



***Integralni turistični produkti za  
ustvarjanje turistične destinacije z  
visoko kvaliteto, inovativno in  
prepoznavno turistično ponudbo  
rudarske dediščine Litije***

*Projekt: MineTour*

*Janja Viher, TZS*

*Litija, 8. 6. 2020*



# DEDIŠČINSKI IN KULTURNI TURIZEM (1)

UNESCO in UNWTO: dediščinski oz. kulturni turizem bo do 2020 doživel izjemno gospodarsko rast, največjo med vsemi zvrstmi turizma. Ta naj bi znašala kar 15% medtem, ko se predvideva povprečna 4% rast za celotni turizem na svetu.

*(Tourism2020 VisionEurope2000)*

Slovenska kulturna dediščina je ključna za prepoznavnost in identiteto Slovenije kot evropske turistične destinacije z izjemno zgodovino in edinstveno kulturo.



# DEDIŠČINSKI IN KULTURNI TURIZEM (2)

Nedavni izračuni prikazujejo pomen kulturne dediščine za kreiranje delovnih mest in gospodarsko rast. Po ocenah je v EU v sektorju kulturne dediščine neposredno zaposlenih 300.000 oseb, posredno pa je s tem povezanih 7,8% delovnih mest.

Ocenjuje se, da kulturni turizem predstavlja 40% vsega evropskega turizma. Kulturni turizem EK uvršča med globalni turistični cilj št.1

Ukrepi EK:

- Evropska komisija je razglasila leto 2018 za leto kulturne dediščine.
- Trans-evropske kulturne poti: Sofinanciranje trans-evropskih kulturno-turističnih projektov

*(različni EU skladi, Obzorja 2020, Ustvarjalna Evropa)*

V letu 2017 je bila tema Evropskih destinacij odličnosti (EDEN): »kulturni turizem«.



# KULTURNI TURIZEM V SLOVENIJI (1)

Kultura je eno izmed sedmih temeljnih področij turistične ponudbe Slovenije.

V letu 2009 je bila sprejeta Strategija razvoja in trženja kulturnega turizma 2009-2013 (jo še upoštevamo).

MGRT in STO se zavedata pomena in potenciala kulturnega turizma, zato smo za leti 2018 in 2019 kulturo opredelili kot nosilno tematico promocije slovenskega turizma in se nadaljuje tudi v letu 2020 in dalje.



Poslovne publikacije  
*Business publications*  
[www.slovenia.info](http://www.slovenia.info)

I FEEL  
SLOVENIA

Strategija  
razvoja in trženja  
kulturnega turizma  
**2009 – 2013**



# KULTURNI TURIZEM V SLOVENIJI (2)

## OPERATIVNI NAČRT TRŽENJA KULTURNEGA TURIZMA 2018 – 2020

Vizija:

**Slovenija bo leta 2020 prepoznavna kot destinacija kulturnega turizma za goste, ki prihajajo s primarnim in sekundarnim motivom kulture.**

Atraktivni produkti: Ikonične znamenitosti, Unescova dediščina in mednarodno prepoznavne znamenitosti, Plečnikova Ljubljana, Doma v Sloveniji in najstarejša trta na svetu.

Dogodki skozi vso leto v prepletu vrhunske gastronomije in kreativnega turizma na področju dediščinskega turizma.



# TURISTIČNI TRENDI – EU28



- EU 28 = 538 milijonov mednarodnih turističnih prihodov v letu 2017
  - +8% (38 milijonov novih prihodov) v primerjavi z letom 2016
- Trendi mednarodnih turističnih prihodov
  - Povečevanje prihodov turistov iz ciljnih skupin seniorjev, praznih gnezd in DINK
  - Več kot 51% prihodov z letalskim prevozom, **32% z osebnim prevozom po cesti**, 17% z ostalimi oblikami prevoza (železnica, avtobus, prevoz po vodi)
- Prioritetna področja razvoja turizma v EU28:
  1. Dvig kompetenc evropskega turističnega sektorja
  2. Razvoj naravnega in sonaravnega odgovornega turizma visoke kakovosti
  3. Poenotenje celostne podobe Evrope kot zelene, zdrave in visokokakovostne destinacije (naravni viri, varnost, dostopnost)
  4. Maksimiranje potencialov črpanja sredstev EU za razvoj turizma



