



OBČINA LOŠKA DOLINA

Cesta Notranjskega odreda 2, 1386 Stari trg pri Ložu, tel.: 01 70 50 670, fax.: 01 70 50 680, e- pošta: obcina@loskadolina.si

Številka: 900-2/2022
Datum: 21. september 2023

5.

ČLANOM OBČINSKEGA SVETA OBČINE LOŠKA DOLINA

ZADEVA: STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V DESTINACIJI ZELENİ KRAS
2022-2027

NAMEN: Obravnava in seznanitev

PRAVNA PODLAGA: Statut Občine Loška dolina (Uradno glasilo Občine Loška dolina št. 62 – UPB 1, št. 88 in št. 111)

PREDLAGATELJ: Matjaž Antončič, župan

POROČEVALEC: Dejan Iskra, predstavnik RRA Zeleni kras

PREDLOG SKLEPA: Občinski svet Občine Loška dolina se je seznanil s »Strategijo razvoja turizma v destinaciji Zeleni kras 2022-2027«

OBRAZLOŽITEV:

RRA Zeleni kras nam je dne 20.09.2023 posredoval dopis z namenom uvrstitve točke dnevnega reda »Strategija razvoja turizma v destinaciji Zeleni kras 2022-2027« na sejo občinskega sveta. S predstavitvijo strateškega dokumenta na regionalni ravni, želijo seznaniti občinske svete z usmeritvami, aktivnostmi in predvidenimi ukrepi, saj se lahko le s skupnim pristopom lokalnih skupnosti, turističnih ponudnikov ter podpornega okolja zagotovi celoviti razvoj kompleksnega sektorja kot je turizem.

Strategija je bila obravnavana in potrjena na 1. seji Sveta Primorsko-notranjske regije, dne 16. 2. 2023

Namen obravnave na občinskem svetu je seznanitev s »Strategijo razvoja turizma v destinaciji Zeleni kras 2022-2027«

Pripravila:
Danica Zrim



Župan
Matjaž Antončič



Priloga:

- Obrazložitev – seznanitev občinskih svetov s strategijo razvoja turizma v destinaciji Zeleni kras 2022-2027
- Strategija razvoja turizma v destinaciji Zeleni kras 2022-2027

RRA Zeleni kras
Prečna ulica 1
6257 Pivka

Pivka, 13.9.2023

SEZNANITEV OBČINSKIH SVETOV S STRATEGIJO RAZVOJA TURIZMA V DESTINACIJI ZELENİ KRAS 2022-2027

RRA Zeleni kras (RDO Postojnska jama-Zeleni kras) upravlja s turistično destinacijo Zeleni kras, ki vključuje občine Bloke, Cerknica, Ilirska Bistrica, Loška dolina, Pivka in Postojna. Za učinkovito upravljanje in razvoj turizma v regiji, smo v preteklem letu pripravili novo strategijo razvoja turizma, ki naslavlja vse elemente trajnostnega razvoja turističnega sektorja.

S predstavitvijo strateškega dokumenta na regionalni (destinacijski) ravni, želimo seznaniti občinske svete z usmeritvami, aktivnostmi in predvidenimi ukrepi, saj lahko zgolj s skupnim pristopom lokalnih skupnosti, turističnih ponudnikov ter podpornega okolja celovito naslavljammo razvoj tako kompleksnega sektorja kot je turizem.

Strategija za prihodnje petletno obdobje postavlja prioritete na petih glavnih področjih delovanja:

- Regijski produkti in sistemska podpora obiskovalcem
- Sodelovanje z deležniki v destinaciji
- Sistemska podpora turističnim ponudnikom
- Znamka Zeleni kras in
- Trženje in prodaja

Strategija vzpostavlja štiri nosilne produkte destinacije: Kulinarika, Doživetja narave, Aktivnosti na prostem in Krožna potovanja.

