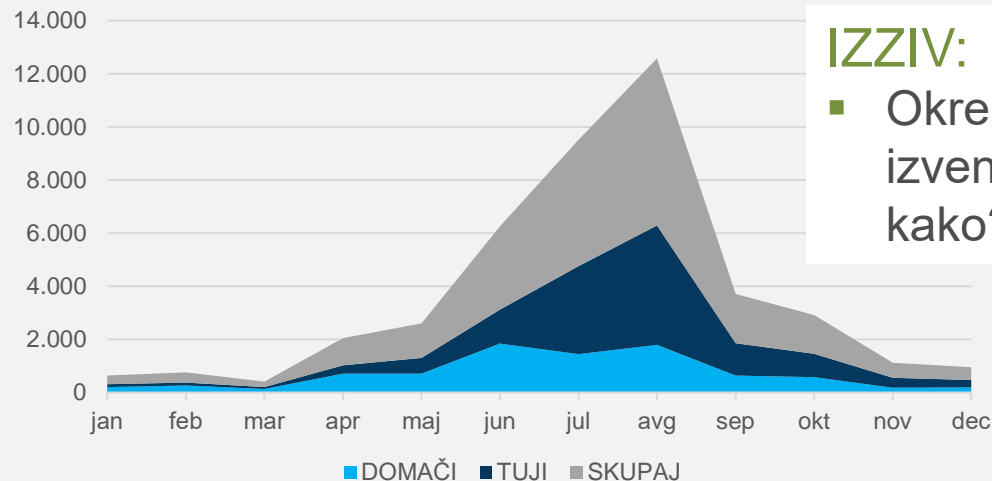


POVPREČNA DOBA BIVANJA

- V letu 2022 je PDB za obe občini 2,4 dni.
- V času do epidemije obiskovalci v Lučah kažejo trend skrajševanja bivanja, v Solčavi pa podaljševanja, v 2022 se je slika vrnila nazaj, vendar pa se je v **letu 2023 zaradi poplav zmanjšala na 2,3 dni.**

SEZONSKOST Solčava-Luče 2022

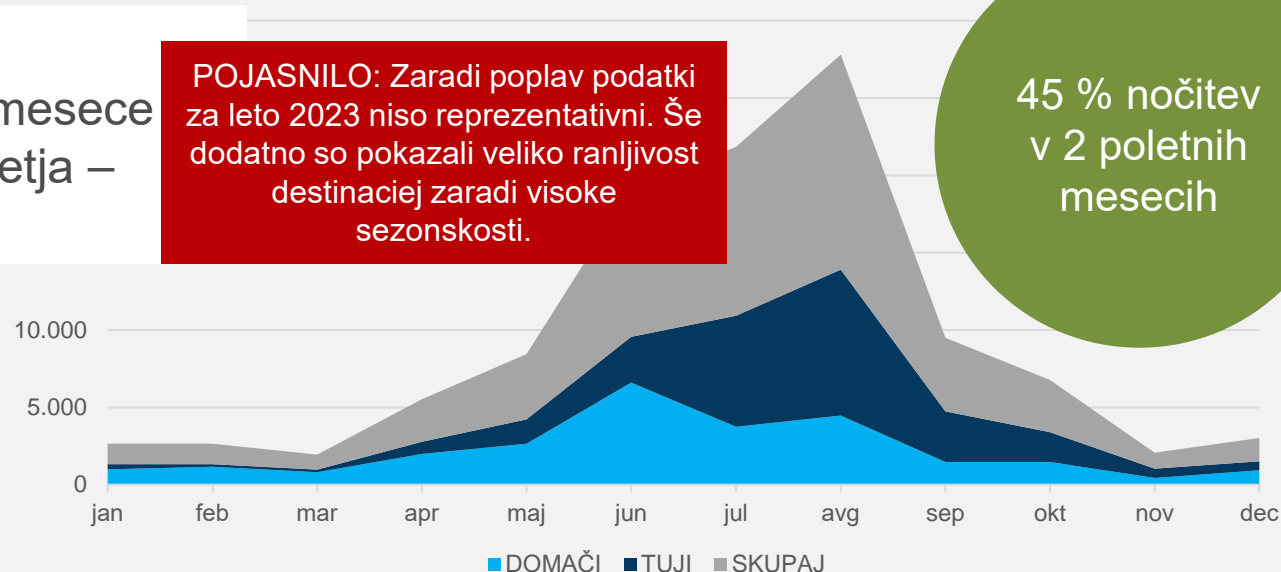
SEZONSKOST LUČE 2022



IZZIV:

- Okrepiti mesece izven poletja – kako?

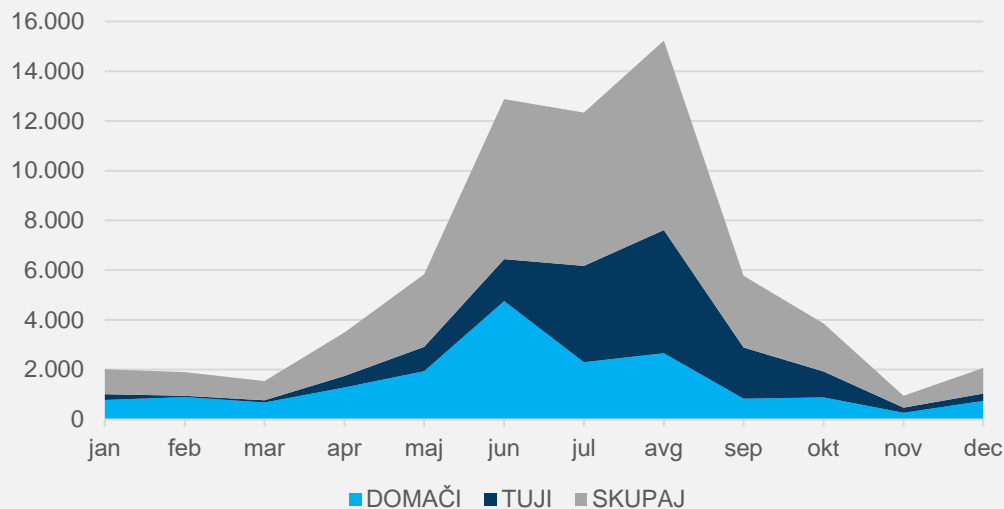
SEZONSKOST LUČE & SOLČAVA



POJASNILO: Zaradi poplav podatki za leto 2023 niso reprezentativni. Še dodatno so pokazali veliko ranljivost destinacij zaradi visoke sezonskosti.

45 % nočitev v 2 poletnih mesecih

SEZONSKOST SOLČAVA 2022



Junij-september
70,3 %

Julij-avgust
44,6 %

April - oktober
88,9 %

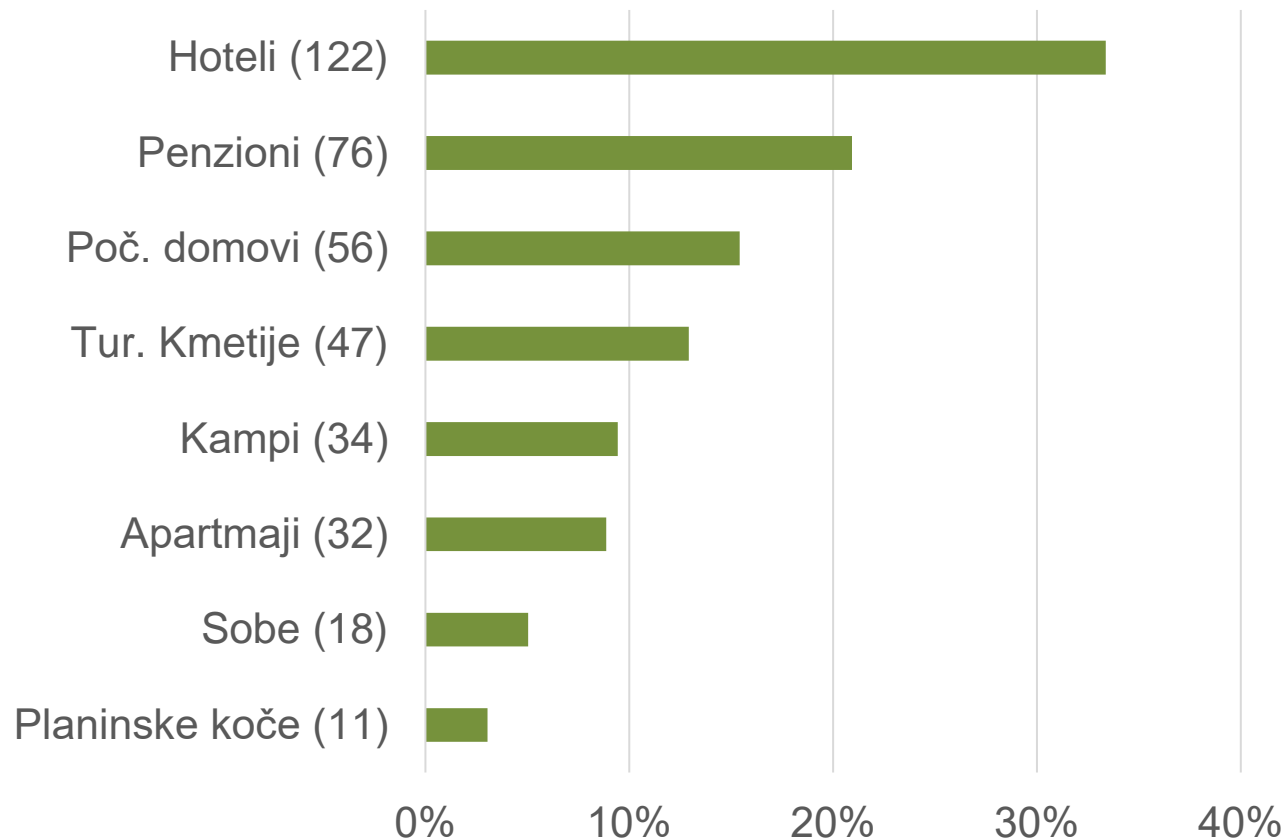
November-marec
11,1 %

SEZONSKOST:

- V sezonski konici julij-avgust destinacija beleži okvirno 45% letnih nočitev, kar je bolje, kot velja za primerljive alpske destinacije brez smučišč.
- Izstopa dejstvo, da je največ domačih gostov junija, ne pa v konici sezone.
- V Solčavi je bilo v letu 2022 junija celo več nočitev kot julija.

ZASEDENOST POSTELJ PO VRSTAH KAPACITET (2022)

ZASEDENOST PO VRSTAH KAPACITET
(2022)



Občina Luče

Nastanitev

	nočitve	%	dni
Tur. Kmetije	7.356	28%	102
Penzioni	4.130	18%	67
Apartmaji	5.484	10%	35
Kampi	4.757	9%	34
Planinske koče	1.527	3%	10

SKUPAJ

21.868 10% 38

Občina Solčava

Nastanitev

	nočitve	%	dni
Hoteli	8.040	33%	122
Penzioni	8.699	22%	82
Poč. Domovi	1.351	15%	56
Tur. Kmetije	10.259	10%	38
Apartmaji	2.711	8%	28
Sobe	331	5%	18
Planinske koče	2.955	4%	14

SKUPAJ

34.346 11% 41

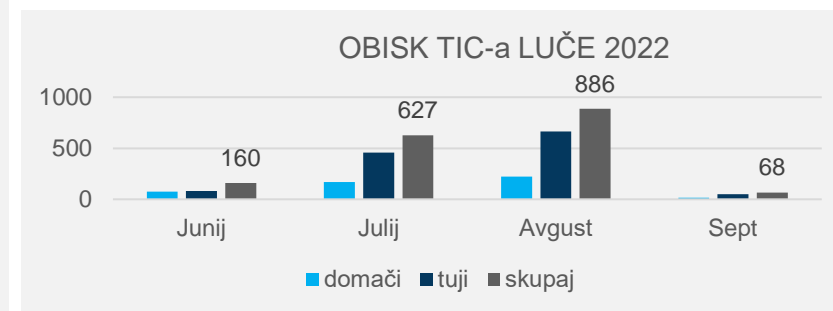
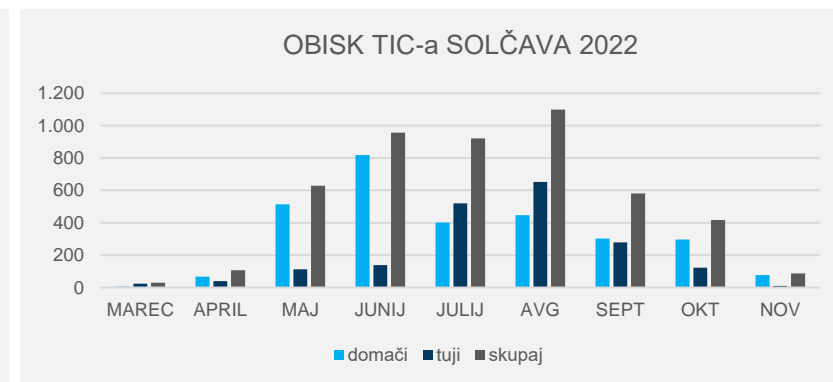
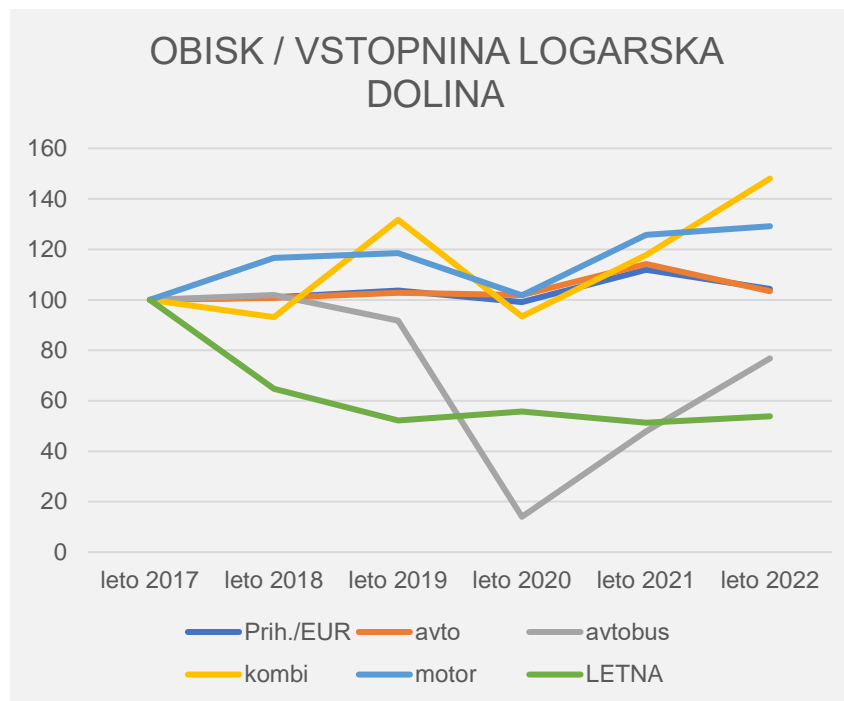
DNEVNI OBISK

TIC SOLČAVA:

- Dinamika obiska je primerljiva z dinamiko nočitev - največ domačih obiskovalcev je v juniju.
- Glede na dejstvo, da je v TIC-u tudi stalna razstava, bi moralo biti obiskovalcev več.

VSTOP LOGARSKA DOLINA:

- Podatki vstopne točke kažejo, da skupni obseg prometa v dolino stagnira; v Covid obdobju se je močno zmanjšalo število avtobusov, ki se le počasi popravlja, precej hitreje raste število kombijev.
- Narašča število motoristov.
- Skupni podatki ne kažejo na naraščanje obremenitev, kar ni najbolj logično?
- Prihodki se v obdobju 2017-2022 praktično ne spreminjajo, kar pomeni, da realno padajo => vstopnina v dolino je zagotovo prenizka (Mangartska cesta 10€/avto/dan; Bohinj - cesta na Blato 15€/avto/dan).



TREND UPADANJA DELEŽA NOČITEV OBČIN

SOLČAVA & LUČE ZNOTRAJ ZGORNJE SAVINJSKE DOLINE 2005-2023

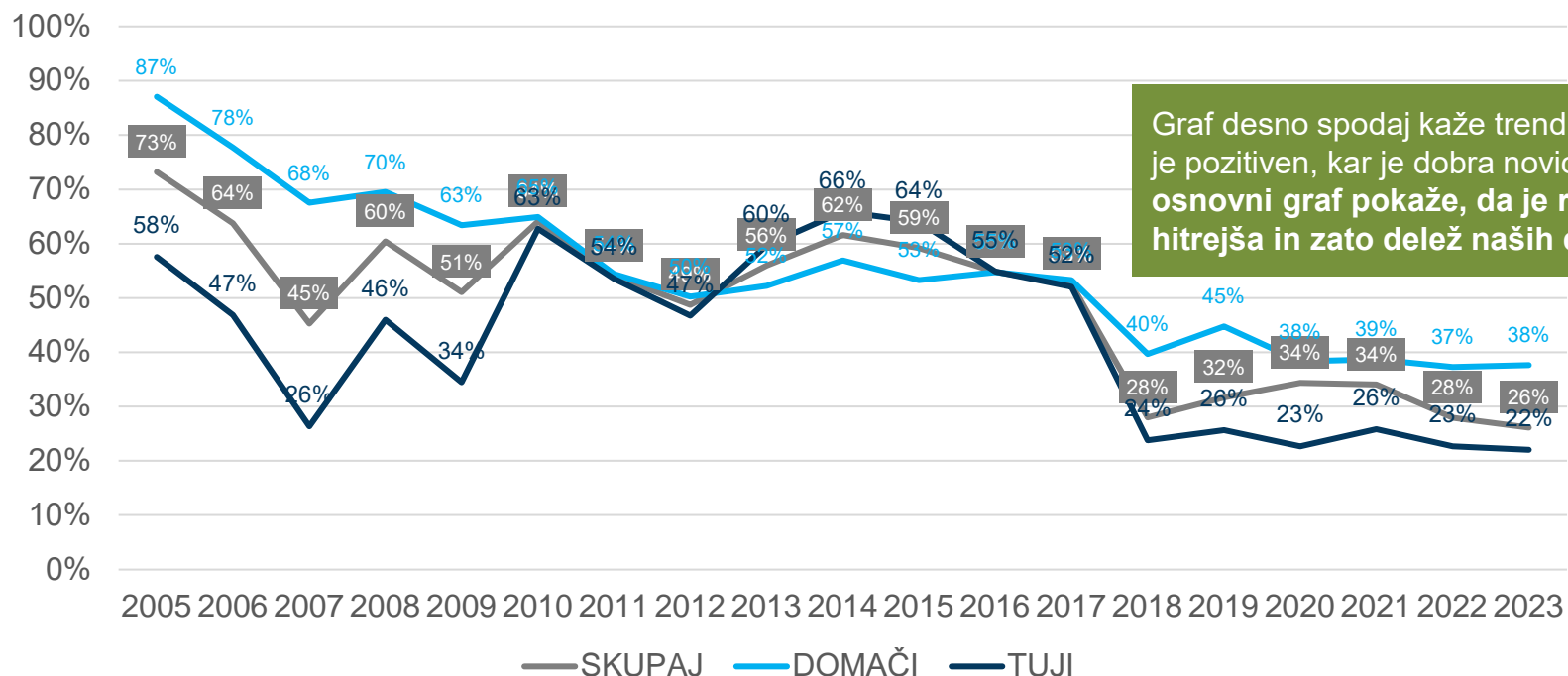
Absolutna rast nočitev v destinaciji Solčava & Luče 13.000 (2005) => 56.000 (2022).

Padec deleža destinacije Solčava & Luče znotraj Savinjske doline iz 73 % 2005 => 28 % 2022.

