



STRATEGIJA TURIZMA V MESTNI OBČINI PTUJ 2023-2028

Zavod za turizem Ptuj
Predlog, marec 2023

NAŠA VIZIJA:

Urejeno in živ(ahn)o
mesto
visoke kakovosti
bivanja in kulture,
tesno vpeto
v podeželje in regijo,
kjer zeleni butični
celoletni turizem
prinaša večjo vrednost
za vse.



Predmet naloge: Strategija (trajnostnega razvoja in trženja) turizma v občini Mestni občini Ptuj za obdobje 2023–2028 (*kratko: Strategija turizma Ptuj 2028; STP 2028*)

Osrednji integralni dokument ima 1 prilogo (Excel format) – PRILOGA 1, ki vključuje:

- PODROBNE ANALITIČNE PODLAGE
- AKCIJSKI NAČRT

Dokument v fazi predstavitve (predloga) še ni lektoriran.

Naročnik: Zavod za turizem Ptuj | Mestni trg 4 | 2250 Ptuj

Vodja projekta na strani naročnika: Tanja Srečkovič Bolšec, direktorica

Izdovalec: Hosting d.o.o. | Prešernova ulica 6 | 2250 Ptuj

Vodja projekta na strani izvajalca: Peter Vesenjaj, direktor

Sodelavka na strani izvajalca: Miša Novak, Alohas s.p.

KAZALO

SKLOP 0: STRATEGIJI NA POT	6
0. UVOD	6
0.1 Strategiji na pot	6
0.2 Namen strategije in proces priprave	8
0.3 Struktura dokumenta	10
SKLOP 1: KJE SMO	12
1. ANALIZA IN DIAGNOZA STANJA	12
1.1 Izkaznica Mestne občine Ptuj in kratek opis destinacije	12
1.1.1 Ključni kazalniki	12
1.1.2 Ravni povezovanja in delovanja Ptuja kot turistične destinacije	15
1.1.3 Prostorski vidik destinacije	17
1.1.4 Temeljna infrastruktura v MO Ptuj	18
1.1.5 Usklajenost razvoja turizma na območju MO Ptuj z drugimi strateškimi in prostorsko planskimi dokumenti ter politikami na ravni lokalne skupnosti in države	19
1.2 Kako uspešni smo bili v realizaciji pretekle strategije	21
1.3 Poslanstvo, delovanje in financiranje Zavoda za turizem Ptuj v preteklem obdobju	24
1.4 Vpliv pandemije Covid-19, varnostne situacije in grozeče ekonomske krize	28
1.5 Analiza ponudbe in povpraševanja v MO Ptuj	30
1.5.1 Struktura turističnih nastanitvenih zmogljivosti 2017–2022	30
1.5.2 Gibanje prihodov in prenočitev v obdobju 2017–2022, PDB in sezonskost	31
1.5.3 Struktura tujega povpraševanja	32
1.5.4 Delež Ptuja med zdraviliškimi in mestnimi občinami, v Podravju in v Sloveniji	34
1.5.5 Izletniški obisk po točkah oziroma dodatna ponudba	35
1.5.6 Dodana vrednost panoge na Ptuj	37
1.6 Trendi v panogi	39
1.7 SWOT analiza	41
1.8 Povzetek v obliki ključnih izzivov Ptuja skozi prizmo turizma	44
SKLOP 2: KAJ ŽELIMO DOSEČI	47
2. VIZIJA in POSLANSTVO	47
2.1 Uvod v opredelitev razvojne vizije turizma	47
2.2 Opredelitev (notranje) razvojne vizije	52
2.3 Poslanstvo turizma – zakaj razvijamo turizem	53
2.4 Vrednote – kako razvijamo turizem, kaj je pomembno	53
SKLOP 3: KAKO BOMO TO IZVEDLI (= STRATEGIJA)	55
3. PREVERITEV 3 MOŽNIH SCENARIJEV IN IZBOR	55
4. STRATEŠKI CILJI in KAZALNIKI	58
4.1 Konkretizacija vizije skozi strateške (in specifične) cilje	58
4.2 Opredelitev ključnih kazalnikov uspešnosti (KPI-jev)	60
5. KROVNI RAZVOJNI MODEL – 6 POLITIK	65
6. STRATEŠKE TRŽENJSKE OPREDELITVE	66
6.1 (Zunanje) ciljno tržno pozicioniranje	66

6.2	Produktna strategija	68
6.2.1	Uvod v produktno strategijo	68
6.2.2	Ocena današnje stopnje valorizacije produktov, z oceno potencialov	68
6.2.3	Struktura in pomen celostnih produktov in doživetij destinacije Ptuj	74
6.2.4	Opredelitev ciljnih segmentov in geografskih trgov	79
SKLOP 4: KAJ KONKRETNO MORAMO NAREDITI		84
7.	POLITIKE Z UKREPI IN PROJEKTI	84
7.1	Politika 1: RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJE IN INFRASTRUKTURA (9 ukrepov)	85
7.2	Politika 2: AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO (8 ukrepov)	93
7.4	Politika 4: ZELENO & DIGITALNO DELOVANJE (8 ukrepov)	106
7.5	Politika 5: TRŽENJE IN RAZVOJ TRŽENJSKIH PRODUKTOV DESTINACIJE PTUJ (9 ukrepov)	112
7.6	Politika 6: UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE (14 ukrepov)	118
SKLOP 5: KAJ JE POTREBNO ZA IZVEDBO		137
9.	UPRAVLJANJE IN KLJUČNA PRIPOROČILA IN OPOZORILA ZA USPEŠNO IZVEDBO STRATEGIJE	137
10.	TVEGANJA IN OMILITVENI UKREPI	141
KRATICE, VIRI in SLIKE, GRAFI, TABELE		145

SKLOP 0

UVOD

(namen & proces
priprave strategije)

”

Danes nekdo sedi v prijetni senci
drevesa, ker je nekdo dolgo časa
nazaj posadil drevo.

Warren Buffet

SKLOP 0: STRATEGIJI NA POT

0. UVOD

0.1 Strategiji na pot

Ptuj mora kot ena od vodilnih destinacij slovenskega turizma imeti aktualno turistično strategijo – priprava je potekala v času 'nove normalnosti' in novih krznih razmer (zaostrene varstvene in ekonomske situacije).

Strategija trajnostnega razvoja in trženja turizma v Mestni občini Ptuj 2023–2028 predstavlja **strateški razvojni dokument destinacije Ptuj (območje MO Ptuj)** na področju turizma. Dokument je usklajen s strateškimi razvojnimi dokumenti MO Ptuj in usmeritvami in politikami nove Strategije slovenskega turizma 2022–2028 (Vlada RS, Maj 2022), sprejete na osnovi Zakona o spodbujanju razvoja turizma. Nosilec priprave dokumenta je Javni zavod za turizem Ptuj (ZTP), ki ga je pripravil v sodelovanju z zunanjimi strokovnimi sodelavci.