Destinacija se je v preteklih letih najbolj osredotočala na razvoj doživetij narave, v katerih so prevladovali elementi narave: gozd, živali, kras. Novo pozicioniranje regije bo znova vključevalo pomen njene strateške lege in bo tako združevalo tri elemente (gozdnati) kras, strateško lego in trajnostni razvoj.

V okviru doslej najbolj razvitega produkta Doživetja narave bomo iskali inovativne trajnostne rešitve, ki bodo povečevale dodano vrednost produkta in zagotavljale ravnovesje med uporabo in ohranjanjem narave. Nadaljevali bomo s trženjem produkta Explore the Wondernature in v okviru tega okrepili sodelovanje s sosednjimi regijami in pokrajinami (Mediterska in kraška Slovenija, Primorsko-goranska županija, Gorski kotar...).

Produkt Aktivnosti na prostem bo še naprej podpiral razvoj pohodništva in kolesarstva v povezavi z obiski zanimivosti ob poti, pri čemer bo RDO prevzela večjo iniciativo za zagotavljanje dodatnih storitev (specializacijo), namenjenih kolesarjem in pohodnikom v zasebnem sektorju. Več pozornosti bo namenjene jamskemu trekingu in daljinskim pohodniškim potem.

V prepričanju, da so v regiji potenciali za ponudbo hrane, ki je v skladu s sodobnimi trendi, se je RDO odločila, da kulinariko opredeli kot produkt in ji nameni največjo pozornost. Koncept produkta Kulinarika temelji na stiku različnih kulinarčnih tradicij, ki izhajajo iz strateške lege regije, in pomeni nadgrajeno ponudbo vsakdanjih domačih jedi z uporabo lokalnih in sezonskih sestavin.

Produkt Krožna potovanja združuje naravne in kulturne ikone Zelenega krasa – jame in jezera na eni strani ter gradove in inovativne muzeje na drugi strani. Cilj je na ponudbo obiska turističnih znamenitosti, ki so že prepoznane v svetovnem in nacionalnem merilu, vezati doživetja, ki sama po sebi niso motiv za prihod, omogočajo pa podaljšanje obiska v regiji.

Strategija določa tudi ukrepe za izboljšanje sodelovanja RDO z upravljavci turizma na občinski ravni ter povezovanja s sorodnimi destinacijami in organizacijami na nacionalni ravni. Pomembni so ukrepi za podporo turističnemu gospodarstvu, ki stremijo predvsem k bolj odpornemu gospodarstvu, ki bo zmožno prilagajati se aktualnim razmeram. Dokument ponuja izhodišča za revidiranje destinacijske znamke Zeleni kras.

Z novo strategijo potrjujemo trajnostno usmeritev regije, h kateri so se zavezali tudi vodilni ponudniki v regiji in podpira nadaljevanje aktivnosti v Zeleni shemi slovenskega turizma.

Temu sledi tudi vizija razvoja turistične destinacije Zeleni kras, ki se glasi:

»Destinacija Zeleni kras se bo še naprej razvijala po načelih trajnostnega razvoja, z znanjem in inovativnostjo bo nadgrajevala turistično ponudbo, ki bo pripomogla h kakovosti življenja prebivalcev in ne bo ogrožala, temveč varovala in promovirala naravno okolje ter njegovo raznolikost. Destinacija bo znana prav po svojem odnosu do narave, prebivalci regije bodo nanjo ponosni, upravljavci bodo pri svojem delu strokovni, medsebojno naklonjeni in sodelovalni. Destinacija bo še naprej prepoznavna po svojih največjih atrakcijah, ki se jim bodo pridruževale močno razvite nove. Posebej bo nagrajevala ljubitelje narave in ohranjenih tradicij, ki si bodo zanj in zase vzeli čas. Kakovost ponudbe se bo dvigala, prešla bo past nizkih cen in povečevanja obiska. Višalo se bo število gospodarskih subjektov, ki jim bo turizem

predstavljal osnovno dejavnost in katerim bodo prihodki zadoščali za življenje ter omogočali razvoj dejavnosti.«