Savinjska dolina 2022

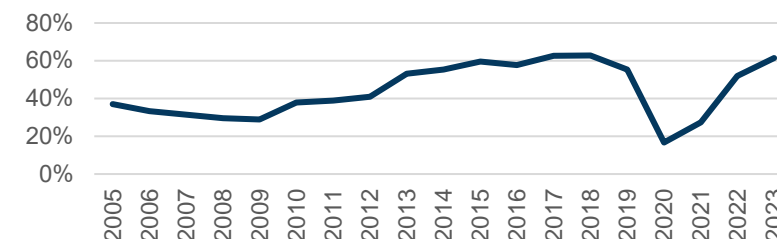
Občina	nočitve	delež
Nazarje	699	0,4%
Gornji Grad	2.519	1,3%
Ljubno	26.325	13,2%
Mozirje	50.675	25,4%
Rečica	63.429	31,8%
Solčava	33.947	17,0%
Luče	21.758	10,9%
SKUPAJ	199.352	100%

ABSOLUTNA RAST NOČITEV V DESTINACIJI SOLČAVA & LUČE



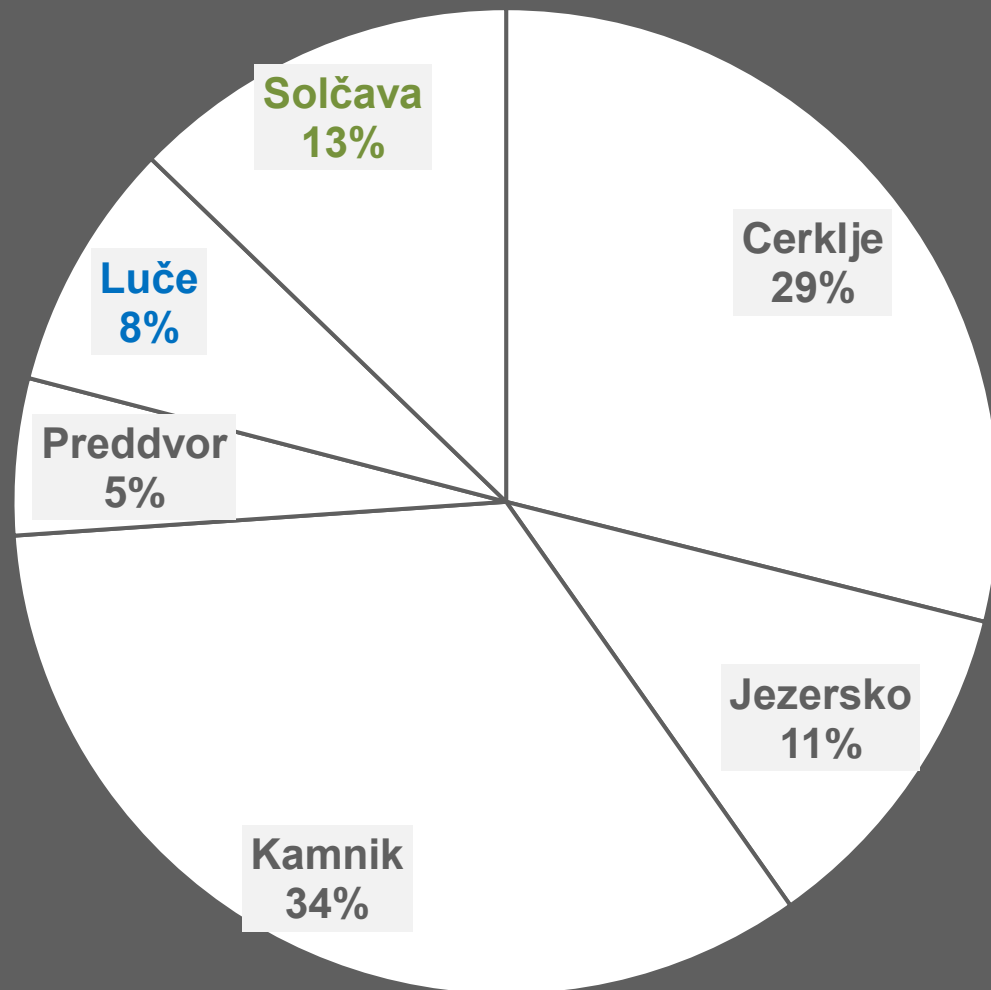
Graf desno spodaj kaže trend deleža tujih nočitev v destinaciji Solčava & Luče; ta trend je pozitiven, kar je dobra novica, ker je domači trg omejen, vendar nam pogled na osnovni graf pokaže, da je rast tudi tujih nočitev v preostalem delu doline veliko hitrejša in zato delež naših dveh občin v skupni zgodbi še naprej pada.

TREND RASTI DELEŽA TUJIH NOČITEV V DESTINACIJI SOLČAVA & N LUČE



OBSEG IN DELEŽI NOČITEV ZNOTRAJ KAMNIŠKO SAVINJSKIH ALP (2022)

DELEŽI ZNOTRAJ KSA 2022



Kamniško Savinjske Alpe - struktura nočitev 2022

Nočitve	Domače	Tuje	Skupaj	Delež T	Delež v KSA		
					%D	%T	%SK
Cerklje	21.504	55.320	76.824	72,0%	15,5%	43,4%	28,9%
Jezersko	20.800	9.293	30.093	30,9%	15,0%	7,3%	11,3%
Kamnik	55.284	34.192	89.476	38,2%	40,0%	26,8%	33,7%
Preddvor	11.802	1.832	13.634	13,4%	8,5%	1,4%	5,1%
Solčava	15.953	17.994	33.947	53,0%	11,5%	14,1%	12,8%
Luče	13.008	8.750	21.758	40,2%	9,4%	6,9%	8,2%
SKUPAJ	138.351	127.381	265.732	47,9%	100%	100%	100%

Delež v prostoru	Km2	Prebivalci	Nočitve
Savinjska dolina	508	16.098	200.839
KSA	497	42.046	265.732
Solčava & Luče	213	1.961	55.705

Delež Solčava & Luče		
Km2	Prebivalci	Nočitve
42,0%	12,2%	27,7%
30,0%	4,5%	21,0%

Destinacija Solčava & Luče je: po geografskem obsegu velika (42 % površine Zgornje Savinjske doline in 30 % površine Kamniško Savinjskih Alp), delež prebivalcev je majhen (12 % prebivalcev ZSD in dobre 4% KSA), delež realiziranih nočitev pa vseeno relativno velik (28 % nočitev v ZSD in 21 % v KSA).

Ker pa je ekonomsko moč destinacije prešibka za prepričljiv samostojni nastop, mora skupaj z občinami s podobno in kompatibilno ponudbo graditi programske in tržne povezave za uspešno pozicioniranje na mednarodnem trgu.

POPLAVE AVGUST 2023

Prenočitve SKUPAJ	2022	2023	Razlika	Ind 23/22
Preostala Savinjska dolina	143.647	103.688	-39.959	72
Solčava & Luče	55.705	36.025	-19.680	65
Solčava	33.947	23.911	-10.036	70
Luče	21.758	12.096	-9.662	56

Prenočitve DOMAČE	2022	2023	Razlika	Ind 23/22
Preostala Savinjska dolina	44.978	22.520	-22.458	50
Solčava & Luče	26.744	13.574	-13.170	51
Solčava	17.994	9.657	-8.337	54
Luče	8.750	3.917	-4.833	45

Prenočitve TUJE	2022	2023	Razlika	Ind 23/22
Preostala Savinjska dolina	98.669	81.168	-17.501	82
Solčava & Luče	28.961	22.433	-6.528	77
Solčava	15.953	14.254	-1.699	89
Luče	13.008	8.179	-4.829	63

DELEŽI PRIZADETIH PONUDNIKOV

Obdobje prepovedi 04.08.-01.09. / 10.8.-04.09.

Upad realizacije (-41% / - 29%)

Izguba prihodkov / zaprtje	100%
----------------------------	------

Povzročena škoda (Luče) => 1/3!

Infrastruktura (2)	5%
Poslovni objekti (1)	2%
Oboje (11)	27%

Onemogočeno poslovanje zaradi (Luče)

Uničenih dostopov (1)	2%
Uničenih objektov (6)	15%



Izpolnilo jo je 55
nastanitvenih
ponudnikov
oziroma kar 60 %
vseh registriranih,
kar je izredno
dober rezultat in
vzorec.

KAJ JE POKAZALA SPLETNA ANKETA MED PONUDNIKI (izvedena december 2023-januar 2024)

KAJ IZHAJA IZ ANKETE

(POVZETEK KLJUČNIH UGOTOVITEV)

**Visoko zadovoljstvo
(in pripadnost)
s kakovostjo življenja
v občinah, a precej
večja kritičnost do
turizma**
(„Zaostajamo, ni premikov
v zadnjih letih“).

**Številni izzivi v
turizmu so vezani na
promet –**
umirjanje prometa,
upravljanje tokov,
parkirni režimi,
trajnostna/mehka
mobilnost.

**Več kot tričetrtsko
strinjanje o
razvojnem scenariju,**
da moramo delati na
kakovosti/butičnosti
(a ne preveč
ekskluzivni/nedostopni)
**Malo več in veliko
bolje!**

**Potrebno okrepiti
dodatno ponudbo,**
produkte, programe,
animacijo –
„Nastanitve niso
dovolj“!
In to tudi izven poleta!

Po-poplavlne ukrepe je
potrebno usmeriti ne
samo v odpravo škode,
temveč tudi v
**izboljšanje temeljne
in drobne javne
infrastrukture.**

Ponudniki si želijo
urejeno okolje
(tudi **urejena vaša
jedra**) ter
**odgovoren turizem v
ravnovesju z lokalno
skupnostjo.**

Tričetrtsko
strinjanje/podpora,
da je smiselno in
pomembno razvijati
**obe občini skupaj kot
zaokroženo turistično
destinacijo.**

Zelo močno izražena
potreba **po
aktivnejšem
upravljanju turizma –**
destinacije
(Center Rinka kot
okrepljena destinacijska
organizacija - DMO).

KLJUČNI (!) IZZIVI SOLČAVE & LUČ skozi prizmo turizma (5+5+5)

Po področjih
delovanja nato
opredelimo tudi
bolj specifične

1. Demografske spremembe

(staranje in pomanjkanje perspektive za mlade – delo in stanovanja)

2. Velike občine po velikosti, majhne po številu ljudi in finančah

3. Iskanje vzdržnega ravnotežja in sinergij med gospodarskimi panogami

4. Ohranjanje identitete prostora in kulturne krajine – v srcu je lokalna skupnost (gorniška skupnost) in celostna ureditev obeh gornških vasi

5. Globalna tveganja in podnebne spremembe (poplave, neurja, plazovi, suše)

ŠIRŠI RAZVOJNI IZZIVI

6. Okrepiti povezave

TURIZEM-KMETIJSTVO-GOZDARSTVO in povečati dodano vrednost lokalnim proizvodom (več prodati doma)

7. Slab javni prevoz in izziv izgradnje kolesarske povezave Luče-Solčava

8. Obvladovanje povečanih pritiskov (enodnevnih) obiskovalcev in motornega prometa
v konicah turistične sezone ter negativnih vplivov na okolje, življenje ljudi in doživljanje destinacije

9. Povečani pritiski na okolje in naravo – in pomanjkanje nadzora (potreba po učinkovitih režimih)

10. Potreba po izboljšanju turistične javne infrastrukture (po poplavih in širše)

TEMELJNI RAZVOJNO-UPRAVLJAVSKI IZZIVI (širši od turizma)

11. Pomanjkanje kadrov (in stanovanjskih pogojev za njih) in sredstev v upravljanju turizma (DMO še ne deluje)

12. Okrepitev podporne in izkustvene ponudbe za podaljšanje bivanja in krepitev prihodov izven poletja

13. Vzpostavitev destinacijskih in animacijskih vsebin na ravni destinacije (nujna destinacijska podpora ponudnikom, pomembna tudi kritična masa povpraševanja)

14. Sprejemanje koncepta kvalitete pred kvantiteto s strani vseh deležnikov (omejeni viri, narava in lokalno mora imeti svojo ceno)

15. Preseganje „mej“ –sodelovanje in sinergije v regiji (območje Solčava-Luč, Zgornja Savinjska dolina, tudi KSA, Koroška)

(Bolj mehki), turistični TRŽENJSKI IZZIVI

SKLOP 2



KAJ ŽELIMO DOSEČI

(Notranja) vizija, (zunanja) tržna pozicija,
produktni koncept

NOTRANJA RAZVOJNA VIZIJA in
ZUNANJA CILJNA TRŽNA POZICIJA

NAŠA VIZIJA skozi PRIZMO TURIZMA

Solčava-Lučé
smo povezana
gorska skupnost,
kjer odgovoren in
uravnotežen turizem
prinaša vrednost
za vse.

Skozi turizem:

- Dvigujemo kakovost življenja, okolja in urejenost ambientov.
- Lokalne pridelke prodamo doma.
- Mladim dajemo perspektivo za življenje in delo doma.
- Negujemo našo identiteto in ponos na naš prostor.



NAŠE POSLANSTVO

Ponosno in odgovorno nadgrajujemo
večstoletno tradicijo trajnostnega
življenja naših prednikov.

KOT KAKŠNA DESTINACIJA SE POZICIONIRAMO NA TRGU

Solčava-Luče je
celoletna
**alpska destinacija
dobrega počutja
s prvobitnim karakterjem,**
za odgovorne
**ljubitelje narave in
outdoor navdušence,**

ki cenijo izjemne naravne danosti, tradicijo in
lokalne vire te gorske skupnosti.

**VEČ KOT LE
NARAVA!**
**Prostor dobrega
počutja,**
kjer se umaknemo,
umirimo,
povežemo
s SABO, NARAVO,
LJUDMI - v bolj
„počasnem“ okolju, stran
od množičnih tokov.

KAJ IZPOSTAVLJAMO V KOMUNIKACIJI

GEOGRAFSKO,
IDENTITETNO in
PROGRAMSKO
zaokrožen prostor:
4 doline, 2 krajinska
parka, koncept gorske
skupnosti/
gorniška vas

LOGARSKA DOLINA
kot ena najbolj
prepoznavnih alpskih
dolin in izstopajočih
slovenskih ikon

Edinstvena
BIVANJSKA
ZNAČILNOST:
močne in številne
visokogorske
samooskrbne kmetije

Trdoživa skupnost –
kleni ljudje,
ki že stoletja živijo v
ravnovesju
z naravo

Območje je pionir v
Sloveniji na področju
razvoja organiziranega
gorništva -
pohodniškega turizma,
že od leta 1860 naprej

Prvič: KAJ OBISKOVALCI PRIČAKUJEJO, POTREBUJEJO, KO PRIDEJO V TOVRSTNO DESTINACIJO

Da se najprej umirijo, sprostijo, odklopijo, pozabijo na stresni vsakdan.

Doživetja, aktivnosti in odlično lokalno kulinariko
(dovolj za početi).

Druženje

(pristen stik z domačini, občutek, da niso „turisti“ ter druženje z ljudmi, ki si delijo podobne vrednote).

KAJ DESTINACIJA NUDI?

Odklop, sprostitev, umiritev

(ker je destinacija stran od množičnih tokov in zelo pristno – tako glede življenjskega sloga kot ljudi).

Veliko za početi, doživeti:

narava, aktivnosti, spoznavanje dediščine in načina življenja tega prostora.

Lahko za umirjene ljubitelje narave, pa tudi za aktivne outdoor navdušence.

Pristnost

narave in ljudi: ljudje, ki znajo na nepotvorjen in pristen način sprejeti obiskovalca in zagotoviti, da se dobro počuti.

TO JE ZAHTEVNO!

Potrebno je sistematično delati na tem, ne zgodi se samo od sebe.
Vrednote, standardi, skupna vizija in cilji.

MOTIVI PRIHODA in PRODUKTNA MATRIKA

INVENTARIZACIJA PRODUKTOV – kaj imamo

Manjka nam:

1. Povezanih destinacijskih produktov in animacije (po letnih časih)
2. Izstopajočih krovnih prodajnih destinacijskih produktov
3. Ponudba za deževne dni in zelene zime

KULTURA

PRIREDITVE

MUZEJI

OBIČAJI

BIVANJSKA
ZNAČILNOST so
visokogorske
samooskrbne
kmetije

POLSTENJE

Nismo destinacija, kamor bi prihajali zaradi kulture/kulturne dediščine – razumemo jo predvsem kot identiteto tega prostora, običaje ter način življenja te gorske skupnosti, v tesni povezavi z izjemnim naravnim okoljem.

LOKALNA GASTRONOMIJA in
LOKALNI IZDELKI (KBZ)

RETREATS

WELLNESS

POSLOVNI
TURIZEM

MANJŠE
KONFERENCE,
POSLOVNA
SREČANJA

INCENTIVE &
TEAM BUILDING

NARAVA

NARAVNE
ATRAKCIJE

AKTIVNOSTI V NARAVI
(OUTDOOR)

POHODNIŠTVO

KOLESARJENJE

VODNE
AKTIVNOSTI

ZIMSKE AKTIVNOSTI

RIBOLOV

LEDNO PLEZANJE

JADRALNO
PADALSTVO

PRODUKTNI KONCEPT – IZHAJAMO IZ MOTIVOV PRIHODA

(kaj je glavni/osrednji motiv prihoda)

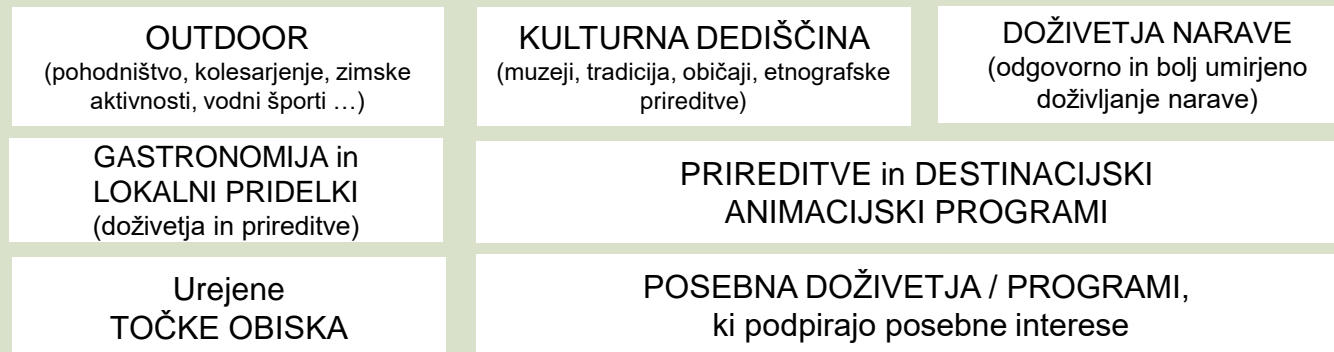
3 OSREDNJI MOTIVI PRIHODA

POSEBNI INTERESI



PRODUKTI

ki tvorijo osrednji motiv prihoda



DESTINACIJSKA PRODUKTNA MATRIKA

(kaj moramo zagotoviti, da zadovoljimo motive prihoda)

1

**3 NOSILNI
PRODUKTI**

OUTDOOR

(AKTIVNOSTI V NARAVI)

(pohodništvo, kolesarjenje,
zimske aktivnosti, vodne aktivnosti,
ribolov, jadralno padalstvo ...)