European Union tourism  
at a glance

Inbound tourism in 2017

**538** million  
international tourist arrivals

**+8%**  
more arrivals

**+38** million  
new arrivals



# SMERI RAZVOJA ITP - PRILOŽNOSTI

- učinkovita izraba razvojnih potencialov
- bio, eko kakovost pridelkov in hrane
- razvoj območja ob upoštevanju naravne in kulturne dediščine
- izkoriščanje vseh razvojnih potencialov (naravnih, kulturnih, zgodovinskih, človeških ...)
- inovativni pristopi (logistika, organizacija, trženje) za doseganje večje konkurenčnosti območja
- večji poudarek čezmejnemu sodelovanju
- učinkovitejše regionalno in medobčinsko povezovanje
- izkoriščanje ustreznih razpoložljivih finančnih virov financiranja razvojnih projektov
- izobraževanje, usposabljanje, vseživljenjsko učenje in osveščanje o dobrih praksah ter razvojnih možnostih
- razvoj turističnih produktov, infrastrukture in ponudbe (kolesarjenje in pohodništvo, zdravje in dobro počutje, gastronomija, aktivni oddih, kulturno-dediščinska in etnološka doživetja, ...)



# EVOLUCIJA TURISTOV (sodobni turistični trendi)

## Starodobni (masovni) turisti

## Novodobni (individualni) turisti

### Značilnosti turista

- Homogeni, predvidljivi
- Želijo se uniformirati, imitirati
- Vse mora biti vnaprej organizirano

- Heterogeni, spontani, nepredvidljivi
- Želijo biti drugačni od mase
- Želijo sodelovati pri organizaciji in se samostojno organizirajo

### Motivacija

- Potovanje je nekaj novega
- Destinacija in kakovost nista pomembni
- Pobegniti od vsakodnevnega življenja, pokazati ostalim, da je bil na potovanju

- Potovanje je nekaj običajnega
- Destinacija je »ključ« potovanja
- Pomembno je razmerje kakovosti in cene
- Nova doživetja (izkušnje), razširiti obzorje, obogatiti življenje

### Težnje

- Biti danes tu, jutri tam
- Prezemanje zahodnjaških vzorcev
- Nadvlada

- Ogledovanje brez uničevanja
- Spoštovanje različnosti
- Razumeti in biti bolje informiran

### Interesi

- Sončiti se
- Nima posebnih interesov
- Jesti v hotelski restavraciji

- Biti aktiven
- Posebni interesi (šport, kultura, narava)
- Pokušanje lokalne kulinarike



# OBLIKOVANJE ATRAKTIVNIH TURISTIČNIH PRODUKTOV

1. Kakšna je prepoznavnost dediščinskega turizma rudarstva pri domačih in tujih gostih?
2. Kaj se je skozi leta izvajanja turizma na področju rudarstva spremenilo (vsebina programov, kakovost, obiskovalci)?
3. **Kako je moč ustvariti privlačno ponudbo od Labina do Litijez** visoko kvalitetno in prepoznavno ponudbo, ki vabi obiskovalce k odkrivanju skrite, na prvi pogled nepoznane ali manj znane turistične ponudbe, onstran obstoječih turističnih magnetov, na osnovi rudarske dediščine in vsečnosti produktov za današnjega zahtevnega gosta?
4. Koncept MineTour doživetij je nova veja turizma, ki ima velik razvojni potencial, saj je privlačen in primeren za široko ciljno skupino turistov, katere so ciljne skupine, ki jih nagovarjate s produktom doživetij v podzemlju, z zgodbami, življenjem rudarjev, odkrivanju mineralov in drugih naravnih ter kulturnih posebnosti območja (kolikšen delež programa je primeren za različne ciljne skupine obiskovalcev)?
5. Na kakšen način (medij) in kje (geografski doseg) želite oglaševati doživetja Litije, rudnika Sitarjevec?
6. Ali menite, da lahko doživetja v podzemlju in odkrivanju širše okolice pozitivno vplivajo na prepoznavnost destinacije, v našem primeru projektnega okolja in imajo trajnostni učinek odličnosti destinacije za MineTour doživetja?