Destinacija Ptuj je s strani Slovenske turistične organizacije (STO) **opredeljena kot ena od 37 vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji**, ki po geografsko produktivni razdelitvi slovenskega turizma spada v makro destinacijo »**Termalna panonska Slovenija**«, ki je ena od štirih makro destinacij v Sloveniji. Kot vodilna turistična destinacija je destinacija Ptuj, preko ZTP, ki izvaja vlogo t.i. destinacijske management organizacije, **deležna tudi posebnih podpor za spodbujanje razvoja turizma s strani pristojnega ministrstva in STO**. Njena obveznost pa je, med drugim, da ima za vsako strateško obdobje sprejeto strategijo razvoja turizma.

Ptujski turizem je v preteklem strateškem obdobju (2017–2021) delil usodo slovenskega in tudi evropskega turizma z rekordnim turističnim prometom v letu 2019 in drastičnim padcem turistične dejavnosti v času zdravstvene krize Covid-19 v letih 2020–2021. Okrevanje po krizi Covid-19, delno že v letu 2021, v večji meri pa v letu 2022 je v Sloveniji in tudi na Ptuj, zaradi različnih odločnih ukrepov države, bilo lažje in hitrejše kot v večini drugih držav. V letu 2022 in 2023 pa se turizem sooča z novimi kriznimi razmerami, ki izhajajo iz posledic vojne v Ukrajini, drastičnega dviga cen energentov in drugih vhodnih materialov, visoke inflacije in grožnje z recesijo in upadom gospodarske rasti, kar lahko na kratek rok zniža povpraševanje po turističnih potovanjih. Kljub temu je, kot se je izkazalo že večkrat v zgodovini, turizem na srednji in dolgi rok zelo odporen na krize in se ponovno hitro po prenehanju kriznih razmer, zavihti na visoke številke turističnega prometa, za kar je bil dokaz tudi zadnja (in prva tako globalna) zdravstvena kriza in dejstvo, da je **Ptuj že v letu 2022, samo pol leta po zaključku, dosegel obseg turističnega prometa iz rekordnega leta 2019, na ravni 155.000 prenočitev v letu**. Pri tem je izredno pozitivno dejstvo, da so se v relativno veliki meri **povrnili tudi tuji trgi**.

Kot ugotavljamo v analizi stanja pričujoče strategije, so trendi razvoja turizma in trgov naklonjeni danostim in značilnostim, s katerimi razpolaga destinacija Ptuj. Po drugi strani pa se Ptuj sooča z zelo strateškimi, dolgoročnimi in strukturnimi izzivi, ki izhajajo iz notranjih razlogov ponudbene strani ptujskega turizma in stanja lokalne skupnosti v celoti.

V preteklem strateškem obdobju (2017–2021) zastavljeni cilji glede rasti so se, do leta 2019, ob upoštevanju tudi leta 2022, uresničili v zelo nizkem deležu. V strategiji ugotavljamo, da **za destinacijo Ptuj ni v zelo veliki meri izziv trg, temveč ponudbena stran destinacije Ptuj**. Ptujski turizem, tako kot tudi splošni razvoj občine, **zaostaja v razvoju in dinamiki v primerjavi s širšim okoljem**. Iz naslova turizma se ustvarja **preziska dodana vrednost**. Konkurenčnost in **prodornost turistične destinacije Ptuj je omejena**

s skromnimi naložbami v infrastrukturo, pomanjkanjem urejenosti in dostopnosti atrakcij ter kakovostjo in obsegom turističnih in gostinskih kapacitet.

Vizija in cilji prihodnjega strateškega obdobja so poudarjeno usmerjeni navznoter, na rast in dodano vrednost.

Vizija, cilji, novi kazalniki (ki pomembno nadgrajujejo temeljne kvantitativne kazalnike panoge) in razvojni model z ukrepi močno poudarjajo potrebo po **trajnostni rasti in krepitvi dodane vrednosti ponudbene strani turizma, ki jo zagotavljajo in določajo tako javni kot zasebni deležniki**. Predlagani razvojni model ptujskega turizma temelji na pospeševanju **kakovosti, krepitvi učinkovitega upravljanja in predvsem nujni potrebi po relativno obsežnih naložbah v ključno turistično infrastrukturo, ponudbo turističnih storitev ter ureditev in usposobitev atrakcij** destinacije – v temeljih celostne ureditve in oživitve zgodovinskega mestnega jedra Ptuja.

Pomembna značilnost strategije v prihodnjem obdobju pa je tudi, da se z ukrepi in naložbami enakovredno presojajo in uresničujejo interesi domačega prebivalstva.

Razvoj turizma v destinaciji Ptuj tako ni namenjen ozki sektorski logiki in interesom, temveč celostnemu, medsektorskemu razvoju destinacije, dvigu kakovosti življenja domačega prebivalstva in dodane vrednosti za goste in ponudnike v turistični dejavnosti. V principih načrtovanja strategije razvoja turizma so bili vodilo principi **družbene, okoljske in ekonomske trajnosti**.

6 politik (področij ukrepanja), 57 projektov, 9 skupin odgovornih nosilcev in indikativna ocena vrednosti naložb do konca leta 2028 (2030) v obsegu 102,2 milijona EUR.

V drugem (osrednjem delu dokumenta je opredeljenih **6 razvojnih politik** oz. področij delovanja, v okviru katerih je zastavljenih **57 konkretnih ukrepov**, za katerih realizacijo se postavlja **9 skupin odgovornih nosilcev**. Vsi ukrepi so razvrščeni v akcijski in okvirni terminski načrt s predlogom aktivnosti za realizacijo vsakega od ukrepov. Na osnovi akcijskega načrta in seznama ukrepov je narejena tudi **indikativna finančna ocena za vsako od naložb oziroma ukrepov in za vse ukrepe skupaj**, po posameznih politikah, nosilcih, virih financiranja, prioritetah in po letih v okviru strateškega obdobja. **Ta ocena je zgolj indikativna in ne predstavlja finančnega proračuna za realizacijo strategije**, temveč zgolj indikativno oceno ki služi nosilcem ukrepov kot prvo vodilo pri načrtovanju realizacije ukrepa. Vsak deležnik pa v skladu s svojimi pristojnostmi in samostojno, ter v skladu z možnostmi, sprejema odločitve o zagotavljanju virov financiranja v okviru svoje proračunske oz. poslovne politike. V indikativni finančni oceni so predvideni **štirje okvirni viri financiranja** vsakega od ukrepov, ki so različni **javni in zasebni viri**.