KULTURNA DEDIŠČINA

(muzeji, tradicija, običaji,
etnografske prireditve)

GASTRONOMIJA in LOKALNI PRIDELKI

(doživetja in prireditve)

2

**PODPORNI
(horizontalni)
PRODUKTI**

PIREDITVE & DESTINACIJSKI ANIMACIJSKI PROGRAMI

POSEBNA DOŽIVETJA
/ PROGRAMI,
ki podpirajo posebne interese

ORGANIZIRANA
(VODENA)
5* DOŽIVETJA

Urejene
TOČKE
OBISKA

DOŽIVETJA
NARAVE
(odgovorno in bolj umirjeno
doživljanje narave)

3

**POSEBNI
INTERESI**

POSLOVNA SREČANJA (MICE)

(seminarji in poslovna srečanja,
incentive, team-building)

RETREATS

(programi za ravnoesje
telesa in duha)

POIMENOVANJE SKUPNE DESTINACIJE

DANAŠNJE POIMENOVANJE DESTINACIJE

STANJE DANES
Danes se območje
predstavlja ločeno:

***Solčavsko** je poimenovanje območja občine Solčava. Ime komunicira bolj zaokroženo območje kot zgolj ime Solčava (podobno Kamnik – Kamniško); vendar pa je za tujega obiskovalca težje izgovorljivo in manj razumljivo, tudi težje ga najdemo na spletu.

Logarska dolina
Solčavsko
harmonija treh dolin

Občina Solčava se predstavlja kot:

- A. Logarska dolina – Solčavsko, s sloganom ‚Harmonija 3 dolin‘
- B. Tudi kot Logarska Solčavsko (spodaj primer spletne navedbe)
- C. Ali zgolj kot Solčavsko*.



Logarska Solčavsko
<https://www.logarska-solcavsko.si>




SAVINJSKA
LUČE

Občina Luče se predstavlja kot:

- A. Luče – s sloganom ‚Gnezdo sredi gora‘
- B. Občina nima svojega turističnega destinacijskega znaka – uporablja krovni regijski znak Savinjska, s podpisom Luče
- C. V komunikaciji močno izpostavlja članstvo v mednarodni mreži Gorniške vasi




BERGSTEIGER
DÖRFER
GORNIŠKE VASI

VREDNOTENJE 4 MOŽNIH PRISTOPOV POIMENOVANJA DESTINACIJE SKOZI 10 KRITERIJEV

LEGENDA:

- ZELO DOBRO
- MANJ DOBRO
- ZELO NEUGODNO

LOGARSKA DOLINA

Solčava | Luče

SAVINJSKA

Solčava | Luče

SOLČAVA | LUČE

NOVO IME

Solčava | Luče

OBSTOJEČA PREPOZNAVNOST
(tuji trgi)

•••

•

•

•

JASNOST SPOROČANJA TIPA
PONUDBE

•••

•

•

•

JASNOST GEOGRAFSKEGA
POZICIONIRANJA

•••

••

••

••

TERMINOLOŠKA UPORABNOST
(PREVODI)

•••

••

••

••

LOKALNA PERCEPCIJA (podpora
ponudnikov in prebivalcev)
PERCEPCIJA TRGA

•

•

••

•• (?)

•••

•

•

•

MOŽNOST NADZORA IN
UPRAVLJANJA

•••

•

•••

•••

IZKORIŠČANJE IN KREPITEV
IDENTITETE PROSTORA

•••

••

•

•

VŠEČNOST ZUNANJEMU
OPAZOVALCU

•••

•

•

•

POTREBNA VLAGANJA

•••

•

•

•

Višje, kot je število pik, bolj
primerna je rešitev

= 28

= 13

= 15

= 16

PRIMER DESTINACIJE, KI JE V OSPREDJE POSTAVILA IKONO (kraje pa v podpis) – kasneje zgolj ikona

PRIMER, KI JE V OSPREDJE POSTAVIL IKONO (kraje pa v podpis) – kasneje zgolj ikona



PRVOTNA ZNAMKA:
DOLINA SOČE
s pripisom
krajev/občin, ki jih je
znamka prvotno
pokrivala.

Po priključitvi Bovca k
znamki Dolina Soče
se je uporabljalo
podpis vseh 3 občin
(za katero pa sta bili prvotno 2
organizaciji-DMO-ja).

Po utrditvi znamke ni
bilo več potrebe po
geografskem
umeščanju. Znamka
postala močnejša kot
imena občin.

Grafična
poenostavitev
znamke.
Prikazana dvojezična
opcija.

STRATEGIJA PODAJA NASLEDNJI PREDLOG
(po preučitvi prednosti/priložnosti in pomanjkljivosti/nevarnosti
vseh 4 možnih pristopov)

LOGARSKA DOLINA

Solčava | Luče

LOGAR VALLEY

Solčava | Luče

POZOR:

Predlog v tej fazi **ni podan v obliki grafične rešitve**, temveč zgolj poimenovanja znamke.

POJASNILO:

Predlagamo **vrstni red poimenovanja občin**, kot je podan zgoraj v podpisu/pod imenom. Začnemo namreč „na skrajnem koncu“ Zgornje Savinjske doline/območja: Logarska dolina, sledi Solčava in nato Luče – kot teče Savinja.

V izvedbeni fazi se izdela natančen **brief za oblikovanje celostne grafične podobe znamke** (ki opredeli vse elemente identitete znamke in poda navodila tudi glede možnih simbolov oziroma odsotnosti neuporabe simbolov). Aktivnost smo vključili v akcijski načrt. Med aktivnosti smo vključili tudi **opredelitev pogojev in načinov uporabe in pripravo kodeksa uporabe oziroma vrednot**.

SKLOP 3



STRATEGIJA IN RAZVOJNI MODEL

Razvojni koncept ter oblikovanje politik
(področij ukrepanja) z ukrepi in projekti

RAZVOJNI MODEL TURIZMA SOLČAVA-LUČE 2030

Opredelitev 5 področjih ukrepanja z razvojnimi cilji

1

INFRASTRUKTURA,
PONUDBA,
KAKOVOST in
VERIGE
VREDNOSTI



RAZVIJAMO

RC1: Prenovljena in nadgrajena infrastruktura ter okrepljeni in konkurenčnejši destinacijski produkti, ki na destinaciji avtentičen način povezujejo turizem-kmetijstvo-gozdarstvo in ponujajo motiv obiska tudi za mesece izven poletja.

2

UPRAVLJANJE
TOKOV,
TRAJNOST,
MOBILNOST in
DIGITALIZACIJA



USMERJAMO

RC2: Delujoč in digitalno podprt sistem mobilnosti in usmerjanja obiskovalcev postane temelj boljšega upravljanja obiska, nosilne zmogljivosti prostora ter uravnoveženega in dolgoročno vzdržnega razvoja turizma.

3

AMBIENT
in
IDENTITETA
(ljudje in prostor)



NEGUJEMO

RC3: Turizem odgovorno in učinkovito ohranja kakovost življenja in vitalnost lokalne skupnosti, pospešuje urejenost prostora (ambienta) ter neguje identiteto in tradicionalno podobo kulturne krajine.

4

DESTINACIJSKO
DOGAJANJE,
TRŽENJE in
PRODAJA



TRŽIMO

RC4: Destinacijske produkte nadgrajujemo s privlačnim destinacijskim dogajanjem po 4 letnih časih in z okrepljeno in usmerjeno promocijo krepimo večdnevno bivanje tudi izven poletja.

5

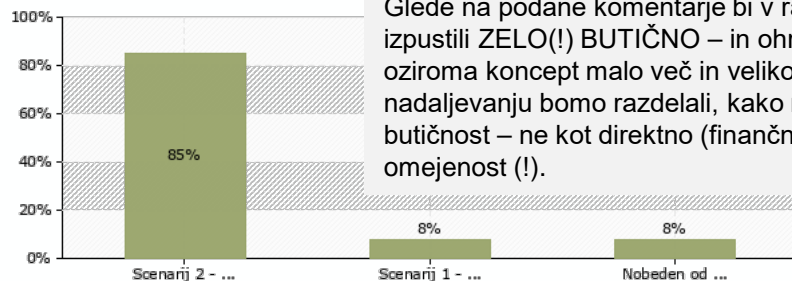
SODELOVANJE
in
DESTINACIJSKO
UPRAVLJANJE



UPRAVLJAMO

RC5: Občini Solčava in Luče združita kadrovske in finančne resurse in skozi nadgrajen model DMO Center Rinka vzpostavita učinkovito skupno upravljanje destinacije, z aktivnim pokrivanjem vseh funkcij destinacijskega managementa.

IZBRAN RAZVOJNI SCENARIJ



Glede na podane komentarje bi v razvojnem scenariju izpustili ZELO(!) BUTIČNO – in ohranili butično oziroma koncept malo več in veliko bolje. V nadaljevanju bomo razdelali, kako razumemo butičnost – ne kot direktno (finančno) ekskluzivnost in omejenost (!).

n = 65

N=65

POJASNILO:

Metodologija scenarijev je namenjena bolj jasnemu prikazu tega, kaj želimo oziroma kaj ne želimo. Vemo, da v praksi ni tako jasnih mej in da gre za postopne procese prehoda – toda pomembna je smer in vizija.

8 %

Scenarij 1 - »POSEL KOT PONAVALI«:

Nadaljevanje dosedanjega načina razvoja turizma po modelu sledenja trendom povpraševanja

(gre za manj aktivni model razvoja turizma, ki ga v preveliki meri opredeljujejo sezonske špice - tako glede stacionarnega kot še posebej dnevnega obiska - kjer se daje več poudarka na urejanju prometa in infrastrukture, sicer pa ohranjanje dosedanjega pristopa brez večjih sprememb)

85 %

Scenarij 2 - »ZELO BUTIČNO – MALO VEČ IN VELIKO BOLJE«:

Ciljno načrtovani razvoj z aktivnim upravljanjem in partnerstvu turizma, kmetijstva in gozdarstva za doseganje višje dodane vrednosti, skozi zmerno rast obsega kapacitet ter s poudarkom na trajnostni rasti in krepitvi kakovosti nastanitvene in raznolikosti spremljajoče ponudbe, za večjo uravnoteženost in desezonalizacijo

(razvoj turizma se aktivno vodi na uravnotežen in trajnosten način, z zelo osredotočenim delom na razvoju kakovostne ponudbe in jasne pozicije destinacije, ki pritegne zahtevnejše obiskovalce in prinaša večjo vrednost za vse dejavnosti - in to v vseh 4 letnih časih)

8 %

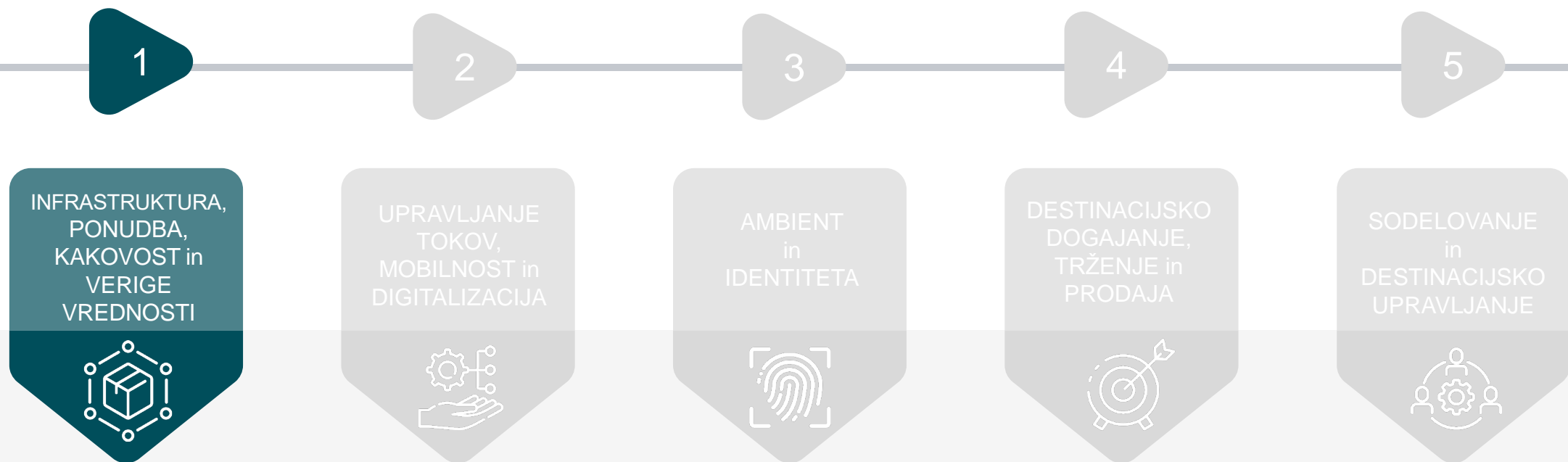
NOBEDEN OD SCENARIJEV – pogledi:

- „Zlato sredino, ne preveč butično, da bo na voljo večji populaciji, a omejeno glede števila da ne bo množičnega turizma“.
- Scenarij 2, vendar dodelano, da ni samo butično, zahtevnejši obiskovalci so v manjšini.
- „Nekaj vmes. Zelo butičnega se boste lahko šli le iz zraka. Zato mora biti najprej 1., ki napreduje v 2. Vi pa niste niti v 1.“

SKLOP 4



POLITIKE Z
UKREPI IN PROJEKTI
(AKCIJSKI NAČRT)



INFRASTRUKTURA, PONUDBA, KAKOVOST in VERIGE VREDNOSTI

RAZVOJNI CILJ 1:

Prenovljena in nadgrajena infrastruktura ter okrepljeni in konkurenčnejši destinacijski produkti, ki na destinaciji avtentičen način povezujejo turizem-kmetijstvo-gozdarstvo in ponujajo motiv obiska tudi za mesece izven poletja.

KLJUČNI IZZIVI (5), ki jih naslavljamo:

1. V letu 2023 je bila celotna destinacija močno prizadeta v avgustovskih poplavih. **Uničene in poškodovane je bilo veliko temeljne kot tudi turistične infrastrukture.** Ob tem je podoba pokrajine ob Savinji spremenjena za daljše obdobje, kar posega v temeljno privlačnost območja za obisk.
2. Destinacija Solčava-Luče ima izjemne naravne potenciale in vrsto odličnih posameznih ponudnikov. **Nima pa še razvitih prepričljivih destinacijskih produktov,** niti izoblikovanih jasnih tržnih segmentov, ki jih nagovarja. Okrepiti je potrebno temeljno ter kulinarčno in izkustveno ponudbo, ki omogoča oziroma krepi večdnevno bivanje v destinaciji, tudi izven poletja.
3. Pohodništvo je ena izmed ključnih ponudb destinacije in eden najpomembnejših motivov prihoda, pa vseeno **ni jasnih skrbnikov pohodniških poti, niti urejenega sistema vzdrževanja** drobne infrastrukture.
4. Osnova turistične ponudbe destinacije je izjemno privlačno in atraktivno gorsko okolje. **Velik del ponudbe je vezan na dejavnosti v naravi, za izvajanje teh dejavnosti pa ni jasnih pravil.**
5. Kmetijstvo, gozdarstvo in turizem so ključne gospodarske panoge v destinaciji. **Medsebojna povezanost teh tradicionalnih dejavnosti** bi morala biti močnejša, saj vzpostavljene verige vrednosti dokazano prinašajo dodano vrednost za vse.

STRATEGIJA:

Sanirali bomo posledice poplav iz avgusta 2023 – prenovili in nadgradili bomo drobno turistično infrastrukturo ter krepili večjo odpornost ponudbe in celoletnost destinacije.

Podpirali bomo nadaljnji razvoj turističnih kmetij in manjših butičnih nastanitev z gostinsko ponudbo. Pri razvoju apartmajev bomo podpirali samo lokalne vlagatelje.

Na odgovoren način bomo uporabljali izjemno naravno okolje in v njem gradili primerno in kakovostno infrastrukturo za aktivnosti v naravi.

Razvoj vseh produktov bomo gradili na lokalni dediščini in identiteti.

Destinacija je sestavljena iz dveh majhnih občin oziroma lokalnih skupnosti s skupaj dobrih 200 km² in 2.000 prebivalci, zaradi česar je **nosilna okoljska in socialna zmogljivost prostora kot tudi infrastrukture zelo omejena.** Z vsemi aktivnostmi na področju urejanja infrastrukture, ponudbe (nastanitvena, gostinska in produktna) ter kakovosti **sledimo razvojnemu scenariju „Zelo butično – malo več in veliko bolje“, ki temelji na aktivnem upravljanju in partnerstvih turizma, kmetijstva in gozdarstva za doseganje višje dodane vrednosti, skozi zmerno rast obsega kapacitet ter s poudarkom na trajnostni rasti in krepitvi kakovosti nastanitvene in raznolikosti spremljajoče ponudbe.** To razumemo kot temeljni pogoj za večjo uravnoteženost, desezonalizacijo ter dolgoročno vzdržnost razvoja in večjo odpornost turizma.

V zadnjih letih tradicionalne turistične kmetije opuščajo del svojih dejavnosti, povečuje se delež apartmajev. Destinacija mora najti način, da nadzoruje razvoj apartmajev in v tem segmentu zagotovi absolutno prednost lokalnim prebivalcem, zunanje investitorje pa omejuje oziroma usmerja v projekte, ki jih potrebuje. Okrepiti je treba gostinsko ponudbo in podporo nadaljnjemu razvoju turističnih kmetij, penzionov in manjših hotelov, ki so pomembni za celoletnost.

Destinacija je eno izmed redkih območij v Slovenji, ki se lahko pohvali z največjo koncentracijo izjemnih naravnih vrednot. Naravno okolje je hkrati tudi poligon za izvajanje aktivnosti v naravi. Razvoj produktov in potrebne infrastrukture bomo zagotavljali na profesionalen in odgovoren način. Turizem bomo organizirali kot kanal, ki bo krepil tudi učinke in produkte kmetijstva in gozdarstva.

PODROČJA POLITIKE: Razvoj in vzdrževanje turistične in s turizmom povezane infrastrukture, razvoj in upravljanje produktov, pospeševanje kakovosti in verige vrednosti (sodelovanje turizem-kmetijstvo-gozdarstvo).

KLJUČNI KAZALNIKI :

- Razmerje prebivalci: ležišča max 1 P : 1,5 L
- Zadovoljstvo prebivalcev s turizmom in s kakovostjo bivanja
- Razmerje P:J:Z:P:

POLITIKA 1: INFRASTRUKTURA, PONUDBA, KAKOVOST in VERIGE VREDNOSTI

RAZVOJNI CILJ 1:

Prenovljena in nadgrajena infrastruktura ter okrepljeni in konkurenčnejši destinacijski produkti, ki na destinaciji avtentičen način povezujejo turizem-kmetijstvo-gozdarstvo in ponujajo motiv obiska tudi za mesece izven poletja.

UKREP 1.7

Krepitev verig vrednosti

(sodelovanje turizma s kmetijstvom in gozdarstvom; vključno s KBZ na ravni regije po modelu Izvorno slovensko)

UKREP 1.6

Pospeševanje razvoja turističnih kmetij in kakovostnih turističnih nastanitev

UKREP 1.5

Izgradnja dolinske kolesarske poti od Celja do Logarske doline

1

UKREP 1.1
Popolnavna obnova in nadgradnja turistične infrastrukture

2

UKREP 1.2
Nadgradnja, razvoj, upravljanje (in vzdrževanje) destinacijskih produktov
(osrednji ukrep, ki predstavlja najbolj temeljno funkcijo DMO)

3

UKREP 1.3
Razvoj in nadgradnja panoramskih poti

4

UKREP 1.4
Planinski in turistični muzej
(izhodiščna tema dr. Johannes Frischauf)

5

6

7



UKREP 1.1

Poplavsna obnova in nadgradnja turistične infrastrukture

Namen ukrepa: Odpravljanje posledic poplav iz leta 2023 (občine, gospodinjstva, gospodarstvo, kmetijstvo, kultura) – najnujnejša sanacija in normalizacija stanja je predpogoj za razvoj ostalih dejavnosti.

Nosilec: RA SAŠA, Občini Luče in Solčava, vlada RS

Ključni partnerji: prizadeti v poplavah

- **1.1.1 Saniranje posledic poplav tudi na področju turizma:** ureditev javne infrastrukture (mostovi, ceste), poškodovanih ali v celoti uničenih pohodniških, tematskih in kolesarskih poti, dostopov do turističnih točk in druge turistične infrastrukture.