Na ljudeh in doživljajskih programih temelječi produkti / doživetja / prireditve

Povečanje pripravljenosti na zahteve (turističnih) obiskovalcev

**MineTour**

Upravljanje s pričakovanji ciljnih obiskovalcev

Sodelovanje ključnih deležnikov za večjo konkurenčnost

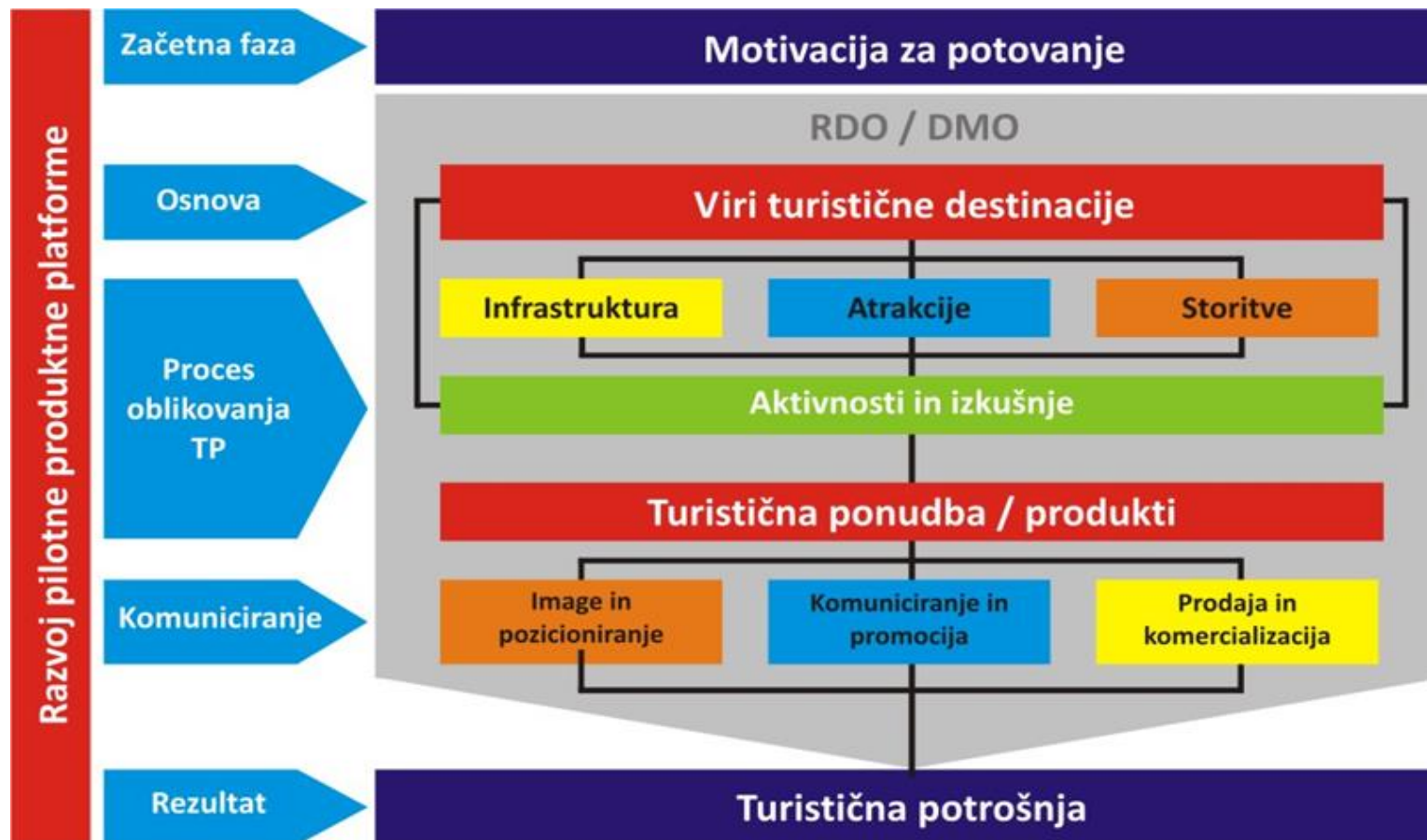
***Oblikovanje podpornega okolja za razvoj koncepta MineTour***