Indikativna ocena vrednosti naložb v realizacijo vseh 57 predvidenih ukrepov skupaj do konca leta 2028 (2030) znaša **102,2 milijona EUR**, od česar je 50% ocenjenih različnih javnih virov financiranja in 50% različnih zasebnih virov financiranja. Največji delež ocenjene skupne vrednosti vseh naložb, t.j. **59%**, odpade na **politiko razvoja skupne ponudbe, atrakcij in infrastrukture**, **27%** odpade na dvig lokalne odličnosti in podjetniške ponudbe z naložbami pretežno zasebnega sektorja, **6,1%** pa odpade a politiko za urejanje ambience in prostora za butično destinacijo Ptuj in **5,7%** na politiko učinkovitega upravljanja in povezovanja destinacije. Preostali delež odpade na politiko trženja in na politiko zelene in digitalne preobrazbe. Vrednostno največji ukrep, ki predstavlja naložbeni projekt in dolgoročni program, je **projekt odločne oživitve in ureditve zgodovinskega mestnega jedra Ptuja pod nazivom »Zgodovinsko mesto Ptuj«**. Za realizacijo strategije je, ob koncu dokumenta, predvidena **organizacija upravljanja in vlog posameznih deležnikov pri upravljanju destinacije** in realizaciji strategije ter riziki in omilitveni ukrepi ta realizacijo strategije.

Sprejem in potrditev te prelomne strategije potrjuje naše poslanstvo, opredeljeno v tem dokumentu, da smo Ptujčanke in Ptujčani varuhi in ambasadorji tisočletij, odgovorni do lepote mesta in pokrajine, ki ga obdaja.

0.2 Namen strategije in proces priprave

NAMEN STRATEGIJE

Namen razvojno-trženjske strategije turizma v Mestni občini Ptuj je opredeliti in s ključnimi deležniki dogovoriti smer nadaljnjega razvoja Mestne občine Ptuj kot turistične destinacije, ob upoštevanju premikov, ki so bili narejeni na ravni destinacije v preteklih nekaj letih, in še posebej v luči spremenjenih razmer oziroma t.i. 'nove normalnosti', ter določiti cilje in strateške projekte Mestne občine Ptuj skozi prizmo turizma do leta 2028.

Cilj, ki ga je želela Mestna občina Ptuj doseči z izdelavo projekta Strategije trajnostnega razvoja turizma v Mestni občini Ptuj 2022–2028, je »**oblikovati učinkovit razvojni model ptujskega turizma za opredeljeno obdobje, ki bo na najoptimalnejši način naslovil izzive ptujskega turizma ter valoriziral vse njegove ključne attribute in potenciale**«.

Izdelovalci strategije in naročnik so pri metodologiji izvajanja tega projekta uporabili način, ki je zagotovil njegovo najširšo sprejemljivost in konsenz v turističnem javnem, zasebnem in civilnem sektorju o principih nadaljnega razvoja turizma v Mestni občini Ptuj. Strategija je razvojno naravnana in upošteva širši regijski, slovenski, evropski in globalni razvojni okvir.

Strategija ponudnikom, podjetjem in investitorjem sporoča razvojne ambicije Mestne občine Ptuj in destinacijske management organizacije (Zavoda za turizem Ptuj), zavodom, izvajalcem javnim službam pa služi kot temeljno strateško in operativno vodilo pri delovanju.

Spletna anketa v okviru procesa priprave strategije je pokazala, da Ptuj rabi zelo jasno in bolj osredotočeno vizijo, ki bo vse deležnike (notranje) konsolidirala, povezala in usmerila na poti k boljšemu in uspešnejšemu turizmu, z večjo dodano vrednostjo.

Turizmu, ki v temeljih podpira in uresničuje interese lokalne skupnosti (domačega prebivalstva) po večji kakovosti bivanja in novih priložnostih za delo doma in podjetništvo.



PROCES PRIPRAVE STRATEGIJE

Strategija je bila pripravljena v participativnem procesu, z vključitvijo **stalne posvetovalne Delovne skupine (s predstavniki Zavoda za turizem in Mestne občine Ptuj)**, ki je projekt spremljala od vsega začetka; nato pa so bile v podporo procesa izvedene: **spletna anketa med prebivalci in ponudniki, delavnica s turističnimi ponudniki**, izvedenih je bilo tudi **12 poglobljenih osebnih intervjujih s skupaj Σ 28 intervjuvanci** (predstavniki vseh svetniških skupin v Mestnem svetu MO Ptuj, javnih zavodov, povezanih s turizmom, organizatorjev prireditev in turističnih ponudnikov). Tekom celotnega procesa so potekala redna operativna usklajevanja z Mestno občino Ptuj in Zavodom za turizem Ptuj.

Po finalni uskladitvi je bil dokument pripravljen za obravnavo na seji Občinskega sveta MO Ptuj, po dvofaznem postopku, z vmesno javno obravnavo.

Slika 1: Shematski prikaz strukture dokumenta



0.3 Struktura dokumenta

Dokument sestavlja 5 sklopov, ki sledijo teku strateškega načrtovanja:

- 1. KJE SMO:** V okviru analize (SKLOP 1) je podan pregled uresničevanja pretekle strategije, pripravljena je kratka problemska analiza ponudbe in povpraševanja (podrobnejše analitične podlage pa v Prilogi št. 1), sklop pa zaokroži širši pogled (slovenski turizem in trendi), ter povzetek v obliki SWOT analize in opredelitve ključnih izzivov.
- 2. KAJ ŽELIMO DOSEČI:** V strateškem delu (SKLOP 2) sledijo opredelitev (notranje) vizije, poslanstva in vrednot, ter (zunanje) tržne pozicije.
- 3. KAKO BOMO TO DOSEGLI – STRATEGIJA:** V SKLOPU 3 je vizija pretvorjena v krovni razvojni model z opredeljenimi politikami in razvojnimi cilji. V tem strateškem razvojnem sklopu tudi opredelimo produktno strategijo (na ravni produktnega portfelja destinacija in strateških smernic po produktih).
- 4. KAJ MORAMO NAREDITI – POLITIKE Z UKREPI IN PROJEKTI:** Osrednji del dokumenta je SKLOP 4, kjer po politikah opredeljujemo strategijo in pričakovane rezultate ter kazalnike, nato pa po identificiranih šestih fokusnih področjih delovanja (politikah) opredeljujemo ukrepe, z indikativnimi projekti. Pregled ukrepov in aktivnosti je za lažje delovanje povzet tudi v Excel prilogi (Priloga št. 2), z nosilci, prioritetami (oziroma časovnico) ter z oceno stroška in virov financiranja.
- 5. KAKO SE MORAMO ORGANIZIRATI ZA IZVAJANJE:** V zaključnem SKLOPU 5 je opredeljena organiziranost in način izvajanja strategije ter identificirana tveganja z omilitvenimi ukrepi.