Široke posledice poplav za turizem:

- Zgornja Savinjska dolina je bila v poplavah 4. avgusta 2023 prizadeta v celoti, od izvira reke Savinje nad Slapom Rinka pa vse po dolini navzdol do Mozirja in naprej. Obsežnost uničenja narave in infrastrukture v vseh njenih občinah (Mozirje, Nazarje, Gornji grad, Rečica ob Savinji, Ljubno ob Savinji, Luče, Solčava) je na zgolj okvirno 45 km ogromna, za kar bo potrebnih veliko let, da se povrne – kolikor bo sploh mogoče – v prvotno stanje.
- **Uničenje nabrežij in korita reke Savinje, kot glavne »zlate žile turizma« v Zgornji Savinjski dolini** ter onesnaženost rek z odpadnimi materiali.
- **Uničenje javne turistične infrastrukture po dolini: tematskih sprehajalnih poti, pohodniških poti, mostovi in peš brvi, dostopi do naravnih znamenitosti in določene turistične točke.**
- **Ob nabrežjih ni več lepih tolmunov** in prodnatih koticov ob reki, ni več dreves, grmovnic in ostale biotske raznolikosti. Velike dele zemljin je voda odnesla (na nekaterih delih tudi po 2 ha zemljišč v kosu).
- Po oceni bo vsaj nekaj let **onemogočen ribolovni turizem** (Ujemi & Spusti) v reki Savinji in Dreti.
- **Gradbena delovišča v koritu reke in ob nabrežjih so obsežna in bodo trajala nekaj let** (intenzivna delovišča v letu 2024 in 2025). Posledica tega bo, da voda v reki ni in ne bo čista (kavna, blatna, umazana voda). Reka tako zelo dolgo ne bo primerna za turizem, še manj pa za življenje rib - dolgoročno uničena flora in favna. Narava bo potrebovala leta za vzpostavitev biotske raznolikosti.
- Veliko uničenje javne komunalne infrastrukture po dolini, cest in mostov. **Dolgoročno saniranje glavne transportne poti – edine magistralne ceste, ki poteka od Solčave do Mozirja.**
- **Sanacija in odstranjevanje poškodb plazov s stranskih cest**, ki vodijo do turističnih kmetij in naravnih znamenitosti, bo trajala leta.
- **Veliko subjektov turističnega gospodarstva je za razvoj svoje ponudbe najelo dolgoročne kredite**, ki jih bodo zaradi upada prihodkov težko odplačevali. Potrebna bodo dodatna sredstva za povrnitev ponudbe v prvotno stanje.
- **Pričakovana stagnacija turizma in onemogočen razvoj v nadaljnjih letih, ko konkurenca ne bo spala** (ostale gorske – alpske destinacije v Sloveniji, sosednji Avstriji in Italiji).
- Negativen turistični imidž poplavnega območja, ki so ga domači in tuji mediji po naravni nesreči ponesli v svet in katerega bo načrtno potrebno čimprej začeti spreminjati z organiziranimi vsebinami – programi in promocijskimi aktivnostmi.

UKREP 1.2

Razvoj in upravljanje nosilnih in povezovalnih produktov

1.2.1 Razvoj in upravljanje aktivnosti v naravi (OUTDOOR)

Namen ukrepa: Izjemno naravno okolje je najpomembnejši motiv za prihode obiskovalcev in najpomembnejši poligon za aktivni obisk. Zaradi občutljivosti okolja pa tudi zaradi krepitve kakovosti storitev je potrebno doreči režime - pravila obnašanja v občutljivem prostoru, zagotoviti skrbnike in primerne standarde vzdrževanja potrebne infrastrukture in zagotoviti storitve, ki so potrebne za strukturiranje prvovrstnega produkta.

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: občini Luče/Solčava, ponudniki in izvajalci aktivnosti v naravi, razvojne in varstvene institucije

1.2.1.1 Pohodništvo:

- **1.2.1.1.1 Nadgradnja in vzdrževanje obstoječih pohodnih in tematskih poti:**
 - Inventarizacija vseh turističnih pohodniških in tematskih poti v destinaciji ter njihova jasna segmentacija (v skladu s standardi Slovenia Outdoor 4.0).
 - Določitev skrbnika, ki bo zagotavljal tekoče vzdrževanje, nujne intervencije in razvoj,
 - Opredelitev ustreznega poslovnega sistema (in pogodb za vzdrževanje).
 - Program razvoja, urejanja in označevanja pohodniških in tematskih poti (enoten sistem označevanja in urejanja, parkirišča, izhodišča, drobna infrastruktura, interpretacijske točke...)
 - Optimizacija obstoječih turističnih pohodniških poti (krožni koncept, ime, nosilna tema).
- **1.2.1.1.2 Usmerjanje ponudnikov v specializacijo za pohodnike.**
- **1.2.1.1.3 Obnova pogorele planinske koče na Korošici.**
- **1.2.1.1.4 Zimsko pohodništvo in krpljanje:** po vzoru letnih pohodniških poti izbrati in zimskim razmeram primerno označiti nekaj zimskih poti (pomemben kriterij je odprta planinska koča).
- **1.2.1.1.5 Organizirati daljinsko pot Vodne poti KSA v turistični produkt** (primerljiv z AAT in Juliana Trail).
- **1.2.1.1.6 Vzpostaviti sistem razglednih točk – kot nov produkt.**
- **1.2.1.1.7 Digitalizacija pohodniških in tematskih poti:** vključitev vseh izbranih poti v Outdooractive sistem (kot sestavni del novega destinacijskega portala). GLEJ: Posodobljeni in funkcionalni tiskani materiali so opredeljeni v Ukrepi 4.1.

Segmentacija pohodniške ponudbe, kot jo opredeljujejo novi standardi Slovenia Outdoor – pohodniška destinacija (V-3.0)



STANDARDI SPECIALIZACIJE ZA POHODNIŠKO
NASTANITEV- POHODNIŠKI TRŽENJSKI STANDARDI:

<https://slovenia-outdoor.com/wp-content/uploads/2022/06/POHODNISKI-TRZENJSKI-STANDARDI-2022.pdf>

UKREP 1.2

Razvoj in upravljanje nosilnih in povezovalnih produktov

1.2.1 Razvoj in upravljanje aktivnosti v naravi (OUTDOOR)

Namen ukrepa: Izjemno naravno okolje je najpomembnejši motiv za prihode obiskovalcev in najpomembnejši poligon za aktivni obisk. Zaradi občutljivosti okolja pa tudi zaradi krepitve kakovosti storitev je potrebno doreči režime - pravila obnašanja v občutljivem prostoru, zagotoviti skrbnike in primerne standarde vzdrževanja potrebne infrastrukture in zagotoviti storitve, ki so potrebne za strukturiranje prvovrstnega produkta.

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: občini Luče/Solčava, ponudniki in izvajalci aktivnosti v naravi, razvojne in varstvene institucije

1.2.1.2. Kolesarstvo

- **1.2.1.2.1 Evidentiranje vseh turizmu namenjenih kolesarskih poti** (po obstoječih cestah, gozdnih cestah, kolovozih) v destinaciji in določitev skrbnika, ki bo zagotavljal tekoče vzdrževanje, nujne intervencije in razvoj turističnih vsebin na teh poteh. Vzpostaviti jasno segmentacijo poti, v skladu s standardi Slovenia Outdoor 4.0.
- **1.2.1.2.2 Dogovoriti partnersko sodelovane z MTB Savinjska** in vključiti gorsko kolesarjenje v turistično ponudbo.
- **1.2.1.2.3 Podporna ponudba za konkurenčen kolesarski produkt:** spodbuditi ponudnike za izposajo in servis opreme, specializacija/pridobitev standardov za kolesarsko nastanitev, razviti oblike shuttle prevozov za kolesarje.
- **1.2.1.2.4 Razviti mrežo polnilnic in zagotoviti izposajo električnih koles.**
- **1.2.1.2.5 Digitalizacija pohodniških in tematskih poti:** vključitev vseh izbranih poti v Outdooractive sistem (kot sestavni del novega destinacijskega portala). GLEJ: Posodobljeni in funkcionalni tiskani materiali so opredeljeni v Ukrepi 4.1.
- **1.2.1.2.6 Vzpostavitev in vodenje produktne kolesarske skupine:** DMO vzpostavi in vodi stalno produktno skupino, v katero vključi specialiste in izvajalce za produkt iz območja (priporočljivo tudi preko mej občine), skozi katero usmerja, upravlja in trženjsko krepi produkt.

Segmentacija kolesarske ponudbe,
kot jo opredeljujejo novi standardi Slovenia Outdoor – pohodniška destinacija (V-3.0)



Omrežje enoslednih poti, ki imajo urejen status. Poudarek je na spustu po tovrstnih poteh. Za vzpon so na voljo druge ceste in poti ali žičnica.
Kolo/E-kolo = kolo s polnim vzmetenjem



-Omrežje makadamskih / gozdnih cest in kolovozov, ki so smiselno povezane v produkt.
Kolo = gravel kolo



Omrežje asfaltiranih / makadamskih cest in/ali poljskih poti, ki so smiselno povezane v produkte in/ali so del več etapnih daljinskih kolesarskih poti. **Kolo/e-kolo = trekking kolo z eventualnim sprednjim vzmetenjem.**



Omrežje lokalnih asfaltiranih cest v kombinaciji z asfaltiranimi kolesarskimi potmi, ki so smiselno povezane v destinacijske itinerarje oz. so del regionalnih/nacionalnih ali internacionalnih itinerarijev/produktov.
Kolo = specialka



Omrežje kolesarskih poti, ki so v celoti odmaknjene od glavnih prometnic in so smiselno povezane v produkt. Glavni poudarek je na varnosti in relativno majhnem vzponu/spustu.
Kolo/E kolo = kolo s sedežem ali prikolico. Otroci imajo kolesa brez vzmetenja in lahko da tudi brez prestav.

1.2.1.3. Druge športne aktivnosti:

- **1.2.1.3.1 Ureditev parkirišč in vstopnih mest za plovbo po Savinji.**
- **1.2.1.3.2 Podpora urejanju plezališč.**
- **1.2.1.3.3 Ureditev do 5 novih športnih ferat.**
- **1.2.1.3.4 Podaljšanje zimskih tekaških prog** (pod Planjavo) in zagotavljanje odličnosti urejanja.
- **1.2.1.3.5 Podaljšanje zimskih tekaških prog** (pod Planjavo) in zagotavljanje odličnosti urejanja.
- **1.2.1.3.4 Usmerjena vključitev Športnega centra Luče na trg športnega turizma** (priprava kakovostnih orodij za trženje).

STANDARDI SPECIALIZACIJE ZA KOLESARSKO NASTANITEV- KOLESARSKI TRŽENJSKI
STANDARDI:

<https://slovenia-outdoor.com/wp-content/uploads/2022/06/kolesarski-standardi-2022.pdf>

1.2.2 Kulturna dediščina in način življenja

Namen ukrepa: Naravna, še bolj pa kulturna dediščina – izročila, zgodbe, znanje, vrednote, verovanja, stavbarstvo, umetnost in obrt, način življenja – vse to so temeljni gradniki identitete destinacije. Ljudje, ki stoletja živijo v tem prostoru so tisti, ki so oblikovali kulturno krajino in destinaciji zagotovili samosvoj in edinstven pečat. Vse oblike lokalne dediščine moramo razumeti kot veliko dragocenost in jih na primeren in premišljen način vključevati v ponudbo. S tem bomo krepili doživetja in prispevali k ohranjanju lokalnih vrednot.

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: Občini Luče/Solčava, ponudniki lokalnih doživetij, razvojne in varstvene institucije

- **1.2.2.1 Vzpostaviti sistem organiziranih in razpoložljivih kulturno-dediščinskih doživetij**, ki temeljijo na identiteti, lokalni kulinariki in običajih – smiselna navezava na 1.2.3.4.
- **1.2.2.2 Štirje festivali za štiri letne čase:** operativna priprava programskega koncepta tematskih festivalov, ki sledijo lokalnim izkušnjam, utripu in običajem in postopen zagon.
- **1.2.2.3 Prenova porušenega dela etnološke zbirke "Vas starih poklicev"** in večja turistična valorizacija
- **1.2.2.4 Prenove oziroma izkustvene nadgradnje ter večja tržna valorizacija objektov kulturne dediščine: Žagerski mlin in Vaško perišče.**
- **1.2.2.5 Programska zasnova in ureditev Tajčmanove hiše kot hiše spominov (z vključitvijo TIC).**
- **1.2.2.6 Celostna ureditev ikone Potočke zijavke:** Medvedova pot, urejanje dostopa do Potočke zijavke in posodobitev razstave o sledih ledenodobnih lovcev v muzeju Potočke zijavke.
- **1.2.2.7 Ohranjanje nesnovne dediščine in lokalnih običajev:** podpora projektom in akcijam in valorizacija za turizem.

1.2.3 Gastronomija in lokalni pridelki

Namen ukrepa: Lokalna gastronomija in lokalni pridelki so temeljni sestavni del kulturne dediščine in načina življenja na območju. Za večji pomen in ozaveščanje o pomenu kakovostne, lokalne, avtentične kulinarčne ponudbe ta sklop opredeljujemo kot ločen, čeprav je nemogoče poetgniti janso ločnico, kje se zaključi kulturno-dediščinski in kje začne kulinarčni produkt.

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: Občini Luče/Solčava, ponudniki lokalnih doživetij, gostinski in nastanitveni ponudniki.

- **1.2.3.1 Operacionalizacija novega krovnega destinacijskega kulinarčnega produkta**, z vsemi podpornimi ureditvami na terenu in trženjskimi orodji. Produkt je že pripravljen na ravni programskega koncepta (Pot solčavskih dobrot), ustrezno se nadgradi na celotno območje.
- **1.2.3.4 Organizacija in zagotavljanje izvedbe izbranih kulinarčnih doživetij** (kulinarika, popestrena z dogajanjem – ki so lahko na voljo posamezno ali pa se povezujejo v Pot solčavskih dobrot).
- **1.2.3.2 Oblikovanje in vzpostavitev novih destinacijskih izkustvenih produktov in doživetij:**
 - Obedi z razgledi
 - Odprte kmetije oziroma dnevi organiziranih kulinarčnih specialitet (v sezonskih mesecih opredeliti in vzpostaviti sistem, da so kmetije odprte po pripravljenem urniku; postopno širjenje na pred in po-sezono).
- **1.2.3.3 Tržnica Rinka:** promocija in prodaja lokalnih izdelkov – obogatitev obstoječe ponudbe in vsaj enkrat tedensko prisotnost predstavnic kmetij/ponudnikov z domačimi izdelki; vnaprej opredeljen koledar prisotnosti).
- **1.2.3.5 Oblikovanje in izdelava tipske kulinarčne stojnice**, ki služi tudi v promocijske namene destinacije.
- **1.2.3.6 Opredeliti kocnept solčavske in lučke sladice** in jo vključiti v prodajne kanale.

1.2.4 Podpora specializiranim ponudnikom (za posebne interese)

Namen ukrepa: V destinaciji obstaja vrsta ponudnikov, ki svojim gostom poleg lokalnih doživetij ponujajo tudi storitve, ki jih zahteva čas v katerem živimo: programe za poslovne obiskovalce, wellnes in retreat doživetja, hišno gastronomsko ponudbo in druge lastne programe. Tovrstna ponudba zahteva predano delo kompetentnih posameznikov, zato je ne moremo razvijati kot destinacijske pobude. Ker bogati destinacijo in povečuje dodano vrednost, jo moramo podpirati na individualni ravni, v skladu s potrebami vsakega posameznega ponudnika.

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: ponudniki specializiranih storitev in doživetij

- **1.2.4.1 Krepitev podpornega okolja za razvoj programov specializiranih ponudnikov** (retreat/mindfulness, MICE): razvoj drobne destinacijske podporne infrastrukture, incentive in team building programi, vodenje in interpretacija.
- **1.2.4.2 Aktivna vključitev produktov v krovne destinacijske kanale** in zagotavljanje drugih podpornih aktivnosti ponudnikom.

UKREP 1.3 Razvoj in nadgradnja panoramskih poti

Namen ukrepa: Solčavska panoramska pot je ena najpomembnejših atrakcij destinacije, pomembna kot doživetje obiskovalcev pa tudi kot povezovalni in spodbujevalni ekonomski model razvoja turizma na vplivnem območju. Samo pot je potrebno fizično bolje urediti, koncept pa okrepiti, razvijati dalje in dobro prakso širiti na druga območja.

Nosilec: Občine Luče, Solčava (DRSI – čigava je cesta?)

Ključni partnerji: DMO, ponudniki storitev ob poteh

- **1.2.1 Nadgradnja Solčavske panoramske poti:** i) utrditev – izboljšanje ceste, ii) vzdrževanje, ii) osvežitev in okrepitev partnerstva in ponudbe ob poti.
- **1.2.2 Zasnova in ureditev Lučke panoramske poti (pod Raduho),** temelj je ponudba ob poti in s tem ekonomski učinki.
- **1.2.3 Oblikovanje in organizacija vodenih programov.**

UKREP 1.4 Planinski in turistični muzej (izhodiščna tema dr. Johannes Frischauf)

Namen ukrepa: Zgodovina planinstva v Savinjskih Alpah je precej manj znana kot tista v Julijcih, pa nič manj zanimiva. Hkrati jo lahko razumemo tudi kot zgodbo o začetkih turizma na območju. Planinski muzej bi bila velika obogatitev koncepta Gorniške vasi, dodatna atrakcija, ki bi krepila ponudbo, pa tudi program, ki bi prispeval k enakomernejšem razporejanju obiskovalcev, če bi jo umestili na primeren način

Nosilec: DMO / občine / PZS

Ključni partnerji: DMO, Občini Luče in Solčava, PZS

- 1.4.1 Priprava projektne ideje (in izbor lokacije; predlog v občini Luče).
- 1.4.2 Priprava investicijskega načrta in vzpostavitev.

UKREP 1.5 Gradnja dolinske kolesarske poti od Celja do Logarske doline

Namen ukrepa: Zgraditi povezovalno kolesarsko pot, ki bi v prostor prinesla novo atraktivno ponudbo, prispevala k povezovanju znotraj celotne Savinjske doline in prispevala k krepitvi trajnostnih oblik mobilnosti

Nosilec: DRSI

Ključni partnerji: Občine Luče, in Solčava

- **1.5.1 Dogovor z DRSI – projektiranje in umestitev v prostor; odkup zemljišč in izvedba:** investicija je prevelika za lokalne možnosti, uvrstiti jo je potrebno v program državnih investicij.

UKREP 1.6

Pospeševanje razvoja turističnih kmetij in kakovostnih turističnih nastanitev

Namen ukrepa: Ambicija destinacije je postati butična. Trenutno imajo turistične kmetije in kakovostne hotelske hiše še znatno pomembnejši delež v strukturi nastanitvenih kapacitet, kot velja za slovensko povprečje, a se ta delež tudi v destinaciji Luče & Solčava na račun hitrejše rasti apartmajev zmanjšuje. Namen ukrepa je ohraniti in po možnosti izboljšati namestitveno strukturo.

Nosilec: Občini Luče, Solčava

Ključni partnerji: DMO, ponudniki nastanitvenih kapacitet

- **1.6.1 Opaznejša integracija turizma na kmetijah v identiteto destinacije in tržno komuniciranje.**
- **1.6.2 Koncipiranje turističnih con v OPN-jih, pomoč pri reševanju prostorske problematike.**
- **1.6.3 Selektivna obravnava zunanjih investorjev:** pomoč pri strukturah, ki jih destinacija potrebuje in destimulacija pri tistih, ki jih ne (apartmaji – omejite na rezidente). Obvladovanje širjenja obsega nastanitev, spodbujanje kakovostnih prenov in njihovega prestrukturiranja v višje kategorije in dopolnilne ponudbe, trajnostnega prehoda in kakovostnega posodabljanja.
- **1.6.4 Smernice in priporočila za prenovne turističnih nastanitev in gostinskih obratov in hortikulturno urejanje zunanjih površin turističnih objektov. GLEJ navezavo na Politiko 3 Ambient in identiteta.**
- **1.6.5 Mikro podjetniška finančna shema v podporo razvoju novih produktov, ponudbe in doživetji, kjer so zaznane vrzeli.** Letno se opredeljujejo programsko-produktni poudarki in kriteriji, glede na zaznane vrzeli in prioritete.