***Razvoj sonaravnega turizma in oblikovanje trajnostnih turističnih produktov, temelječih na konceptu MineTour***  
***- teme: pomen sodelovanja v lokalnem okolju, prepoznavnost blagovne znamke MineTour, kompetence deležnikov za zagotavljanje trajnosnega delovanja mreže vodnikov, turističnih deležnikov in druge strokovne javnosti***

---



# PROCES RAZVOJA PLATFORME ITP





## DELAVNICA

– oblikovanje integralnih turističnih produktov



# PRIPOROČILA ZA OBLIKOVANJE ITP

- Kritična ocena, ali produkt vključuje elemente z dodano vrednostjo, ki bodo vplivali na njegovo tržno zanimivost;
- Opredelitev jedrnih marketinških sporočil in image-ov, ki bodo pritegnili masovne ali nišne turistične trge (v skladu s strateškimi odločitvami destinacije), z uporabo ključnega doživetja za prodajo produkta in ustvarjanja USP v primerjavi s konkurenco;
- Oblikovanje visoko kakovostnega produkta, ki ponuja konkurenčno storitev in nepozabno doživetje.



# POTENCIALI ZA RAZVOJ TURISTIČNIH PRODUKTOV

Narava	Kultura in kulturna dediščina	Aktivni oddih	Gastronomija
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jezera, porečja rek, potoki, ribniki</li> <li>• Gozdovi, travniki, ravnice in gričevje Zasavja</li> <li>• Tematske učne poti</li> <li>• Naravni spomeniki</li> <li>• Biotska pestrost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerkev</li> <li>• Muzeji</li> <li>• Rudniki</li> <li>• Oglarstvo</li> <li>• Dogodki in prireditve (festivali, prazniki, ...)</li> <li>• Etnografija</li> <li>• Etnologija</li> <li>• Glasba</li> <li>• Miti in legende</li> <li>• Zgodbarjenje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pohodništvo, treking</li> <li>• Kolesarjenje, gorsko kolesarjenje</li> <li>• Nordijski fitnes (hoja, smučanje ipd.)</li> <li>• Ribolov</li> <li>• Jamarstvo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomska doživetja</li> <li>• Lokalne oskrbovalne verige</li> <li>• Medgeneracijski prenos znanja</li> </ul>

# Priprave pred ITP-ji

- Koliko turističnih produktov bomo izdelali in pripravili?
- Koliko integralnih – čezmejnih produktov bomo izdelali in pripravili?
- Turistični produkt je namenjen ciljni skupini? Koliko ljudi lahko sprejmemo v rudniku?
- Je primerno za otroke? Starejše? Asmatike? Kako je s klavstrofobijo?
- Kako je z produktom in izvajanjem aktivnosti v različnih letnih časih? Imamo tukaj omejitve?
- Kaj ponuditi gibalno oviranim obiskovalcem?
- Kako ohraniti obiskovalca ves dan v Litiji?
- Delamo enodnevni ali večdnevni integralni turistični produkt?
- Kaj vključiti pri čezmejnem integralnem turističnem produktu?
- Bomo ITP pripravili za podlage oddaje turistični agenciji ali bodo tržili ponudbo zavodi za turizem v obeh območjih v sodelovanju s Turističnimi zvezami?
- Koliko vodnikov imamo?
- Ali bomo imeli individualna vodenja?
- Skupine?
- Kdo bo prodajal pakete?
- Kaj pa skupne pakete?
- Bomo imeli parterje turistične agencije ali bomo sami organizirali doživetja z vključenim prevozom