Slika 2: Shematski prikaz strukture dokumenta



5 FAZ – 5 SKLOPOV STRATEŠKEGA DOKUMENTA

(ki v prilogi vključuje tudi Akcijski načrt s finančno oceno projektov, virov financiranja, časovnico in nosilci)
STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA V MESTNI OBČINI PTUJ ZA OBDOBJE 2023–2028



SKLOP 1



ANALIZA STANJA

ANALIZA IN DIAGNOZA STANJA

V prvem sklopu je podana izkaznica MO Ptuj s ključnimi kazalniki, povzeti so ključni elementi kvantitativne analize stanja (obsežnejše analitične podlage so v Prilogi 1).

Izvedena je analiza uresničevanja pretekle strategije. Sklop je zaokrožen s SWOT analizo in opredelitvijo ključnih izzivov.

SKLOP 1: KJE SMO

1. ANALIZA IN DIAGNOZA STANJA

1.1 Izkaznica Mestne občine Ptuj in kratek opis destinacije

1.1.1 Ključni kazalniki

Mestna občina Ptuj je ena od enajstih mestnih občin v Sloveniji. Po velikosti se s 67 km² uvršča med manjše občine v Sloveniji (po velikosti je 103. v Sloveniji), s 26.000 prebivalci pa je na 15. mestu. Z gospodarsko razvitostjo 0,98 je nekoliko pod slovenskim povprečjem.

Območje	Območje, ki ga v strategiji obravnavamo, pokriva območje Mestne občine Ptuj, vendar pa destinacijo smiselno umeščamo v ožjo in širšo turistično regijo.
Površina	<p>S 67 km² je Mestna občina Ptuj med manjšimi v Sloveniji (med slovenskimi občinami se uvršča na 103. mesto). V Podravske regiji (peti največji v Sloveniji, a s 41 občinami najbolj razdrobljeni) predstavlja 3,1 % celotnega območja.</p> <p>Mestna občina Ptuj ima 8 četrtnih skupnosti: Breg – Turnišče, Center, Grajena, Jezero, Ljudski vrh, Panorama, Rogoznica in Spuhlja</p>
Število prebivalcev in demografija	<p>V letu 2022 je imela Mestna občina Ptuj 23.530 prebivalcev, kar predstavlja 7,2-odstni delež od vseh 327.577 prebivalcev Podravske regije. Po številu prebivalcev se je Mestna občina Ptuj med slovenskimi občinami uvrstila na 15. mesto. Na kvadratnem kilometru površine občine je živel povprečno 353 prebivalcev; torej je bila gostota naseljenosti tu kar 3-krat večja kot v celotni državi (104 prebivalci na km²). Občina ima manj ugodno demografsko sliko.</p> <p>Demografska analiza delovno aktivnega prebivalstva na območju MO Ptuj kaže na večji delež starejše populacije med delovno aktivnim prebivalstvom, razen pri mladih med 20. in 24. letom, kjer ima Ptuj večji delež delovno aktivnih kot je povprečje v Sloveniji. Na območju MO Ptuj je 33,7% delovno aktivne populacije starejše od 50 let, medtem ko je v Sloveniji takšne populacije nekaj 31,5%. ► <i>Med politikam in ukrepi za razvoj turizma, kjer je vključevanje mlajše populacije v delo in podjetništvo na področju turizma ključno za preboj in družbeno ter ekonomsko trajnostno naravnost v prihodnje, bo potrebno zagotavljati pogoje za zadržanje mladih in privabljanje mladih družin na Ptuj.</i></p>
Temeljni gospodarski dejavniki	<p>Na območju MO Ptuj je v letu 2022 zabeleženih 13.951 delovno aktivnih oseb oziroma 59,3% od vseh prebivalcev, kar je za več kot 15,5% točk večji delež aktivnega prebivalstva od vseh prebivalcev, kot je povprečje v Sloveniji. To pomeni, da je delovno v vseh oblikah angažiranih zelo velik del prebivalstva MO Ptuj, posledica česar je tudi relativno nizka stopnja registrirane brezposelnosti, ki v letu 2022 znaša 6,5%; v letu 2019 pa je znašala 7,9%, kar je pod povprečjem v Sloveniji. Od vseh delovno aktivnih prebivalcev je v letu 2022 na območju MO Ptuj 7,2% samozaposlenih in 92,8% zaposlenih pri drugih delodajalcih. Na ravni Slovenije je delež samozaposlenih od delovno aktivnih prebivalcev višji in je pri 10,6%. Na področju samoiniciativnosti zaposlitve je ravno v turistični dejavnosti le-ta zelo pomembna zaradi množice storitev in izdelkov potrebnih na ponudbeni strani turistične destinacije zaradi zagotavljanja pestrosti in privlačnosti ponudbe in notranje konkurenčnosti za zagotavljanja kakovosti do turistov in</p>

obiskovalcev. ► *Razvoj turizma na območju MO Ptuj mora biti zato usmerjen tudi v spodbujanje samoiniciativnosti in drobnega podjetništva ter obrti za pestrejšo turistično ponudbo.*

Bruto dohodek na prebivalca

Območje MO Ptuj se v letu 2019. (razpoložljivi podatki) po vseh bruto dohodkih prebivalcev skupaj uvršča s **13.268 EUR/prebivalca/leto na 56. mesto med vsemi 212 občinami v Sloveniji in na 5. mesto med 12 mestnimi občinami** oziroma na raven povprečja v Sloveniji. Po bruto dohodkih iz dela se z 18.070 EUR/prebivalca/leto MO Ptuj uvršča na 40 .mesto med vsemi slovenski občinami in na prav tako 5. mesto med mestnimi občinami, medtem ko se po bruto dohodkih iz premoženja, kapitala in drugih prejemkov s 441,48 EUR/prebivalca/leto MO Ptuj uvršča na 25. mesto med vsemi občinami v Sloveniji in na 9. mesto med mestnimi občinami.

Zanimiva je tudi primerjava podatkov o bruto dohodkih prebivalstva med določenimi izbranimi mesti in izrazito turističnimi destinacijami v Sloveniji, iz katere izhaja, da so dohodki prebivalstva po vseh vidikih višji bodisi v občinah z mešano gospodarsko strukturo in mestnih destinacijah ali v izrazito turistično razvitih destinacijah, ki so visoko pozicionirane kot zaželeni kraj bivanja ali obiska in imajo disperzirano podjetniško strukturo, medtem, ko v turističnih destinacijah, ki so v veliki meri enostransko turistično razvite s centralnim turističnim ponudnikom, dohodki prebivalstva niso tako visoki. ► To izkušnjo velja upoštevati tudi pri razvoju turizma v destinaciji Ptuj v interesu domačega prebivalstva.

Turistični in s turizmom povezani deležniki

Na območju destinacije Ptuj deluje in ustvarja neposredno na področju turistične, gostinske in s turizmom povezane dejavnosti **preko 150 posameznikov, podjetij, obrtnikov oz. samostojnih podjetnikov (s.p.)**. V to število niso všteti javni zavodi oz. enote turistične ponudbe, ki jo upravljajo javni zavodi, ki prav tako sooblikujejo turistično ponudbo destinacije.