UKREP 1.7

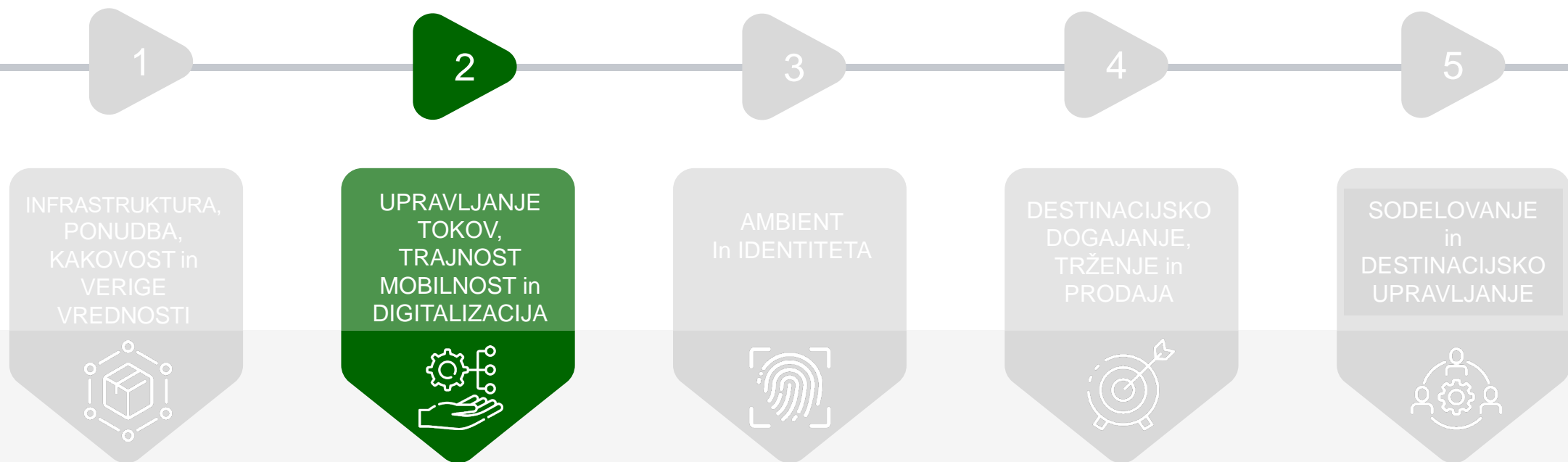
Krepitev verig vrednosti (sodelovanja turizma s kmetijstvom in gozdarstvom)

Namen ukrepa: Kmetijstvo in gozdarstvo sta veliko starejši tradicionalni dejavnosti v destinaciji kot pa turizem. Ker je turizem zelo dinamična dejavnost, ki se hitro spreminja, se povečuje tudi možnost težav in konfliktov v gospodarskem in socialnem okolju. S povezovanjem dejavnosti in krepitvijo pozitivnih sinergijskih učinkov bomo krepili sodelovanje in povečevali dodano vrednost ter skrbeli za bolj uravnoteženo mikro-gospodarsko okolje.

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: Občini Luče in Solčava, RA SAŠA, kmetije, kmetijske in gozdarske svetovalne službe

- **1.7.1. Pospeševanje pridelave, predelave in konfekcioniranja mesa** (in zelenjave?)
- **1.7.2. Povečevati in podpirati obseg ekološkega kmetovanja.**
- **1.7.3. Zasnova in vzpostavitev kolektivne blagovne znamke (predlaga se na ravni celotne Zgornje Savinjske doline),** po modelu Izvorno slovensko – kot razvojno-promocijske platforme za krepitev kakovosti, obsega in prodaje lokalnih pridelkov, izdelkov in doživetij. Nujno potrebno upoštevati in vključiti že vzpostavljene znamke in aktivnosti na območju.
- **1.7.4. Pospeševanje rabe savinjskega gorskega lesa v lokalni arhitekturi, oblikovanju in gradbeništvu.**
- **1.7.5. Ureditev vsaj dveh gozdnih učnih poti.**
- **1.7.6 Celostni pristop k ureditvi možnosti prodaje lokalnih izdelkov** (trgovinica, samopostrežna tržnica, opredelitev lokacij in kriterijev za prodajne lokacije, pospeševanje degustacij in izkustvenih doživetij na kmetijah).



UPRAVLJANJE TOKOV, MOBILNOST, TRAJNOST in DIGITALIZACIJA

RAZVOJNI CILJI 2:

Delujoč in digitalno podprt sistem mobilnosti in usmerjanja obiskovalcev
postane temelj boljšega upravljanja obiska,
nosilne zmogljivosti prostora
ter uravnoteženega in dolgoročno vzdržnega razvoja turizma.

KLJUČNI IZZIVI (5), ki jih naslavljamo:

1. Dolina je slabo pretočna, zato se obisk zgoščuje. Obnašanje obiskovalcev je pogosto neodgovorno (parkiranje vsepovsod, puščanje smeti, hrup, vznemirjanje domači živali, prekomerno nabiralništvo, hoja po travi, pasji iztrebki, hoja po tekaških in turnih smučinah).
2. Destinacija se zaveda izjemnosti naravnega okolja, saj ima dva krajinska parka. **Nobeden izmed parkov, niti najbolj obremenjena Logarska dolina, nima programa upravljanja**, ki bi na eni strani zagotavljal ohranjanje prvobitnega ambiena in narave, na drugi pa podpiral trajnostni razvoj lokalnega gospodarstva.
3. Solčava je pred desetletjem v Sloveniji veljala za pionirja na področju trajnosti, a zadnja leta je izgubila primat in na tem področju stagnira. Luče še kot ena redkih destinacij slovenskega turizma ni v ZSST.
4. Avtomobili pomenijo eno največjih **okoljskih obremenitev destinacije**, zgoščen promet je tudi ovira v vsakdanjem življenju prebivalcev. Javni prevoz ne odgovarja potrebam niti lokalne skupnosti, niti kot turistične destinacije.
5. Digitalizacija omogoča veliko rešitev, ki prej niso bile mogoče ali pa so zahtevale veliko število zaposlenih. **Slediti moramo tehnološkemu razvoju in rešitve, ki jih digitalizacija omogoča, aktivno vključevati v vsakodnevno reševanje problemov** na področju upravljanja obiska in prometa.

STRATEGIJA:

Krepili bomo informacijski in interpretacijski sistem, ki bo obiskovalcem pomagal razumeti občutljivo naravno in socialno okolje, v katerega prihajajo. Uredili bomo režime obiska najbolj obremenjenih točk, omejevali in odgovorno upravljali promet in krepili vse oblike javnega in okolju prijaznega prevoza.

Zagotovili bomo programe upravljanja za vsa zavarovana območja.

Razvijali in podpirali bomo trajnostne oblike mobilnosti.

Tudi digitalizacijo in sodobne tehnologije bomo uporabljali kot učinkovito orodje pri krepitvi trajnostnega razvoja in še posebej usmerjanja obiska oziroma prometa.

Destinacija Solčava – Luče je turistično najbolj atraktiven in posledično tudi obremenjen del Savinjske doline. Dolina nima pomembnejše tranzitne vloge, zato se večji del prometa v dolini zgosti in nato vrača nazaj. Med obiskovalci obstaja delež takih, ki občutljivega naravnega in socialnega okolja ne razumejo ali pa se v njem ne znajdejo. Vzpostavili bomo primerne režime, ki bodo obiskovalcem pomagali razumeti in doživljati izjemen ambient, v katerega prihajajo.

Vsi deležniki v destinaciji se zavedajo, da je v trajnost usmerjena oblika turizma za destinacijo edina sprejemljiva. Krepili bomo zelene sheme, podpirali pridobivanje okoljskih znakov in trajnostne modele dela in življenja v dolini na vseh področjih.

Prometno strategijo in politike bomo skupaj s sosednjim občinami oblikovali in udeleževali za celotno dolino. Zmanjševali bomo motoriziran promet, krepili javne prevoze in druge okolju prijazne načine potovanja, tako za turiste kot prebivalce.

PODROČJA: Urejanje prometnih režimov, upravljanje parkirišč, vzpostavljanje mehkih mobilnostnih povezav, krepitev trajnosti, digitalno podprt prometni sistem, izračuni in upravljanje nosilne zmogljivosti.

KLJUČNI KAZALNIKI:

- Sistem zelene mikro mobilnosti
- JPP: število dnevnih javnih povezav avtobusa Celje – Solčava
- Število oddaljenih parkirnih mest

POLITIKA 2: UPRAVLJANJE TOKOV, TRAJNOST, MOBILNOST in DIGITALIZACIJA

RAZVOJNI CILJ 2:

Delujoč in digitalno podprt sistem mobilnosti in usmerjanja obiskovalcev postane temelj boljšega upravljanja obiska, nosilne zmogljivosti prostora ter uravnoteženega in dolgoročno vzdržnega razvoja turizma.

UKREP 2.8

Digitalizacija v podporo upravljanju tokov in prometa

UKREP 2.7

Ozaveščanje obiskovalcev za bolj odgovoren obisk, krepitev zelenih kompetenc prebivalcev in ponudnikov, zelena komunikacija

UKREP 2.6

Napredek Solčave in vstop Luč v ZSST ter aktivnosti za blaženje in prilagajanje podnebnim spremembam

1

UKREP 2.1

Izračuni in upravljanje nosilne zmogljivosti ter odgovorno upravljanje turističnih tokov

2

UKREP 2.2

Okrepitev upravljanja KP Logarska dolina in vzpostavitev upravljanja Robanovega kota

3

UKREP 2.3

Skupna priprava in usklajeno izvajanje CPS
(skupaj s sosednjimi občinami za celotno Zgornjo Savinjsko dolino)

4

UKREP 2.4

Ureditev prometnega režima na celotnem območju in prioriteto v Logarski dolini

5

UKREP 2.5

Krepitev javnega prevoza in drugih trajnostnih oblik mobilnosti

6

7

8



UKREP 2.1

Izračuni in upravljanje nosilne zmogljivosti ter odgovorno upravljanje turističnih tokov

Namen ukrepa: Vzpostaviti vzvode za izračun nosilne zmogljivosti ključnih območij ter na teh osnovah vzpostaviti sistem upravljanja turističnih tokov, hkrati pa skozi druge ukrepe vzpostavljati prometne in druge režime ter razvijati infrastrukturo, ki je potrebna za varen in odgovoren obisk.

Nosilec: Občini Luče in Solčava, DMO
Ključni partnerji: Zavod za varstvo narave, ponudniki

- **2.1.1 Vzpostavitev sistemov za spremljanje/štetje obiskovalcev** (števci obiska na izbranih lokacijah) in **priprava ustreznih rešitev za usmerjanje obiskovalcev – upravljanje tokov, še posebej dnevnega obiska.**
- **2.1.2 Izračun okoljske in socialne nosilne zmogljivosti** izpostavljenih poti/območij/točk in ustrezno razvijanje, vzdrževanje in upravljanje.

GLEJ NAVEZAVE:

- Okrepitev upravljanja KP Logarska dolina in vzpostavitev upravljanja Robanovega kota (Ukrep 2.2) in Vzpostavitev prometnih režimov (Ukrep 2.3 in 2.4).

UKREP 2.2

Okrepitev upravljanja KP Logarska dolina in vzpostavitev upravljanja Robanovega kota

Namen ukrepa: Logarska dolina je eden izmed najbolj prepoznavnih identitetnih elementov Slovenije in slovenskega turizma, pa tudi dolina, v kateri stoletja živijo in gospodarijo domačini. Obisk v dolini se povečuje, brez primerne nadzora v poletnih konicah že presega meje vzdržnega. Zaradi omejenosti in dragocenosti prostora je nujno zagotoviti učinkovit režim upravljanja, ki bo usmerjal in po potrebi omejeval obisk, varoval naravno okolje in ščitil potrebe in način življenja prebivalcev. Podobni izzivi so na območju KP Robanov kot, kamor prenašamo dobre prakse, prilagojene specifikam Robanovega kota.

Nosilec: Občina Solčava

Ključni partnerji: prebivalci v parku, DMO, ZVND

KRAJINSKI PARK LOGARSKA DOLINA

- **2.2.1 Dogovor in dokončna izbira najprimernejšega upravljavca** (možne opcije: občinski režijski obrat, skupna institucija prebivalcev in občine, DMO).
- **2.2.2 Priprava načrta upravljanja**, ki bo vključevali in upošteval potrebe prebivalcev, usklajeval in usmerjal obisk in zagotavljal izvajanje varstvenega režima.
- **2.2.3 Usmerjanje obiska:**
 - 2.2.3.1 Določiti režim za prebivalce, njihove goste in ostale obiskovalce.
 - 2.2.3.2 Določiti/omejiti število parkirišč v parku, zagotoviti elektronski sistem obveščanja; ceno parkiranja prilagajati lokaciji parkirišč in dinamiki obiska.
 - 2.2.3.3 Fizično nadzorovati vstop z rampo, ki se zapre, ko so parkirišča polna; zagotoviti nadzor.
 - 2.2.3.4 Urediti izhodiščno parkirišče (ali več parkirišč) kot mobilnostno točko in zagotoviti javni prevoz s primerno frekvenco in urnikom (primer Vrata).
 - 2.2.3.5 Uskladiti rešitve s celo dolino in zagotoviti sistem obveščanja po celotni dolini navzdol.
- **2.2.4 Urejanje infrastrukture znotraj parka** (pohodniške in kolesarske poti, tekaške smučarske proge, turistične točke, počivališča, sanitarije).
- **2.2.5 Izvajanje drugih nalog v skladu z načrtom upravljanja.**

KRAJINSKI PARK ROBANOV KOT

- **2.2.6 Vzpostavitev sistema upravljanja za KP Robanov kot, preko vzvoda DMO.**

UKREP 2.3

Skupna priprava in usklajeno izvajanje CPS (skupaj s sosednjimi občinami za celotno Zgornjo Savinjsko dolino)

Namen ukrepa: Občini Luče in Solčava pokrivata bolj ali manj zaprti zaključek Zgornje Savinjske doline, v katerega prihajajo obiskovalci iz širše regije. Promet se usmerja in zgoščuje že pred prihodom v destinacijo, zato je skupna CPS edini način za učinkovito upravljanje prometnih tokov.

Nosilec: Občini Solčava in Luče

Ključni partnerji: ostale občine v regiji, razvojne institucije, DRSI, DMO

- **2.3.1 Priprava CPS** (za območje Zgornje Savinjske doline se načrtujeta dva CPS, vsak pokrije po 4 občine; nujna usklajenost in naslavljanje turističnih izzivov na področju prometa in mobilnosti).
- **2.3.3 Nadgrajevati oziroma povezovati sistem po dolini navzdol.**
- **2.3.4 Ureditev počivališč za avtodome:** identifikacija lokacij in vzpostavitev mreže za celotno dolino.

UKREP 2.4

Ureditev prometnega režima na celotnem območju in prioriteto v Logarski dolini

Namen ukrepa: V skladu z rešitvami iz CPS vzpostaviti ustrezno celotno ureditev prometnega režima na celotnem območju (oziroma celotni Zgornji Savinjski dolini), prioriteto pa umiriti promet v Logarski dolini (že kratkoročno).

Nosilec: Občini Solčava in Luče, upravljavec KP LD

Ključni partnerji: razvojne institucije, DRSI, DMO,

- **2.3.1 Opredelitev režima in sonaravna ureditev območij parkiranja v Logarski dolini:** maksimalno število parkirnih mest za obiskovalce (zmanjšujemo), prednost za stacionarne goste in režim vstopa z namenom umirjanja.
- **2.3.2 Ureditev mobilnostne točke / varnega JPP postajališča v Logarski dolini** (oziroma na ustrezni lokaciji) z informacijami, javnimi sanitarijami in nekaj parkirišči za avtobuse.
- **2.3.3 Vzpostavitev začasnih oddaljenih parkirišč in shuttle prevoz** za konice za testiranje dostopa z mehko mobilnostjo (testne izvedbe z zapiranjem Logarske doline);
 - 2.3.3.1 Ureditev režima za prebivalce, goste in dnevne obiskovalce;
 - 2.3.3.2 Urediti parkirišča v Logarski dolini in omejiti dnevno število vozil;
 - 2.3.3.3 Urediti izhodiščno parkirišče kot mobilnostno točko z zagotovljeno primerno frekvenco javnih prevozov;
 - 2.3.3.4 Zagotoviti celovit sistem informiranja in upravljanja mobilnosti.
 - 2.3.3.5 Testna zapiranje doline.
- **2.3.4 Določiti in urediti parkirišča in oblikovati cenovno politiko,** z vso potrebno podporno opremo (parkomati, urbana oprema, vzdrževanje in upravljanje, opredeliti namenskost sredstev).

UKREP 2.5

Krepitev javnega prevoza in drugih trajnostnih oblik mobilnosti

Namen ukrepa: Cest in parkirišč zaradi omejenega prostora ni možno graditi brez meja. V koničnih terminih je avtomobilskega prometa že sedaj preveč, zato ga je potrebno omejevati, obiskovalce pa usmerjati na javni prevoz in krepiti druge trajnostne oblike potovanja znotraj destinacije

Nosilec: Občini Solčava in Luče

Ključni partnerji: prevozniki, razvojne institucije, DRSI, DMO

- **2.5.1 Povečati frekvenco avtobusov, zagotoviti prevoz tudi ob vikendih.**
- **2.5.2 Podaljšati linijo do Logarske doline / kombinirati z lokalnimi prevozi.**
- **2.5.3 Zagotoviti sistem izposoje koles in e-koles.**
- **2.5.4 Zagotoviti prostor za kolesa tudi na avtobusih.**
- **2.5.4 Rešitve in vzvodi, ki jih bo ponudil CPS.**
- **2.5.5 Okrepljena komunikacija javnega prevoza in drugih oblik TM.**

GLEJ navezavo na UKREP 1.5: Izgradnja dolinske kolesarske poti od Celja do Logarske doline.

UKREP 2.6

Napredek Solčave in

vstop Luč

v Zeleno shemo slovenskega turizma ter aktivnosti za blaženje in prilagajanje podnebnim spremembam

Namen ukrepa: Namen ukrepa je nadalje krepiti trajnostni razvojni koncept turizma ter povečati penetracijo zelenih standardov in rešitev na ravni ponudnikov – z namenom okrepitve konkretnih zelenih rešitev in s tem zmanjšanja ogljičnega odtisa turizma. Ob izvajanju projektov za krepitev trajnosti v turizmu je preko zelene koordinacije (Zelena ekipa) nujno dosegati sinergije, saj sta občini majhni – ter okrepiti skupno sodelovanje na področjih upravljanja z odpadki in varovanja okolja). Ob tem se mora destinacija spremljati vpliv podnebnih sprememb na destinacijo ter izvajati ukrepe za prilagajanje in blaženje.