# PRODUKTI NA PODLAGI ZGODBARJENJA IN INTERPRETACIJE NARAVNE IN KULTURNE DEDIŠČINE RUDARSTVA

- Rudniki so plod arhitekture človeških rok v zgodovini, ki jo na dlani ponudimo današnjemu sodobnemu človeku, kot doživetje in vstop v časovni stroj, kjer se srečata preteklost in sedanost.
- Posebnosti, ki jih je potrebno izpostaviti:
- V Sitarjencu so najranljivejši limonitni kapniki. Obiskovalce seznanimo z njihovo krhkostjo, ker se v primeru iznosa iz rudnika spremenijo v kupček limonitnega prahu. Razlog za krhkostje v njihovem načinu rasti, pri katerem sodelujejo mikroorganizmi.
- Življenje rudarja v rudniku.
- Netopirji in rudnik.
- Zračna vlaga v rudniku.
- Kamnine in minerali Sitarjevca in njihov vpliv na človeka.
- Savski prodniki.
- Morska obala Geosa.
- Goess in Vače – srce Slovenije skozi interpretacijo, središče zgodbarjenja in doživetij v naravi s spoznavanjem kulturne dediščine, ki se umešča v današnji prostor.
- Oglarska dežela Dole.
- Gastrokulinarične posebnosti Litije.



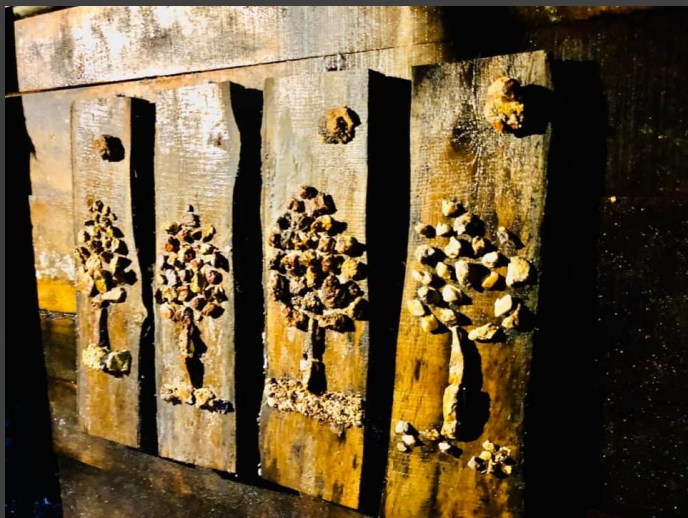
# Predlog integralnega turističnega produkta za skupino 15 oseb (družine – 1 dan za Litijo)

- Prihod v Litijo
- Obisk Geossa – srce Slovenije, središče iz katerega vodijo vse poti, če sledimo srčni navigaciji
- Obisk Sitarjevca – voden ogled rudnika skozi interpretacijo in spoznavanjem mineralov in rudnin
- Malica na jasi pred rudnikom z zgodbo o rudarju in njegovi prehrani
- Možnost nakupa spominkov pred rudnikom
- Odhod do oglarske dežele in doživetje kuhanja oglja
- Pozno kosilo v izbranem gostišču v Litiji, na tematiko tradicije in novodobnosti v sodobni litijski kuhinji – s tematiko peke na oglju, minerali v sodobni kuhinji, srčni produkti)

Organizacija: individualni izlet, z namigi, posredovanimi v TICu, predhodni rezervaciji in poenoteno ceno.

Plačilo: brezstično ali pred prihodom v Litijo.

*Se nadaljuje...  
zgodba, zgodbarjenje v  
oblikovanje produkta!*



Zavod za inovativnost in podjetništvo  
[www.zipiie.eu](http://www.zipiie.eu)



*Hvala za pozornost!*