Tabela 1: Stanje ključnih ekonomskih in poslovnih kazalnikov turizma v MO Ptuj v preteklem obdobju 2019, 2022

Kazalnik	Realizirano stanje 2019	Realizirano stanje 2022
Skupaj število zaposlenih, ki jih generira turistično povpraševanje (<i>neposredno in posredno v vseh povezanih dejavnostih, metodologija OECD</i>)	788	820
Delež vseh zaposlenih ki jih generira turistično povpraševanje na Ptuj v primerjavi s celotnim številom zaposlenih v Sloveniji po enakem kriteriju (metodologija OECD)	1,2%	1,4%
Skupaj število zaposlenih v dejavnosti Gostinstvo (I) (vklj. Terme Ptuj)	391	375
Delež števila zaposlenih v gostinstvu (I) v destinaciji Ptuj v številu zaposlenih v enaki kategoriji v Sloveniji	0,64%	0,62%
Povprečna mesečna neto plača na zaposleno osebo na območju MO Ptuj (EUR) (Slovenija: 1.296,20)	1.116,12	
Povprečna mesečna neto plača v Gostinstvu (I) na območju MO Ptuj (EUR) (Slovenija: 965,77)	901,88	
Primerjalni indeks povp. mesečne neto plače v gostinstvu (I) destinacije Ptuj v primerjavi s povp. plačo na območju MO Ptuj	80,8	
Primerjalni indeks povp. mesečne neto plače v gostinstvu (I) v destinaciji Ptuj v primerjavi s povp. plačo v dejavnosti gostinstva (I) v Sloveniji	93,4	
Ocena prihodkov iz naslova celotne potrošnje turistov in izletnikov v destinaciji (v Mil. EUR)	22,9	
Prihodki iz naslova potrošnje turistov in izletnikov na prenočitev (v EUR/prenočitev)	146	
Skupaj vsi prihodki ustvarjeni v destinaciji iz naslova vseh gospodarskih dejavnosti (1.422 subjektov z 8.692 zaposlenimi v letu 2019):	1,10 mrd EUR	

Dodana vrednost na zaposlenega v celotnem gospodarstvu destinacije (vse gospodarske dejavnosti, v letu 2019)	38.400 EUR	
Skupaj vsi prihodki ustvarjeni v destinaciji iz naslova celotne turistične, gostinske in dodatne potrošnje turistov in izletnikov (ocena):	22,9 mil EUR	23,7 mil EUR
Skupaj vsi prihodki iz naslova dejavnosti Gostinstva (I) v destinaciji (vklj. ocena Terme Ptuj) skupaj s potrošnjo domačega prebivalstva	25,6 mil EUR	26,6 mil EUR
Delež Gostinstva v prihodkih vseh poslovnih subjektov v destinaciji	2,3%	
Skupaj dodana vrednost v celotni dejavnosti gostinstva (I) v letu:	9,0 mil EUR	9,4 mil EUR
Dodana vrednost na zaposlenega v celotni dejavnosti gostinstva (I) vklj. Terme Ptuj:	23.018 EUR	24.960 EUR
> Primerjalni indeks dodane vrednosti na zaposlenega v gostinstvu s povp. dodano vrednostjo na zaposlenega v vseh gospodarskih dejavnostih na območju MO Ptuj:	59,9	
> Primerjalni indeks dodane vrednosti na zaposlenega v dejavnosti gostinstva (I) na Ptuj (vključene Terme Ptuj) in v dejavnosti gostinstvo (I) Sloveniji v letu:	79,7	
> Prihodki iz vseh učinkov celotne potrošnje turistov in izletnikov v destinaciji na prenočitev	146 EUR	153 EUR
> Skupna dodana vrednost generirana iz naslova celotne turistične potrošnje (vse neposredne in posredne turistične dejavnosti) v destinaciji na prenočitev:	51 EUR	55 EUR
> Skupaj ocena plačila davkov, prispevkov, koncesij, taks idr. v občinski in državni proračun in državne blagajne iz naslova turistične potrošnje na leto	7,3 mil.EUR	9,4 mil.EUR

1.1.2 Ravni povezovanja in delovanja Ptuja kot turistične destinacije

Dokument obravnava območje Mestne občine Ptuj, ob tem pa se naslanja na pozicijo in razvojno-trženjske priložnosti, ki jih ima Ptuj v okviru regije Štajerska (ki je v razvoju), nadalje krepi tudi delovanje preko Združenja zgodovinskih mest Slovenije (in s tem produkta 'Kultura in zgodovinska mesta') kot tudi preko produkta 'Zdravje in dobro počutje' (Terme Ptuj so člani Skupnosti slovenskih naravnih zdravilišč).

Destinacija deluje na 4 ravneh oziroma razvojno-trženjskih platformah:

1. Na najbolj temeljni ravni, kjer se dogaja najbolj intenziven razvoj in povezovanje ter gradnja skupne znamke, zgodbe, razvojnih projektov in produktov, je to zaokrožena turistična destinacija prihoda (= **območje Mestne občine Ptuj**). Seveda je destinacija z vidika gosta že v osnovi razumljena širše. Sama geografska pozicija Ptuja je zelo odprta, pretočna in tranzitna. >>> *Navezava na temeljne občinske sektorske dokumente in politike ter Občinski prostorski načrt.*
2. Povezovanje v okviru **regije Štajerska**. Zavod za turizem Ptuj in destinacija Ptuj, ki jo ZTP predstavlja in upravlja, je bila, v letu 2022, eden od pobudnikov in so-ustanoviteljev širše regionalne konzorcijske destinacijske povezave »Destinacija Štajerska«. V destinacijo Štajerska se je ob ustanovitvi v letu 2022 povežalo 15 partnerjev, ki pokrivajo 34 občin na območju Slovenske Štajerske. Dve največji destinaciji v tej regionalni povezavi sta Maribor in Ptuj. >>> *V kratkoročnem do srednjeročnem obdobju bo regija pristopila k pripravi skupne razvojno-trženjske strategije regije, kar je, v skladu s strateškimi usmeritvami na nacionalni ravni v prihodnjem obdobju (po letu 2024), pogoj za tesno sistemsko povezovanje in financiranje regionalnih razvojno-promocijskih aktivnosti s strani Slovenske turistične organizacije (STO).*
3. Povezovanje v okviru **Združenja zgodovinskih mest Slovenije**, kjer se povezuje 21 slovenskih zgodovinskih mest (Ptuj je član), ki imajo svoje zgodovinsko jedro zaščiteno kot kulturni spomenik. Ob ustanovitvi ZZMS je bilo Mesto Ptuj skupaj s Piranom in Škofjo Loko ustanovni član tega združenja in kot najstarejše mesto v Sloveniji pri tem igra tudi zelo pomembno vlogo, kljub temu, da kot član ni več vključena MO Ptuj, ampak ZTP, kar bi bilo potrebno v prihodnjem obdobju okrepiti na najvišji ravni mesta, s članstvom neposredno MO Ptuj in ZTP kot odgovornim nosilcem za turistične vsebine v okviru ZZMS. ZZMS za destinacijo Ptuj in MO Ptuj igra zelo pomembno vlogo kot koordinator in zastopnik interesov na nacionalni ravni, tako na področju zastopanja interesov pri varovanju, razvoju in financiranju obnove kulturne dediščine, žive kulture in valorizacije dediščine v turistični ponudbi. ZZMS namreč deluje s ciljem sodelovanja mest na področju varovanja in razvoja kulturne dediščine in kakovosti življenja slovenskih zgodovinskih mest, zastopanja skupnih interesov mest do deležnikov na nacionalni ravni in relevantnih strateških in zakonodajnih rešitvah, ki se dotikajo pogojev za življenje in razvoj zgodovinskih mest na nacionalni ravni in oblikovanja ter promocije skupnih turističnih produktov v Sloveniji in tujini. Na ravni turizma deluje ZZMS kot produktno združenje na nacionalni ravni, ki vzpostavlja sodelovanje in partnerstvo za produkt zgodovinskih mest in kulture s STO, Ministrstvom pristojnim za turizem RS in Ministrstvom za kulturo RS. Platforma je pomembna, saj se z novo krovno Strategijo slovenskega turizma 2022–2028 krepi pomen in pozicija produkta 'Kultura in zgodovinska mesta' – ta produkt je prvič obravnavan kot eden od štirih vodilnih produktov (in prvič ima v imenu tudi 'zgodovinsko mesto'), hkrati pa tudi kot temeljni razlikovalni horizontalni produkt (nova slovenska strategija usmerja destinacije in ponudnike, da kulturo močneje vključijo v vse produkte). >>> *Navezava na Strategijo slovenskega turizma 2022–2028 in Strategijo trženja slovenskih zgodovinskih mest 2025+; v letu 2024 se bo pristopilo k novi celostni strategiji produkta 'Kultura in zgodovinsko mesto'; 'Kultura in zgodovinska mesta' je osrednja komunikacijska tematika slovenskega turizma v letih 2024 in 2025.*

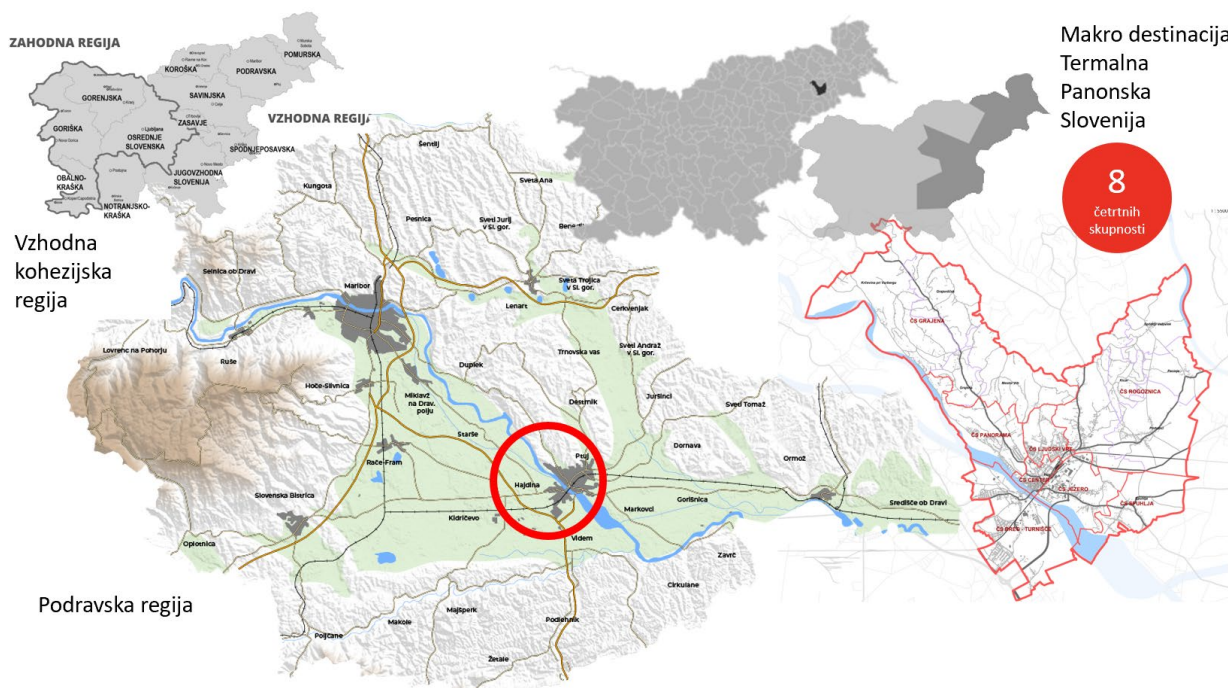
Statistična regija

Občina leži v statistični razvojni regiji **Podravske regije**, ki jo sestavlja **41 občin**. V tej drugi najgosteje poseljeni regiji je v 2021 živel 16 % prebivalcev Slovenije, kar jo je uvrstilo za osrednjeslovensko regijo. Gostota poseljenosti je bila 151 prebivalcev na km², s čimer se je prav tako uvrstila na drugo mesto za osrednjeslovensko regijo. Stopnja delovne aktivnosti prebivalcev te regije je bila v 2021 druga najnižja v Sloveniji in je znašala 61,6 % (nižja je še v Pomurski regiji).

Umestitev občine v interesne in druge povezave

- ▶ LAS Bogastvo podeželja ob Dravi in v Slovenskih goricah (ki obsega območje občin Destrnik, Dornava, Hajdina, Juršinci, Kidričevo, Markovci, Trnovska vas in MO Ptuj).
- ▶ Vzhodna kohezijska regija;
- ▶ (Turistična) makro destinacija Termalna Panonska Slovenija;
- ▶ Statistična razvojna regija Podravje;
- ▶ Članica Združenja zgodovinskih mest Slovenije;
- ▶ Članica nove regijske povezave Štajerska.

Slika 3: Shematski prikazi ključnih umestitev Mestne občine Ptuj



1.1.3 Prostorski vidik destinacije

Turistična dejavnost v destinaciji Ptuj ne posega intenzivno v prostor z novogradnjami in zasedanjem naravnega prostora.

Največja posega v prostor na področju turizma in s turizmom povezanih dejavnosti sta v preteklosti bila izgradnja zdraviliško rekreacijske ponudbe z bungalovi in avtokampom Term Ptuj že v letih 1974–1976 z nadgradnjo Termalnega Parka in Grand hotela Primus s spremljajočimi objekti v letih 2000–2007 in leta 1999 sicer zelo sonaravno urejenega golfskega igrišča Ptuj z 18 luknjami na cca. 35 hektarjev, ki v velikem delu sega tudi v sosednjo občino Hajdina. Drugi turistični in s turizmom povezani objekti in ponudba so urejeni v manjših objektih ali s prenovami obstoječega starejšega stavbnega fonda in niso zahtevali zaznavnih posegov v prostor.