Nosilec: Občini Luče in Solčava, DMO

Ključni partnerji: razvojne institucije in ponudniki

- **2.6.1 Vstop Luč v ZSST in oblikovanje/upravljanje skupne prijave v prihodnje** (1 prijava, 1 zeleni koordinator, 1 zelena ekipa).
- **2.6.2 Priprava in implementacija prodornih akcijskih načrtov v okviru ZSST**, ki naslavlja identifikirane izzive in krepijo zeleno vrednost destinacije.
- **2.6.3. Krepitev obstoječe zelene ponudbe in pridobivanje okoljskih znakov** – na ravni ponudnikov.
- **2.6.4 Spremljanje vpliva podnebnih sprememb na destinacijo ter ukrepi za prilagajanje in blaženje.**

UKREP 2.7

Ozaveščanje obiskovalcev, krepitev zelenih kompetenc prebivalcev in ponudnikov ter zelena komunikacija

Namen ukrepa: Konflikti se pogosto pojavljajo tudi zato, ker obiskovalci, ki v največji meri prihajajo iz urbanih središč, naravnega in socialnega okolja, v katerega prihajajo, ne razumejo v zadostni meri. Prebivalci morajo svojo dediščino najprej dovolj dobro poznati sami, potem pa je skupna naloga destinacije, da vzpostavi primerno komunikacijo, ki bo obiskovalcem pomagala razumeti destinacijo in se v njej primerno obnašati.

Nosilec: Občini Luče in Solčava, DMO

Ključni partnerji: ponudniki in prebivalci

- **2.7.1 Aktivnosti za krepitev zavesti in samozavesti o lokalni dediščini, načinu življenja, vrednotah in znanju.**
- **2.7.2 Opredelitev in kreativni zapis „7 načel odgovornega ravnanja“ in „7 načel trajnostnega delovanja“** – vključitev v komunikacijske kanale.
- **2.7.3 Graditev primerne podobe destinacije v javnosti, osredotočanje na prave segmente obiskovalcev – družbeno odgovorno trženje** (*Politika 4 Trženje*).
- **2.7.4 Oblikovanje in kreativna implementacija destinacijskih zelenih napotkov**, na temeljih učinkovitejše komunikacije (ne prepovedi), tudi za uporabo na ravni ponudnikov.

UKREP 2.8

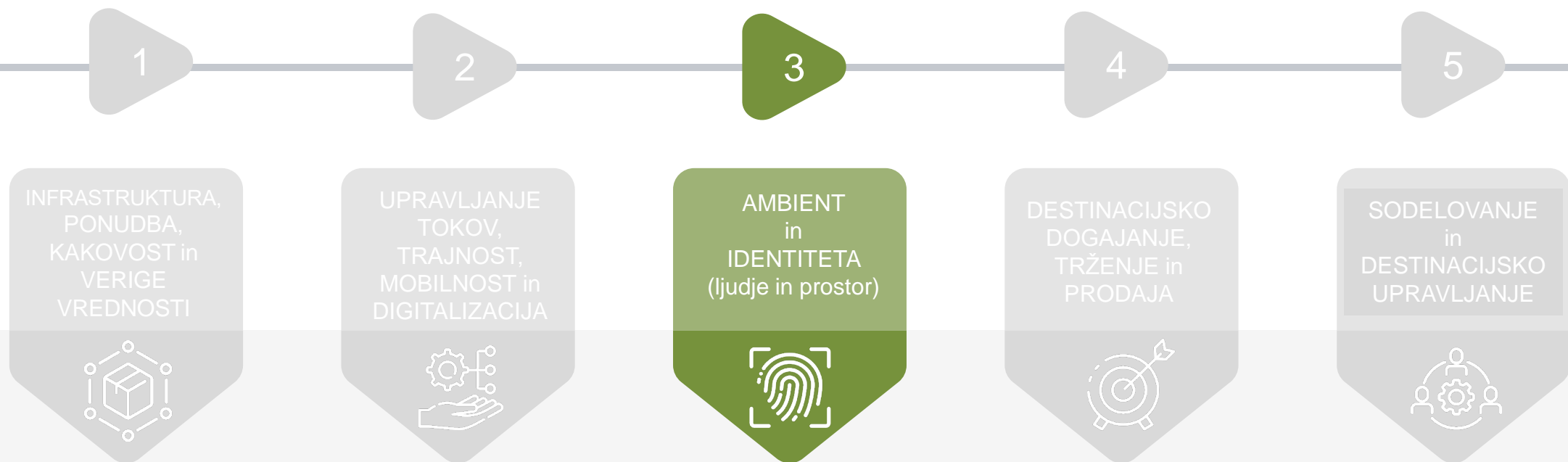
Digitalizacija v podporo upravljanju tokov in prometa

Namen ukrepa: Vzpostaviti učinkovite digitalno podprte sisteme – prioritetno za usmerjanje tokov in prometa.

Nosilec: Občini Luče in Solčava, DMO
Ključni partnerji: ponudniki in prebivalci

- **2.8.1 Vzpostavitev in upravljanje multimodalnega digitalnega informacijskega in rezervacijskega stičišča:**
 - Preučitev modelov.
 - Izbor sistema, ki bo omogočal nadgradnje.

NUJNO NAVEZAVA na nov destinacijski portal in rezervacijo doživetij (Ukrep 4.2).



AMBIENT in IDENTITETA

RAZVOJNI CILJI 3:

Turizem odgovorno in učinkovito ohranja kakovost življenja in vitalnost lokalne skupnosti, pospešuje urejenost prostora (ambienta) ter neguje identiteto in tradicionalno podobo kulturne krajine.



KLJUČNI IZZIVI (5), ki jih naslavljamo:

1. Naložbe v javno in turistično infrastrukturo ter urejenost vasi in celotnega javnega prostora so nujni za povečanje dodane vrednosti v turizmu. Urejenost trenutno zaostaja za pričakovanji turistov, kar nas oddaljuje od vizije butičnosti, avtentičnosti, vezane na kulturno identiteto destinacije ter večje dodane vrednosti za vse. **Med večjimi izzivi so prav celostne ureditve vasi Solčava in Luče.**
2. Naravna in kulturna krajina je izjemno pomemben element razvoja in promocije turizma na območju Solčave in Luč, vendar pri tem ohranjanje kakovostne krajine ni samoumevno. **Na ravni destinacije je potrebno aktivneje in po višjih standardih urejati prostor in vse posege v prostor ter ozavestiti vse deležnike o pomenu kakovostno urejenega ambienta.**
3. **Urejenost ključnih točk obiska zaostaja za imidžem destinacije.**
4. Identiteto in življenjski slog razumemo kot temeljni kapital destinacije, **ki pa zahteva res aktivno upravljanje, negovanje, pa tudi ustrezno vključitev v turistično komunikacijo. Na tem področju nam manjka znanja.**
5. **Za dobro počutje obiskovalcev je zelo pomembna zadovoljna in aktivna skupnost, zato moramo razumeti, da so vse ureditve v temeljih namenjene lokalni skupnosti. Na ta način bomo ohranili število mladega prebivalstva vsaj v današnjem obsegu in zagotovili dolgoročno vitalnost naših dveh majhnih lokalnih skupnosti.**



STRATEGIJA:

Po vzoru naših prednikov negujemo tradicionalno krajinsko podobo skupnega in identitetno enovitega območja, premišljeno gospodarimo z naravnimi viri in skrbimo, da bomo naše vode, gozdove, bio- in geo-diverziteto, kmetijska zemljišča in stavbno dediščino neokrnjeno predali novim generacijam.

Negujemo podobo in krepimo vrednost naše kulturne krajine in dediščine.

Skozi ta steber želimo še dodatno podpreti vizijo razvoja turizma, v kateri sporočamo, da skozi turizem (1) dvigujemo kakovost življenja, okolja in urejenost ambientov, (2) lokalne pridelke prodamo doma, (3) mladim dajemo perspektivo za življenje in delo doma ter (4) negujemo našo identiteto in ponos na naš prostor.

Bolj celostno bomo pristopili k celostnem urejanju in oživitvi vasi Solčava in Luče ter uskladili in uredili sistem označevanja, usmerjanja ter celostne podobe in arhitekturnih elementov javnih odprtih prostorov. Vse deležnike na območju bomo ozaveščali o pomenu kakovostnih prenov, ureditev in negovanja identitete.

PODROČJA: Urejanje javnega prostora, negovanje identitete, prostorsko načrtovanje.

KLJUČNI KAZALNIKI:

- Obseg enotno urejenih elementov javnega prostora
- Krajina in zaraščanje: obseg gozdov se ne povečuje (preprečujemo zaraščanje)

POLITIKA 3: AMBIENT in IDENTITETA

RAZVOJNI CILJ 3:

Turizem odgovorno in učinkovito ohranja kakovost življenja in vitalnost lokalne skupnosti, pospešuje urejenost prostora (ambienta) ter neguje identiteto in tradicionalno podobo kulturne krajine.

UKREP 3.5
Občinsko prostorsko načrtovanje v občinah Solčava in Luče, ki podpira vizijo in razvojni koncept turizma

UKREP 3.4
Okrepitev in razširitev koncepta Luč kot goriške vasi na celotno destinacijo

UKREP 3.1
Celostna ureditev in podoba vasi Solčava in Luče

UKREP 3.2
Uskladitev in ureditev sistema označevanja, usmerjanja ter celostne podobe in arhitekturnih elementov javnih odprtih prostorov

UKREP 3.3
Kakovostna sonaravna ureditev in upravljanje ključnih turističnih točk narave in kulture



UKREP 3.1

Celostna ureditev in podoba vasi Solčava in Luče

Namen ukrepa: Pristopiti k celostni ureditvi in oživitvi vasi Solčava in Luče. Vasi razumemo kot srce destinacije, ki mora biti urejeno, živeti, biti središče dogajanja in povezovati ljudi ter obiskovalce.

Nosilec: Občini Solčava in Luče, v sodelovanju z urbanisti
Ključni partnerji: Zavod za varstvo kulturne dediščine

3.1.1 VAS SOLČAVA:

- Celostna ureditev podobe in oživljanje vasi z vključevanjem prebivalcev in lastnikov.
- Celostni prostorski načrt prenove in ureditve vasi Solčava skladno z dolgoročnimi potrebami občine in turistične destinacije (mobilnostno središče s parkirnimi rešitvami, dostop do Savinje, posodobitev parka, umirjanje prometa, stanovanja ...), prednostno z natečajem in tudi mednarodnimi delavnicami.
- Spodbujanje in pomoč lastnikom pri aktivaciji opuščenih hiš (stanovanja, fasade ...) in prenovi ključnih objektov (pr. zadružnik).

Glej: Ukrep je že vključen v Strategijo trajnostnega razvoja občine Solčava 02030, Ukrep 1.5.1.

3.1.2 VAS LUČE:

- Celostna ureditev podobe in oživljanje vasi z vključevanjem prebivalcev in lastnikov.
- Celostni prostorski načrt prenove in ureditve vasi Luče, skladno z dolgoročnimi potrebami občine in turistične destinacije.
- Spodbujanje in pomoč lastnikom pri aktivaciji opuščenih hiš (stanovanja, fasade ...) in prenovi ključnih objektov.

UKREP 3.2

Uskladitev in ureditev sistema označevanja, usmerjanja ter celostne podobe in arhitekturnih elementov javnih odprtih prostorov

Namen ukrepa: Združiti resurse in vzpostaviti okrepljen enoten pristop k urejanju odprtega javnega prostora in ohranjanju krajinske podobe in arhitekturne dediščine tega območja. Za ureditve in umestitve je potrebno pridobiti ustrezna dovoljenja. Ukrep primarno naslavlja potrebe javnega prostora, hkrati pa podaja jasne smernice in rešitve tudi za zasebne uporabnike (glede identitete prostora, referenčnih materialov in arhitekturnih rešitev).

Nosilec: Občini Solčava in Luče, v sodelovanju z urbanisti
Ključni partnerji: Zavod za varstvo kulturne dediščine, Zavod za varstvo narave

3.2.1 Priprava kataloga opreme za urejanje javnega prostora, ki bo oblikovno skladna z identiteto prostora in turistično znamko, fazna izvedba preko posameznih občinskih NRP-jev. Katalog naj zajame naslednje elemente:

- Elementi za urejanje tlakovanih površin in prostorov za pešce;
- Elementi za počitek – klopi;
- Elementi za ravnanje z odpadki – koši;
- Elementi za osvetlitev – svetilke;
- Objekti in avtomati:
 - avtobusna postajališča,
 - avtomati za prodajo lokalnih izdelkov,
 - pitniki,
 - ograje,
 - nadstreški in pomožni objekti (npr. za shranjevanje koles);
- Umeščanje sončnih elektrarn na objekte;
- Nabor elementov ter oblikovalske in tehnične rešitve se lahko nadgrajujejo in posodablajo.

3.2.2 Priprava večletnega načrta implementacije – in postopna implementacija rešitev, v skladu s prioriteta.

3.2.2 Usposabljanje in ozaveščanje lastnikov dediščine.

3.2.3 Prenos tradicionalnih znanj na mlajše generacije.

3.2.4 Projekt uskladitve in ureditve sistema označevanja in usmerjanja.

3.2.5 Obnova nepremične kulturne dediščine v javni in zasebni lasti.

UKREP 3.3

Kakovostna sonaravna ureditev in upravljanje ključnih turističnih točk narave in kulture

Namen ukrepa: Točke obiska (tako naravne kot kulturne) so temeljni gradniki privlačnosti destinacije. Njihov temeljni in ključni element privlačnosti je urejenost, stalno vzdrževanje in zagotavljanje varnosti. Pristopiti je potrebno k celostni ureditvi ključnih točk interesa, v skladu s smernicami in elementi urejanja javnega prostora (iz Ukrepa 3.2).

Nosilec: Občini Solčava in Luče

Ključni partnerji: Zavod za varstvo kulturne dediščine, Zavod za varstvo narave

- **3.3.1 Celostna ureditev območja SLAPA RINKA** (ki vključuje prometno ureditev, prenovo objektov – vstopne info točke in panoramskega objekta Orlovo gnezdo, dostopne poti do slapu, informacijskih tabel in drugih elementov prostora, vključno s podobo in komunikacijo). Celostna zasnova in postopna implementacija.
- **3.3.2 Ureditev in vzdrževanje območja SLAPA PALENK.**
- **3.3.3 Ureditev in vzdrževanje območja SNEŽNE JAME.**
- **3.3.4 Celostna ureditev območja JUVANOVE PRODE (na jezu) z gostinsko ponudbo** (ki pa se ohranja kot zeleno območje).
- **3.3.5 Celostna ureditev vstopne točke v vas Luče na okljuku** kot sonaravno urejenega območja s prostorom za počitek in zasaditvijo (kot izhodiščna točka za dostop do osrednjega kopališča in navezava na pot Preko 5 mostov).

GLEJ TUDI – Ukrepi v okviru Politike 1:

- 1.2.2.4 Zagotovitev polnega delovanja in izkustvene nadgradnje etnološke zbirke „Vas starih poklicev“.
- 1.2.2.4 Prenove oziroma izkustvene nadgradnje ter večja tržna valorizacija objektov kulturne dediščine: Žagerski mlin, Vaško perišče.
- 1.2.2.5 Posodobitev razstave o sledih ledenodobnih lovcev v muzeju Potočke zijavke.

UKREP 3.4

Okrepitev in razširitev koncepta Luč kot gorniške vasi na celotno destinacijo

Namen ukrepa: Občina Luče je kot članica mreže Gorniških vasi (Bergsteigerdörfer) zavezana k jasnim standardom trajnostnega gorskega turizma, ki temelji na tradiciji, kulturi in originalnosti. Koncept bi bil direktno prenosljiv tudi na vas Solčava, vendar pa se zaradi politike združenja omejuje širjenje, sploh na tako majhnem območju. Vseeno pa ocenjujemo, da ima območje potencial, da koncept gorniške vasi prenese na celotno območje oziroma tudi Solčavo.

Nosilec: Občini Solčava in Luče

Ključni partnerji: PZS, mreža Gorniške vasi

- **3.4.1 Aktivno članstvo občine Luče v mreži Gorniških vasi in večja trženjska valorizacija tega koncepta.**
- **3.4.2 Prenos temeljnih gradnikov in vsebin na celotno območje** – priprava načrta in implementacija.

UKREP 3.5

Občinsko prostorsko načrtovanje v občinah Solčava in Luče, ki podpira vizijo in razvojni koncept turizma

Namen ukrepa: Okrepitev in vodenje proaktivne prostorske politike, ki podpira razvojno strategijo turizma na območju obeh občin ter krepitev ugodnega podpornega okolja za razvoj podjetniških idej in njihovega ustreznega umeščanja v prostor.

Nosilec: Občini Solčava in Luče, v sodelovanju z urbanisti

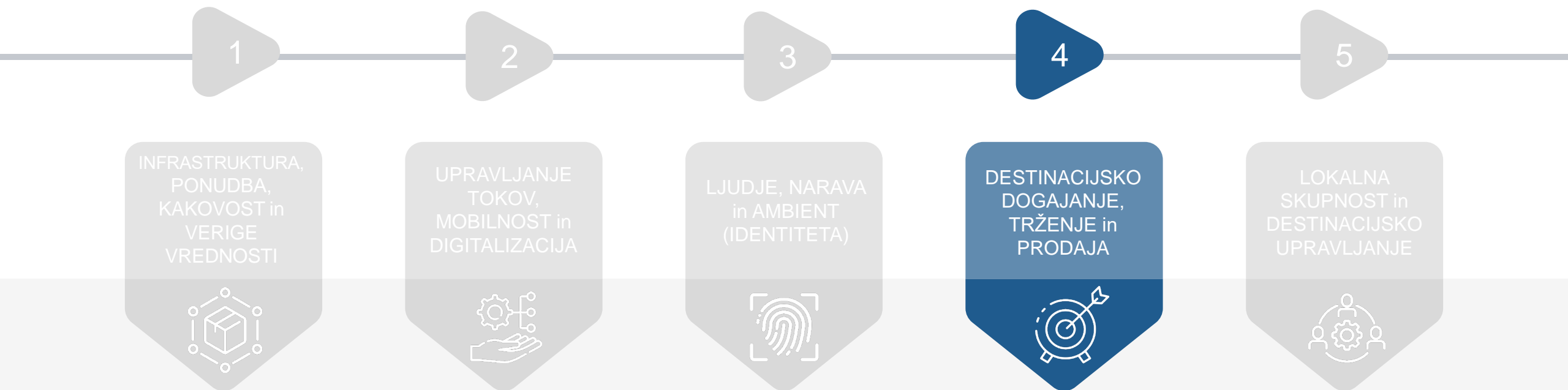
- **3.5.1 Zaključitev postopka priprave OPN (Občina Solčava).**
- **3.5.2 Vzpostavitev mehanizma rednih sprememb.**

GLEJ tudi UKREP 1.6 Pospeševanje razvoja turističnih kmetij in kakovostnih turističnih nastanitev.

POZOR – navezava na:

POLITIKO 1 – Ukrep 1.2.2 in 1.2.3 ter 1.7 na področju identitete je pomembna navezava na vsebine in ponudbo kulturne dediščine in gastronomije z lokalnimi pridelki, verige vrednosti, saj so temelj identitete tega prostora.

Pomembna je navezava tudi na CILJ 5: Zdrava in povezana SKUPNOST – področje ukrepanja, kot ga opredeljuje Strategija trajnostnega razvoja občine Solčava 2030.



DESTINACIJSKO DOGAJANJE, TRŽENJE in PRODAJA

RAZVOJNI CILJI 4:

Destinacijo pozicioniramo kot celoletno alpsko destinacijo s prvobitnim karakterjem, kjer se odklopimo in preprosto dobro počutimo.

Destinacijske produkte nadgrajujemo s privlačnim destinacijskim dogajanjem po 4 letnih časih in tako krepimo promocijo in motive za večdnevno bivanje tudi izven poletja.

KLJUČNI IZZIVI (5), ki jih naslavljam:

1. Občini oziroma destinaciji Solčava in Luče, ki se v novem strateškem obdobju združujeta v skupno destinacijo, **sta do zdaj komunicirali preko svojih trženjskih orodij in znamk. Splet, publikacije in druga orodja niso omogočala kakovostne prisotnosti na trgu, zato je potrebno oblikovati skupno znamko, orodja pa združiti ter posodobiti** na način, da bodo podpirala opredeljeno tržno pozicioniranje, jasne produkte in nagovarjala izbrane ciljne segmente. Ob svojih precej omejenih sredstvih in komunikaciji na trgu sta destinaciji del 'vodilne destinacije' **Zgornja Savinjska dolina (znamka Savinjska – čez Alpe in doline)**, ki pa v okvirno 15 letih kot regija ni naredila vidnih premikov.
2. Potrebno je okrepiti zavest o izjemni kakovosti okolja med vsemi deležniki (notranje do deležnikov in zunanje na trgu), **za izboljšanje cenovne pozicije destinacije** in okrepitev dodane vrednosti. Pomembno je, da vsi deležniki v destinaciji **sprejmejo koncept kvalitete pred kvantiteto** in da razumemo, da butičnost ne pomeni ekskluzivnost, temveč delo na kakovostni ponudbi, temelječi na lokalnih virih, na odlični izkušnji in urejenem prostoru. Vse to ima svojo ceno. To si moramo izboriti tudi skozi dovršeno komunikacijo in jasno sporočanje vrednosti destinacije na trgu.
3. Kljub majhnosti in zaradi tega preprosti obvladljivosti destinacije je **premalo sodelovanja in povezovanja ponudnikov ter prodajnih produktov**, še posebej pa povezanega dogajanja na destinacijski ravni.
4. Temelji trženjski izzivi so vezani tudi na **pozicioniranje kot celoletne destinacije in podaljšanje bivanja** – pritegniti več gostov, ki ostanejo dlje časa in iščejo bolj izkustveno, avtentično, lokalno in poglobljeno izkušnjo.
5. **Na majhnem območju sta trenutno dva TIC-a** (v Solčavi širši informacijski center z razstavo Center Rinka, v Lučah pa TIC, ki skozi odpiralni čas in razpoložljive kadre ne odgovarja potrebam sodobnega turista). **Resurse je potrebno združiti in to funkcijo optimizirati.**

STRATEGIJA:

Destinacijo Solčava-Luča pozicioniramo kot celoletno alpsko destinacijo dobrega počutja s prvobitnim karakterjem, za odgovorne ljubitelje narave in outdoor navdušence, ki cenijo izjemne naravne danosti, tradicijo in lokalne vire te gorske skupnosti. V skupni znamki povezanega območja izpostavimo Logarsko dolino kot eno najlepših alpskih dolin in najbolj prepoznavnih ikon slovenskega turizma (vzpostavljamo znamko Logarska dolina, s podpisom, ki natančno opredeli geografsko območje, to je: Solčava-Luča).

Z okrepljenim trženjem, ki temelji na privlačnem destinacijskem dogajanju po 4 letnih časih, krepimo stacionarni profil in jasen motiv prihoda v vseh letnih časih. Poleti bolje usmerjamo obiskovalce in upravljamo izkušnjo ter pospešeno tržimo izven poletja.

V komunikaciji izpostavljamo karakter destinacije kot prostora dobrega počutja, kjer se umaknemo, umirimo, povežemo s sabo, naravo, ljudmi - v bolj počasnem okolju, stran od množičnih tokov. Pomemben element edinstvenosti destinacije je slog življenja, trdoživa skupnost - kleni ljudje, ki že stoletja živijo v ravnovesju z naravo. Na področju aktivnosti v naravi znamo učinkovito predstaviti dejstvo, da je območje v Sloveniji pionir na področju razvoja organiziranega gornišтва - pohodniškega turizma, vse od 1860 naprej.

Z jasno komunikacijsko strategijo (ki podpira vizijo in produktni portfelio destinacije) in prenovo trženjskih orodij vzpostavljamo kakovostno osnovo za sodobno trženje: kombinacija off-line in on-line orodij – s poudarkom na trženju skozi kakovostne vsebine, destinacijsko dogajanje ter s sodelovanjem v okviru regije (1) Zgornja Savinjska dolina in (2) Kamniško-Savinjske Alpe ter (3) preko aktivnosti v outdoor segmentu. Za krepitev prihodov izven poletja podpiramo specializirane ponudnike v segmentih retreats in MICE turizma. Krepimo zeleno in družbeno odgovorno trženje – v ospredje postavljamo odgovorno komunikacijo in izobraževanje ter usmerjanje obiskovalca – za bolj odgovoren obisk in bolj poglobljeno izkušnjo.

PODROČJA POLITIKE: Upravljanje skupne destinacijske znamke, priprava trženjskih infrastrukturnih orodij (splet, publikacije, družbena omrežja, spominki itd.), načrtovanje in izvajanje promocije na trgu, izvajanje TIC funkcije in boljše medsebojno poznavanje (ponudniki – doživetja).

KLJUČNI KAZALNIKI:

- Zasedenost
- Povprečna doba bivanja
- Število prenočitev
- Sezonskost – razmerje P:J:Z:P
- Zadovoljstvo obiskovalcev z obiskom

POLITIKA 4:
DESTINACIJSKO DOGAJANJE,
TRŽENJE in PRODAJA

RAZVOJNI CILJ 4:

Destinacijo pozicioniramo kot celoletno alpsko destinacijo s prvobitnim karakterjem, kjer se odklopimo in preprosto dobro počutimo. Destinacijske produkte nadgrajujemo s privlačnim destinacijskim dogajanjem po 4 letnih časih in tako krepimo promocijo in motive za večdnevno bivanje tudi izven poletja.

UKREP 4.6
Vzpostavitev sistema spletne rezervacije in prodaje vseh elementov ponudbe

(v podporo učinkovitejšemu upravljanju obiska in izboljšanju izkušnje)

UKREP 4.5
Okrepljena informacijsko-usmerjevalna funkcija
(še posebej za dnevne obiskovalce)
in optimizacija delovanja TIC-ev

UKREP 4.1
Vzpostavitev in upravljanje skupne znamke destinacije Solčava-Luče

UKREP 4.2
Kakovostna prenova vseh trženjskih orodij

UKREP 4.3
Vzpostavitev in učinkovito upravljanje destinacijskega dogajanja (animacije) po letnih časih

UKREP 4.3
TEMELJNA AKTIVNOST:
Skupno načrtovanje in izvajanje promocije destinacije:
učinkovito informiranje in usmerjanje gostov v poletnih mesecih ter ciljno usmerjena promocija za okrepitev pomladi, zime in jeseni



UKREP 4.1

Vzpostavitev in upravljanje skupne znamke destinacije

Solčava-Luče

Namen ukrepa: Opredeliti in oblikovati skupno znamko, ki bo gradila na ključnem kapitalu skupne destinacije in ki se bo uspela v najkrajšem možnem času vzpostaviti na trgu.

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: vsi deležniki v destinaciji (javni, nevladni in zasebni sektor)

- **4.1.1 Opredelitev in oblikovanje skupne znamke (znaka) in zgodbe:**
 - Oblikovanje znaka na osnovi jasnih izhodišč (iz krovne strategije turizma);
 - Priprava priročnika za uporabo celostne grafične podobe, ki je nadgrajen v 'Brand book' (identiteta znamke, zgodba, vrednote, USP, predstavitev skupne destinacije, s katerim učinkovito sporočamo do vseh B2B deležnikov, kdo smo in kako delujemo);
 - Distribucija 'Brand booka' do ponudnikov – kot temeljni predpogoj za krepitev uporabe znamke med turističnimi in s turizmom povezanimi ponudniki in drugimi deležniki.
 - Arhitekturni sistem do drugih znamk.
 - Sistem vrednot, h katerim se zavezujemo z uporabo znamke.
- **4.1.2 Opredelitev skrbnika znamke** in kontinuirana skrb za koherentnost vsakokratne pojavnosti krovne destinacijske znamke.

UKREP 4.2

Kakovostna prenova vseh trženjskih orodij

Namen ukrepa: Vzpostaviti in upravljati jasno ter destinaciji avtentično komunikacijsko strategijo, domišljene, jasne, funkcionalne in do ciljnega obiskovalca jasne/prijazne komunikacijske stalnice ter razvijati visokokakovostna trženjska infrastrukturna orodja v podporo sodobnemu trženju.

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: vsi deležniki v destinaciji (javni, nevladni in zasebni sektor)

- **4.2.1. Inventarizacija vseh spletnih vsebin, tiskanih publikacij in drugih orodij** (raven destinacije in ponudnikov) **ter na osnovi analize priprava načrta/koncepta vseh orodij** (publikacije, foto vsebine, video vsebine, promocijski artikli, spominki), s ciljem optimizirati obseg (stroške), komunikacijo in učinkovitost.
- **4.2.2 Priprava rednih letnih uredniških koledarjev** (vsebine po mesecih in tednih: nujna navezava na uredniški koledar STO).
- **4.2.3 Priprava novih orodij (in stalna skrb za posodabljanje):**
 - 4.2.3.1 Vzpostavitev sodobnega **skupnega destinacijskega portala** (ki nadomesti vse zdajšnje portale in omogoča spletno prodajo doživetij – GLEJ 4.6);
 - 4.2.3.2 Redna skrb za nove **fotografije in video vsebine**, ki podpirajo komunikacijski koncept, produkte in so pripravljene tudi glede na različne letne čase (uveljavljanje visokih standardov, ki sledijo konceptu priporočil za fotografije iz My way priročnika STO);
 - 4.2.3.3 **Tiskane publikacije** (v skladu z načrtom 4.2.1);
 - 4.2.3.4 Prenova **promocijskih artiklov in spominkov** (v skladu z načrtom 4.2.1);
 - 4.2.3.5 Priprava kratke operativne strategije za **družbena omrežja** in upravljanje nekaj izbranih družbenih omrežij;
 - 4.2.3.6 **Koledar prireditve** (zelo pomembno najti sistem, ki bo učinkovit, funkcionalen in racionalen)
 - 4.2.3.7 **Informacijski MUST-KNOW & EXPERIENCE** paket za goste na destinaciji.
- **4.2.3 Priprava orodij za ponudnike, za vključitev destinacijske ponudbe v njihove kanale.**

UKREP 4.3

Vzpostavitev in učinkovito upravljanje destinacijskega dogajanja po letnih časih

Namen ukrepa: Destinacijo večinoma tvorijo manjši ponudniki, ki nimajo svojih trženjskih/prodajnih in animacijskih ekip, ki bi skbele za animacijo in usmerjanje gostov. Večina ponudbe je vezane na izvedbo v naravi, zaradi česar je odvisnost od vremena velika, kar vpliva na previsoko sezonskost. Ključno za odpravo teh izzivov je povezano dogajanje na ravni destinacije, ki gostu ponudi organizirane dejavnosti, po vnaprej znanem urniku. Skozi programsko osmišljeno in povezano dogajanje (ki vključuje prireditve, dogodke, delavnice, vodene aktivnosti itd.) želimo gostu na pregleden in prijazen način ponuditi dovolj dogajanja – in s tem večji motiv za prihod ter daljše bivanje. Aktivnosti vključujejo dogajanje v destinaciji in napotovanje tudi na aktivnosti v regiji.

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: ponudniki

- **4.3.1 Priprava vsakoletnega načrta dogajanja po letnih časih** in priprava poslovnega modela za izvedbo.
- **4.3.2 Priprava vseh podpornih orodij za izvedbo in komunikacijo.**
- **4.3.3 Vključitev v promocijske kanale destinacije, regije in ponudnikov.**

UKREP 4.4

Izvajanje promocije destinacije: učinkovito informiranje in usmerjanje gostov v poletnih mesecih ter ciljno usmerjena promocija za okrepitev pomladi, zime in jeseni

Namen ukrepa: V okviru osrednjega trženjskega ukrepa (to je izvajanje promocije destinacije) želimo najprej zagotoviti, da se bo načrtovanje tržnega komuniciranja/promocije izvajalo v sodelovanju z vsemi ponudniki na destinaciji. Pri načrtovanju aktivnosti se navezujemo na aktivnosti na ravni STO in regijske aktivnosti (Zgornja Savinjska dolina in Kamniško-Savinjske Alpe) ter sledimo konceptu desezonalizacije, povečevanju neodvisnosti od on-line rezervacijskih sistemov in nagovarjanju izbranih ciljnih segmentov.

Nosilec: DMO
Glavni partnerji: ponudniki

- **4.4.1 Priprava in izvajanje letnega promocijskega načrta** – ki podpira ciljno promocijo po produktih in na izbranih trgih.

UKREP 4.5

Okrepljena informacijsko-usmerjevalna funkcija (še posebej za dnevne obiskovalce) in optimizacija delovanja TIC-ev

Namen ukrepa: Današnja TIC funkcija se spreminja iz klasične informacijske v aktivno usmerjanje, priporočanje in napotovanje (kot destinacijski concierge). Hkrati je potrebno upoštevati dejstvo, da glede na strukturo in zelo butični karakter destinacije stacionarni obiskovalec večino informacij dobi pri svojem ponudniku. Največji izziv predstavlja učinkovito usmerjanje dnevnih obiskovalcev, pri katerih pa moramo doseči boljše vnaprejšnje poznavanje destinacije in načrtovanje obiska (kar pa naslavljammo skozi Ukrepe 4.6).

Nosilec: DMO

Glavni partnerji: Občini Luče in Solčava, ponudniki

- **4.5.1 Izobraževanja ponudnikov o destinaciji – sistem priporočil s strani ponudnikov:** temeljni predpogoj za večje mreženje med ponudniki in kakovostno usmerjanje obiskovalcev po destinaciji (od enega do drugega ponudnika) je odlično poznavanje destinacije, ponudnikov in visoka pripadnost. Projekt vključuje:
 - Redna letna interna študijska potovanja/dnevni odprti vrat (s ciljem, da se ponudniki spoznajo in na ta način lažje priporočajo drug drugega);
 - DMO redno zbira in zagotovi distribucijo novosti pri ponudnikih (ne samo do medijev, temveč tudi deljenje informacij v okviru mreže ponudnikov – vsi v destinaciji morajo poznati novosti, doživetja, organizirane programe ...);
 - Oblikovati preprost sistem, kako ponudnike spodbuditi in jim olajšati delo za to, da usmerjajo obiskovalce tudi do drugih točk v destinaciji (podporna orodja, stimulacije ...).
- **4.5.2 Zasnova in izvesti optimizacijo TIC funkcije** (preučiti model za optimizacijo TIC-a v Lučah, medtem ko Center Rinka še nadalje krepi privlačne vsebine, ki presegajo klasično TIC funkcijo in se vzpostavlja kot dnevna soba ne zgolj destinacije, temveč lokalne skupnosti).

UKREP 4.6

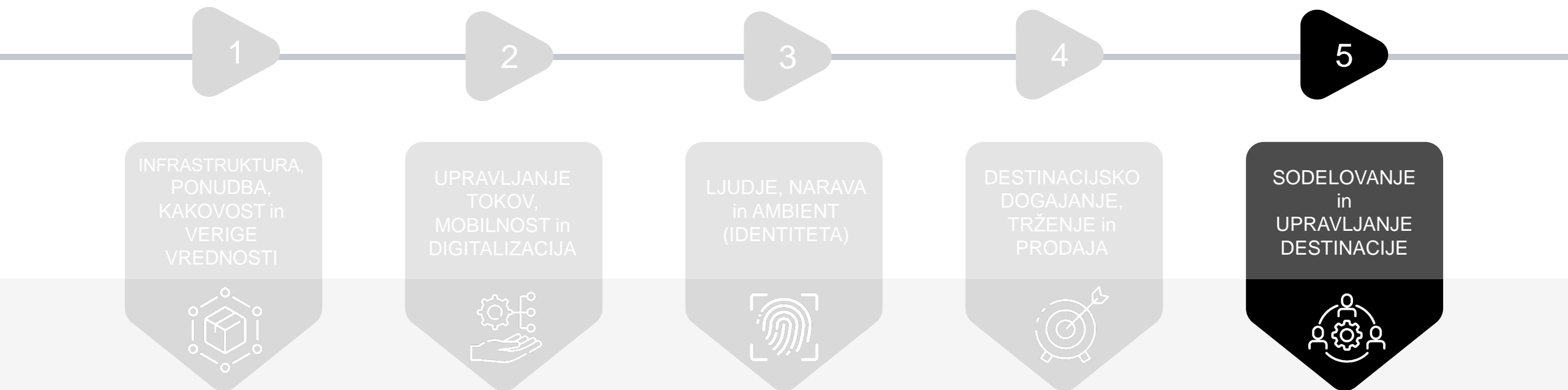
Vzpostavitev sistema spletne rezervacije in prodaje vseh elementov ponudbe – za bolj odgovoren obisk in boljše izkušnje

Namen ukrepa: Destinacija ima na eni strani zelo omejene vire prostora in ponudbe, na drugi pa zelo razdrobljeno ponudbo. Nadalje, poleti prevelik obisk (dnevni), v drugih letnih časih premajhen. Skozi ta ukrep želimo vzpostaviti zavedanje in razviti podporna orodja za boljše vnaprejšnje načrtovanje obiska in rezervacijo vseh ključnih elementov ponudbe (parkirišča, gostinska ponudba, doživetja) – ne samo za stacionarnega, temveč tudi dnevnega obiskovalca.

Nosilec: DMO

Glavni partnerji: ponudniki

- **4.6.1 Priprava idejnega projekta: popis vseh elementov ponudbe in opredelitev sistema vnaprejšnjih rezervacij.**
- **4.6.2 Priprava ustrezne digitalno podprte rešitve (vključitev v krovni destinacijski spletni portal).**
- **4.6.3 Zagotavljanje kakovostnega, odzivnega upravljanja sistema.**
- **4.6.4 Priprava načel odgovornega obiska in vključitev v vsa orodja na ravni destinacije in ponudnikov.**



SODELOVANJE in UPRAVLJANJE DESTINACIJE

RAZVOJNI CILJ 5:

Občini Solčava in Luče združita kadrovske in finančne resurse in skozi nadgrajen model DMO Center Rinka vzpostavita učinkovito skupno upravljanje destinacije, z aktivnim pokrivanjem vseh funkcij destinacijskega managementa.



KLJUČNI IZZIVI (5), ki jih naslavljam:

1. Logarska dolina je ena izmed ikon slovenskega turizma, **destinacija pa ni organizirana na način, da bi ta potencial bolje izkoristila.**
2. **Destinacijska organizacija mora biti informacijska in organizacijska infrastruktura za obiskovalce in za vse ponudnike v destinaciji.** Prispevati mora svoj delež k urejanju infrastrukture in upravljanju turističnih tokov, razvoju ponudbe in kakovosti storitev, povezovanju ponudbe in ponudnikov, krepitvi konkurenčnosti in pozicioniranju na mednarodnem trgu. Teh nalog še ne opravlja v zadostni meri.
3. Trenutna organiziranost (v Solčavi Center Rinka, v Lučah v okviru občinske uprave in preko TIC-a) kaže na veliko kadrovsko in finančno podhranjenost DMO – potreba po ustrezni organizacijski obliki in okrepitvi.
4. **Destinacija še ni dovolj močno profilirana in prisotna v regijskih in nacionalnih strukturah;** z boljšo organiziranostjo, učinkovitostjo in jasnim programom si mora izboriti delež, ki si ga zasluži.
5. **Turizem se močno prepleta in vpliva na kakovost življenja prebivalcev, zato mora biti ustrezno vključen v prostorske in razvojne programe** obeh občin, ki sestavljata destinacijo.



STRATEGIJA:

Občini Solčava in Luče bosta ustanovili skupno destinacijsko organizacijo (nadgrajen koncept Centra Rinka).

Nova DMO bo turizem v destinaciji povezovala, krepila in predstavljala na informacijski, tržni, razvojni in upravljavski ravni.

Nova DMO bo aktivni soustvarjalec in nosilec strategije turističnega razvoja, v partnerstvu z lokalnimi skupnostmi in razvojnimi institucijami bo skupaj z vsem zainteresiranimi deležniki pomembno pripevala k upravljanju turističnih tokov (ne samo na območju, temveč tudi v regijah Zgornja Savinjska dolina in Kamniško Savinjske Alpe), krepitvi ponudbe in dodane vrednosti ter k krepitvi pozicije destinacije na mednarodnem trgu.