Mesto Ptuj je središče naravnega podeželskega okolja Ptujkega polja, Dravskega polja, Haloz in Slovenskih goric.

Mesto Ptuj je središče naravnega podeželskega okolja Ptujkega polja, Dravskega polja, Haloz in Slovenskih goric, ki so v ravninskem delu poseljena v gričevnatem delu Haloz in Slovenskih goric pa zasajena z vinogradi pretežno na južnih in JZ pobočjih in vzdrževanimi pašniki in travišči ter poraščena z gozdovi pretežno na severnih pobočjih. Širše zaledje Ptuj je poznano po pridelavi hrane, vina in drugih pijač iz naravnih sestavin. To omogoča deležnikom destinacije Ptuj vzpostavljanje kratkih dobavnih verig in s tem povečanje kakovosti hrane in pijače ter drugih sestavin in izdelkov v turistični ponudbi destinacije z nizkim ogljičnim odtisom. Hkrati naravno in razvito podeželsko okolje omogoča usmerjeno valorizacijo v obliki rekreacijskih, športnih in gastronomsko kulinarčnih programov in ponudb za turiste in izletnike na trajnostni način.

V Mestni občini Ptuj so določena štiri območja NATURA 2000 (POO Velovlek, POO Podvinci, POO Drava in PVO Drava) in skupno obsegajo 1.422 ha območij, kar predstavlja 21,33 % območja Mestne občine Ptuj. Na območju Mestne občine Ptuj je evidentiranih tudi 18 naravnih vrednot državnega ali lokalnega pomena, 4 ekološko pomembna območja (16.635 ha), ki pomembno prispevajo k ohranjanju biotske raznovrstnosti in 6 zavarovanih območij narave.

Območja varstvenih režimov po Zakonu o varstvu narave in Zakonu o ohranjanju narave – naravne kakovosti v prostoru - so na območju Mestne občine Ptuj naslednja:

- ▶ 11 območij naravne vrednote s skupno površino 701,92 ha (Drava- Rečna loka 1, Drava- Stara struga, Struga, Turniška studenčnica, Hajdinska studenčnica, Spodnji Velovlek- Nižinski gozd in travniki, Spodnji Velovlek- gozd, Ptujsko jezero, Podvinci- Mali ribnik, Podvinci- Veliki ribnik, Podvinci- Nižinski gozd in ribnik),
- ▶ 5 točk naravne vrednote (Bregova bodika, Hincejeva sekvoja, Ptuj- Sekvoja, Ptuj- Lipa, Ptuj- Platana) in
- ▶ 6 točk zavarovanega območja s površino 219,5 ha (Sekvoja, Orešje, Hincejevo, Kmetijski kombinat Ptuj, Turnišče, okolje gradu, Platana, Potrčeva 9, Naravni rezervat Ribniki Podvinci, Zeleni pas mesta Ptuj, Naravni in gozdni pas Zlatoličje).

V letu 2019 je povprečni turist, ki je prenočeval v destinaciji Ptuj s svojimi aktivnostmi od prihoda (prevoza) do destinacije, prenočitvijo v nastanitvenem obratu in dodatnimi aktivnostmi in potrošnjo v destinaciji generiral povprečno 29,3 kg CO₂ekv/prenočitev oz. vsi turisti skupaj za vse realizirane prenočitve v letu 2019 4.586 ton Co₂ekv.

Te emisije na prenočitev v destinaciji Ptuj so po zgoraj navedeni oceni v letu 2019 bile 26,7% nižje kot je ocenjeno povprečje na turistično prenočitev v Sloveniji v istem letu. V letu 2022 pa so se emisije na

prenočitev in tudi skupaj vse emisije iz naslova turistične potrošnje še znižale (zaradi spremenjene strukture trgov in vrste potrošnje). Ciljna vrednost ogljičnega odtisa aktivnosti in potrošnje turistov v destinaciji Ptuj, merjeno na turistično prenočitev v letu 2028 pa znaša 25,7 kg/prenočitev, oz. zaradi načrtovanega povečanja števila prenočitev in tudi strukture potrošnje pa se bo, kljub znižanju emisij na prenočitev, skupna vrednost emisij iz naslova turistične potrošnje v ciljnim letu povečala na 5.506 ton CO₂ekv.

1.1.4 Temeljna infrastruktura v MO Ptuj

Na območju Mestne občine Ptuj je bilo konec leta 2021 skupaj urejenih 222,8 km občinskih cest, od katerih je 54,6 km lokalnih cest, 133,8 km javnih poti, 33,8 km zbirnih mestnih in mestnih krajevnih cest ter 562 m javnih poti za kolesarje. Na območju Mestne občine Ptuj je trenutno urejenih tudi več kot 13 km kolesarskih poti. Za območje Mestne občine Ptuj je po podatkih za leto 2021 značilna nadpovprečna gostota javnega cestnega omrežja (km/km²) v primerjavi z državnim povprečjem. Za območje Mestne občine Ptuj na JC znaša 3,86 km/km², za Slovenijo 1,90 km/km² in za regijo Podravje 2,98 km/km². Gostota javnega cestnega omrežja na območju Mestne občine Ptuj za državne ceste znaša 0,53 km/km², medtem ko za občinske ceste 3,33 km/km². Ob mestu Ptuj poteka tudi pomembna podravska avtocesta A4, ki je ena najpomembnejših tranzitnih poti med severom in jugom Evrope, predvsem v poletnih mesecih turističnih tokov med severom in jugom Evrope iz naslova katere se v destinaciji Ptuj generira tudi največje število tranzitnih turistov in izletnikov v poletnih mesecih in zraven obremenitve s prometom prinaša tudi številne prednosti in priložnosti za razvoj turizma.

Mestna občina Ptuj je z javnim avtobusnim prometom povezana s sledečimi kraji: Ormož, Maribor, Turški Vrh, Mala Nedelja, Lenart, Žetale, Velika Varnica, Stoperce, Slovenska Bistrica, Destrnik, Sv. Tomaž, Vitomarci, Dolane, Formin, Zavrč, Polenšak, Grajena, Majšperk idr., ki ga v največji meri izvaja podjetje Arriva. Mestna občina Ptuj ima vzpostavljeno železniško povezavo z Ormožem, Mariborom, Ljubljano in Koprom. Največ linij je na povezavi Ptuj – Ormož, na povezavi v Ljubljano pa 11 linij ob delavnikih in 2 liniji ob vikendih (v času šolskega leta skupaj 4 ob vikendih). Javni potniški promet iz vidika pogostosti linij sicer do določene mere zadošča za zmeren razvoj turizma, večji izziv pa predstavlja kakovost storitev prevoznikov in seveda tudi železniška infrastruktura znotraj širšega okolja Slovenije.