Kompetentna destinacijska management organizacija (DMO) je ključen dejavnik pri upravljanju turističnih tokov in krepitvi razvoja turizma v ciljni smeri butične destinacije z večjo dodano vrednostjo. Obe občini, Solčava in Luče, bosta podprli, povezali in združili turistično ponudbo tudi skozi ustanovitev skupne destinacijske organizacije, ki bo imela sedež v Centru Rinka.

S krepitvijo kompetenc, usposabljanjem ekipe, učinkovitim razvojem organizacijske strukture in krepitvijo finančnih virov bomo zagotovili, da bo nadgrajen Center Rinka razvijal, krepil in udeleževal najpomembnejše funkcije destinacijske menedžment organizacije: tržno & informativno, razvojno in upravljavsko.

Na območju je še veliko neizkoriščenih razvojnih potencialov, znanja in zainteresiranih deležnikov. V sodelovanju z drugimi sektorji bomo povečevali dodano vrednost turistične ponudbe in širili multiplikativne učinke turistične dejavnosti. Skozi modele sodelovanja in vključevanja bomo krepili sinergijo in pospeševali razvoj – najprej temeljno na območju občin Solčava in Luče, ko bomo vzpostavili trdno in delujočo strukturo, ki bo temeljila na zaupanju in aktivnem partnerstvu z deležniki na območju, pa je glede na strateško pozicijo destinacije v Zgornji Savinjski dolini v srednjeročnem obdobju vizija krepitve funkcije upravljanja tokov in turizma v celotni Zgornji Savinjski dolini. Že kratkoročno pa destinacija sodeluje, prispeva in izkorišča razvojno-promocijske platforme tako Zgornje Savinjske doline kot Kamniško-Savinjskih Alp.

PODROČJA POLITIKE: organiziranost DMO, vzvodi za vključevanje ponudnikov, izvajanje strategije.

KLJUČNI KAZALNIKI:

- Zadovoljstvo prebivalcev z razvojem turizma

**POLITIKA 5:
SODELOVANJE in
UPRAVLJANJE DESTINACIJE**

RAZVOJNI CILJ 5:

Občini Solčava in Luče združita kadrovske in finančne resurse in skozi nadgrajen model DMO Center Rinka vzpostavita učinkovito skupno upravljanje destinacije, z aktivnim pokrivanjem vseh funkcij destinacijskega managementa.

UKREP 5.1
**Ustanovitev skupne
destinacijske organizacije (DMO),
dogovor o upravljanju in financiranju**

UKREP 5.2
**Primerna interna
organiziranost
in krepitev kompetenc
zavoda za turizem
(Centra Rinka) kot DMO**
(destinacijske management
organizacije)

UKREP 5.3
**Krepitev partnerskih in
medsektorskih povezav in
sodelovanja na območju
in širše**
(v regijah Zgornja Savinjska dolina in
Kamniško Savinjske Alpe ter v Sloveniji)

UKREP 5.4
**Spremljanje in
vrednotenje izvajanja
strategije**

(stalna Strateška skupina,
letna evalvacija in poglobljena na
polovici obdobja)

UKREP 5.4
**Analitika, izobraževanje, razvoj,
kadri in inovacije**



SODELOVANJE in UPRAVLJANJE DESTINACIJE: Ukrepi in projekti

UKREP 5.1

Ustanovitev skupne destinacijske organizacije, dogovor o upravljanju in financiranju

Namen ukrepa: Povezati turistično ponudbo v zaokroženo destinacijo, zagotoviti organizacijsko infrastrukturo za podporo ponudnikom in nadaljnji usmerjen razvoj turizma, poenotiti in okrepiti upravljanje turističnih tokov in dejavnosti.

Nosilec: Občini Luče in Solčava

Ključni partnerji: turistični ponudniki in deležniki v destinaciji

- **5.1.1 Priprava, sprejem in uskladitev ustanovnega akta:** pravice in obveznosti partnerjev, upravljanje, financiranje, obvezni program.
- **5.1.2 Razpis in izbira direktorja** (najprej imenovanje v.d. direktorja, ki izpelje postopke, nato razpis).
- **5.1.3 Priprava in potrditev statuta, organigrama in sistemizacije delovnih mest:**
- **5.1.4 Priprava programa dela skupne DMO** v skladu s strateškimi smernicami in prenos aktivnosti in zaposlenih iz obstoječih struktur na novo skupno DMO.
- **5.1.5 Ukinitev trenutne oblike Centra Rinka, Zavoda za turizem in trajnostni razvoj Solčavskega;** najbolj pragmatična varianta je, da se trenutni zavod pripoji novemu zavodu.

UKREP 5.2

Primerna interna organiziranosti in krepitev kompetenc zavoda za turizem kot DMO (destinacijske management organizacije)

Namen ukrepa: Zagotoviti interno organiziranost, ki bo zagotavljala učinkovito izvajanje promocijske, informativne, upravljalne in razvojne funkcije DMO v skladu s potrebami turističnih ponudnikov, razvojnimi prioritetami lokalnih skupnosti, pa tudi varovanje in premošljivi in odgovorno vključevanje edinstvene naravne in kulturne dediščine v destinaciji. Model organiziranosti mora v celoti zadoščati kriterijem delovanja 'vodilnih destinacij' in nalogam DMO-jev za vpis v Register DMO-jev, ki ga v letih 2024-2025 vzpostavlja STO, kot predpogoj za ustrezen status vodilne ali perspektivne destinacije.

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: ponudniki, občine Luče/Solčava, krovne in razvojne institucije

- **5.2.1 Oblikovanje delovnih mest,** ki bodo zagotavljala izvajanje promocijske, informativne, upravljalne in razvojne funkcije DMO v skladu s strateškimi smernicami in dosegljivimi finančnimi viri.
- **5.2.2 Zagotoviti stalen proces usposabljanja in izobraževanja zaposlenih.**
- **5.2.3 Spremljanje, priprave prijav in vodenje razpisov.**
- **5.2.4 Aktivno sodelovanje pri programiranju in spremljanju izvajanja strateških dokumentov v občinah/regiji/na produktni ravni** (OI, odloki, LAS, RRP ...).

UKREP 5.3

Krepitev partnerskih in medsektorskih povezav in sodelovanja

Namen ukrepa: zgraditi močno partnersko mrežo med vsemi ponudniki in deležniki turističnih storitev v destinaciji in okrepiti vlogo DMO kot pomembnega in ustvarjalnega partnerja v regijskih, nacionalnih in čezmejnih povezavah

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: ponudniki, občine Luče/Solčava, krovne in razvojne institucije

- **5.3.1 Vzpostavitev sistema učinkovitega in aktivnega medsebojnega informiranja in komuniciranja** (sistem tekočega obveščanja in informiranja, priprave na sezono, letna srečanja, tematska srečanja ...).
- **5.3.2 Zagotoviti odprte možnosti in aktivno vzpodbujati povezovanje in sodelovanje ponudnikov in drugih zainteresiranih deležnikov skozi stalne produktne inčasne projektne skupine – predlogi:**
 - Produktna skupina za kolesarjenje;
 - Zelena ekipa, kot jo opredeljuje ZSST (usklajevanje med občinama oziroma vzpostavitev enega zelenega koordinatorja in skupne zelene ekipe);
 - Destinacijska skupina, ki se redno usklajuje glede promocijskih aktivnosti, destinacijskega dogajanja in produktov;
 - Druge skupine, ki so vezane na organiziranost DMO (Svet Zavoda, Strokovni svet, Strateška skupina za spremljanje izvajanja)
 - Druge projektne skupine
- **5.3.3 Krepitev povezav med razvojnimi institucijami:** občine ustanoviteljice, RA SAŠA, gospodarska zbornica, kmetijska svetovalna služba, zavod za gozdove, ministrstva...
- **5.3.4 Aktivno sodelovanje pri razvoju medobčinskih, regijskih, čezmejnih produktov** (pohodništvo, kolesarstvo, gastronomija idr.).
- **5.3.5 Krepitev tržnih povezav in skupnih nastopov:** Zgornja Savinjska regija, KSA, produktna združenja.

UKREP 5.4

Analitika, izobraževanje, razvoj in inovacije

Namen ukrepa: Izvajanje anket in raziskav, zbiranje, obdelava in interpretacija vseh ključnih podatkov, pomembnih za poslovno odločanje DMO, ponudnikov, ustanoviteljev in drugih na turizmu vezanih deležnikov; prenos znanja v lokalno okolje, graditev kompetenc DMO in destinacije kot celote

Nosilec: DMO

Ključni partnerji: turistični ponudniki, občine Luče/Solčava

- **5.4.1 Redno zbiranje, obdelava in interpretacija vseh ključnih podatkov,** pomembnih za poslovno odločanje DMO, ponudnikov, ustanoviteljev in drugih na turizmu vezanih deležnikov.
- **5.4.2 Izvajanje anket, analiz in raziskav pomembnih za poslovno odločanje** (ZSST, spremljanje trendov, meritve zadovoljstva obiskovalcev, druge tematske/vsebinske/produktne raziskave).
- **5.4.3 Izobraževanje in usposabljanje zainteresiranih lokalnih partnerjev, ponudnikov in deležnikov, ogledi primerov dobrih praks.**
- **5.4.4. Usposabljanje in izobraževanje vodnikov.**
- **5.4.5. Graditev in krepitev mreže institucionalnih in individualnih partnerjev,** izobraževalnih in raziskovalnih institucij, kreativnih in iniciativnih posameznikov, uvajanje pristopov design managementa ...

UKREP 5.5

Spremljanje in vrednotenje izvajanja strategije (stalna Strateška skupina, letna evalvacija in poglobljena na polovici obdobja)

Namen ukrepa: Vzpostavitev učinkovite organizacije izvajanja Strategije, njenega spremljanja z vidika doseganja ciljnih kazalnikov in nadzora nad njenim izvajanjem, kar je ključnega pomena za učinkovitost doseganja strateških in razvojnih ciljev. Ta aktivnost je še posebej pomembna, saj je izvajanje ukrepov vezano na 2 občini oziroma 2 občinska proračuna.

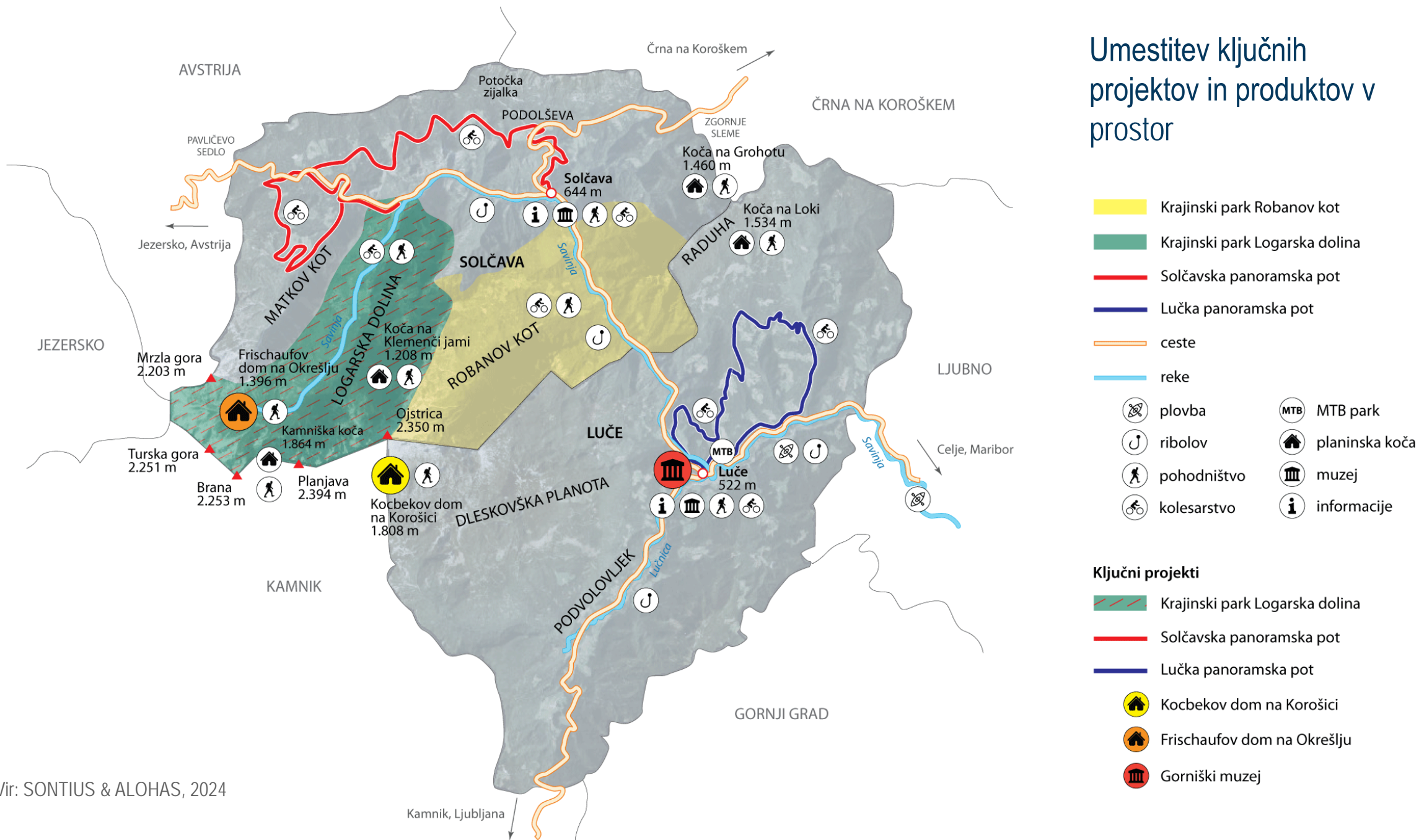
Nosilec: Občini Solčava in Luče, DMO

Ključni partnerji: širša vključitev deležnikov

- **5.5.1 Sestava Strateške skupine** (za osnovo se vzame strateška skupina, kot je bila sestavljena v podporo procesu priprave pričujoče Strategije).
- **5.5.2 Imenovanje ‚Skrbnika Strategije‘** (krovni skrbnik v okviru skupne organizacije – DMO), ki ima v opisu del in nalog skrb za spremljanje ukrepov in projektov ter časovnico izvajanja.
- **5.5.3 Letna srečanja Strateške skupine,** ki se sestane redno 2-krat na leto in spremlja izvajanje strategije, podaja strokovna priporočila ter opozarja na potrebne spremembe. Hkrati deluje kot medsektorska skupina, ki zagotovi vzvode za okrepitev medsektorskega sodelovanja turizma, kmetijstva in gospodarstva ter drugih vidikov urejanja prostora, gospodarskih in družbenih dejavnosti.

POVZETEK –
PRIKAZ KLJUČNIH
PROJEKTOV IN
PRODUKTOV V
PROSTORU

Umestitev ključnih projektov in produktov v prostor



SKLOP 5



ORGANIZACIJSKI OKVIR
ZA IZVAJANJE
STRATEGIJE




FINANČNI NAČRT - STRUKTURA

POLITIKA 1: INFRASTRUKTURA, PONUDBA, KAKOVOST in VERIGE VREDNOSTI							334.428			
	UKREP - nabor indikativnih projektov in aktivnosti	Nosilec	Obdobje izvajanja			Ocenjena vrednost v € (6 let)	Potencialni viri financiranja			
			2025-2026	2027-2028	2029-2030		Proračun Solčava	Proračun Luče	Lastna dejavnost	Razpisi EU/RS
1.	POLITIKA 1 SKUPAJ					7.124.428	191.697	356.697	20.000	6.556.035
1.1	Poplavsna obnova in nadgradnja turistične infrastrukture	Občini Luče in Solčava								
1.1.1	Saniranje posledic poplav tudi na področju turizma	Občini Luče in Solčava				20.000		20.000		
1.2	Razvoj in upravljanje nosilnih in povezovalnih produktov	DMO				918.393	176.697	326.697	20.000	395.000
1.2.1	Razvoj in upravljanje AKTIVNOSTI V NARAVI / OUTDOOR	DMO				555.000	110.000	55.000	20.000	370.000
1.2.1.1.	POHODNIŠTVO	DMO				40.000	20.000	20.000	0	0
1.2.1.1.1.	Nadgradnja in vzdrževanje obstoječih pohodnih in tematskih poti:	DMO				20.000	10.000	10.000		
1.2.1.1.2.	Usmerjanje ponudnikov v specializacijo za pohodnike.	DMO								
1.2.1.1.3.	Obnova pogorele planinske koče na Korošici.	Občina Luče								
1.2.1.1.4.	Zimsko pohodništvo in krpljanje	DMO				10.000	5.000	5.000		
1.2.1.1.5.	Organizirati daljinsko pot Vodne poti KSA v turistični produkt	DMO								
1.2.1.1.6.	Vzpostaviti sistem razglednih točk	DMO								
1.2.1.1.7.	Digitalizacija pohodniških in tematskih poti	DMO				10.000	5.000	5.000		
1.2.1.2.	KOLESARSTVO	DMO				20.000	10.000	10.000	0	0
1.2.1.2.1.	Evidentiranje vseh turizmu namenjenih kolesarskih poti	DMO								
1.2.1.2.2.	Dogovoriti partnersko sodelovane z MTB Savinjska	DMO				10.000	5.000	5.000		
1.2.1.2.3.	Podporna ponudba za konkurenčen kolesarski produkt	DMO								
1.2.1.2.4.	Razviti mrežo polnilnic in zagotoviti izposajo električnih koles.	DMO								
1.2.1.2.5.	Digitalizacija kolesarskih poti	DMO				10.000	5.000	5.000		
1.2.1.2.6.	Vzpostavitev in vodenje produktne kolesarske skupine	DMO								
1.2.1.3.	DRUGE ŠPORTNE AKTIVNOSTI V NARAVI	DMO				495.000	80.000	25.000	20.000	370.000
1.2.1.3.1.	Ureditev parkirišč in vstopnih mest za plovbo po Savinji.	Občini Solčava in Luče				420.000	50.000			370.000
1.2.1.3.2.	Podpora urejanju plezališč.	DMO								
1.2.1.3.3.	Ureditev do 5 novih športnih ferat.	DMO				50.000	25.000	25.000		

FINANČNI NAČRT – SKUPNA VREDNOSTNA OCENA

POLITIKE	Ocenjena vrednost v €	Potencialni viri financiranja			
		Proračun Solčava	Proračun Luče	Lastna dejavnost	Razpisi EU/RS
1: Infrastruktura, ponudba, kakovost in verige vrednosti	7.124.428	191.697	356.697	20.000	6.556.035
2: Upravljanje tokov, trajnost, mobilnost in digitalizacija	160.000	20.000	25.000	20.000	95.000
3: Ambient in identiteta	502.927	33.963	273.963	45.000	150.000
4: Destinacijsko dogajanje, trženje in prodaja	386.277	167.789	167.789	0	50.700
5: Sodelovanje in upravljanje destinacije	1.302.476	635.422	635.422	31.632	0
SKUPAJ	9.476.108	1.048.870	1.458.870	116.632	6.851.735
<i>Na leto za DMO (6 let = 2.046.108 €)</i>	<i>341.018</i>	<i>148.978</i>	<i>148.978</i>	<i>*7.772</i>	<i>*35.289</i>

- **Nova skupna in kompetentna destinacijska organizacija**, krepitev zasedenosti, rast dodane vrednosti...
- **Luče**: dom Korošica, Snežna jama, Juvanovi prodi, Tajčmanova hiša, stara vas, Savinja/sotočje...
- **Solčava**: Potočka zijalka, ferate, tekaške proge, vstopna mesta Savinja, Rinka, Palenk (+ urejeno upravljanje Logarske doline)...



PREDLOGI IN PRIPOMBE:
Posredujte na Občino Luče, Aneta Šiljar
(tic@luce.si), do najkasneje do
15. novembra 2024