Od konca leta 2015 lahko občani in obiskovalci potujejo po mestu Ptuj z brezplačnim mestnim avtobusom na krožni liniji, ki povezuje središče zgodovinskega mestnega jedra z mestnimi in primestnimi naselji ter Termami Ptuj. Mestna občina Ptuj tako spodbuja trajnostno mobilnost in želi ponuditi oblike javnega prevoza zlasti za tiste, ki nimajo lastnega prevoza ali želijo zmanjšati število potovanj s svojim avtomobilom. Znotraj zgodovinskega mestnega jedra Ptuj je na voljo tudi okolju prijazna in brezplačna oblika prevoza - vozilo na električni pogon, za katerega so prebivalci Ptuj izbrali pomenljivo ime Zapeljivec, ki mobilnost po mestu olajša predvsem starejšim, gibalno oviranim osebam in v veliki meri tudi individualnim turistom, kar je pomemben prispevek k trajnostni in butični ponudbi destinacije Ptuj.

V Mestni občini Ptuj je primerljivo, glede na celotno površino središča mesta, urejeno relativno veliko območje za pešce, kjer je krati dovoljen promet kolesarjev in uporabnikov posebnih prevoznih sredstev na način, da ne ovirajo ali ogrožajo pešcev in spoštujejo predpisano omejeno hitrost vožnje v območju za pešce. Na ostalem območju ožjega središča zgodovinskega mesta Ptuj je urejena omejena hitrost vožnje in mešani promet za vozila, kolesarje in pešce. Razširitev peš con v zgodovinskem mestnem jedru bi bila smiselna in mogoča z ureditvijo mirujočega prometa (parkirnih mest, garažnih hiš, ipd) v neposredni bližini posameznih delov mesta in možnostjo dostopa za dostavo ter oživitvijo zgodovinskega jedra mesta Ptuj. V mestu Ptuj je trenutno urejenih zelo malo kolesarskih poti oz. koridorjev za kolesarje (skupaj 13 km kolesarskih poti, od tega 11,2 km v obe smeri, ostalo so enosmerne kolesarske poti). Situacija glede kolesarske infrastrukture naj bi se po načrtih predvidoma izboljšala v prihodnjih letih (gradnja kolesarskih poti eden od večjih regijskih projektov, za katerega so občine pridobile evropska sredstva). Tako se na območju Mestne občine Ptuj in ostalih občin v Spodnjem Podravju v naslednjih dveh letih načrtuje okoli 50 kilometrov kolesarskih povezav (Ptuj-Hajdina-Kidričevo-Majšperk, Ptuj-Juršinci, Ptuj-Markovci-

Gorišnica, Ptuj-Destrnik) in izvedba dograditve daljinske kolesarske povezave. Kolesarske steze so predvidene predvsem ob glavnih vpadnicah, da kolesarje varno pripeljejo po ustrezni infrastrukturi do središča mesta. Skozi mesto oz. Mestno občino Ptuj je predvidenih več glavnih in daljinskih kolesarskih povezav. Omenjene povezave v naravi (še) ne delujejo oz. so le te premalo označene in opremljene s spremljajočo infrastrukturo. Najpomembnejša, ki jo aktivno koristijo tudi mnogi turisti in izletniki je Dravska kolesarska pot, ki povezuje Ptuj na sever z Avstrijo in na jug s Hrvaško. V Mestni občini Ptuj je bil leta 2018 vzpostavljen sistem »Pecikl«, ki omogoča brezplačno izposojlo koles. Sistem »Pecikl« ima 4 postaje z osmimi mesti za kolesa.

Na območju Mestne občine Ptuj so za osebna vozila na voljo naslednja javna parkirišča:

- ▶ 425 plačljivih parkirišč, ki so namenjena dolgotrajnemu parkiranju
- ▶ 512 plačljivih parkirišč, ki omogočajo kratkotrajno parkiranje (do 120 minut)
- ▶ 798 brezplačnih parkirišč, ki omogočajo dolgotrajno parkiranje

▶ Poseben izziv je načrtovanje in realizacija večjega števila manjših in plačljivih a dostopnih parkirnih mest v samem zgodovinskem mestnem jedru in na robu zgodovinskega mestnega jedra.

Na območju Mestne občine Ptuj so od leta 2018 na voljo tudi 4 polnilnice za elektro avtomobile. Vse polnilnice so prosto dostopne in polnjenje avtomobila ni plačljivo. Pri tem pa predstavlja izziv za valorizacijo v turizmu, da so te polnilnice skoraj v celoti zasedene z domačimi taksi službami, ki polnijo svoja e-vozila. Število in kakovost (hitrost polnjenja), tudi plačljivih, e-polnilnic bo potrebno povečati in zagotoviti na lokacijah dostopnih tudi turistom. Pri tem je izziv tudi ustrezno povečanje zmogljivosti elektro omrežja na območju mesta za inštalacijo hitrih e-polnilnic.

1.1.5 Usklajenost razvoja turizma na območju MO Ptuj z drugimi strateškimi in prostorsko planskimi dokumenti ter politikami na ravni lokalne skupnosti in države

MO Ptuj zagotavlja usklajenost posameznih področnih strategij, krovne strategije (Strateški razvojni dokument Mestne občine Ptuj) in prostorskih načrtov (OPN in OPPN). Pri tem je izredno pomembno, da so javni in zasebni deležniki iz sektorja turizma obveščeni in aktivno vključeni v pripravo, koordinacijo in sprejemanje strateških razvojnih usmeritev in dokumentov. Prostor in ustrezno načrtovanje prostora in pogojev za posege v prostor, ki omogočajo razvoj in tudi varovanje zgodovinskih in naravnih elementov prostora, ki tvorijo bistvene privlačnosti destinacije, je ključno za zagotavljanje pogojev za trajnostno delovanje in razvoj turizma v destinaciji.

Še posebej je pomembna usklajenost strategije razvoja turizma na območju MO Ptuj z občinskim prostorskim načrtom občine (OPN). MO Ptuj je, v skladu z Ustavo RS, Zakonom o lokalni samoupravi, Zakonom o urejanju prostora in Statutom MO Ptuj, pristojna za sprejemanje strateških in prostorskih razvojnih dokumentov in načrtov občine. MO Ptuj (Mestni svet) je sprejela Odlok o občinskem prostorskem načrtu Mestne občine Ptuj v letu 2016 (Uradni vestnik Mestne občine Ptuj, št. 10/15, 8/16 – in vse nadaljnje obvezne razlage in dopolnitve). Obstoječi OPN MO Ptuj je v času sprejemanja te strategije v fazi četrtil sprememb in dopolnitev, ki se nahajajo v fazi pridobivanja prvih mnenj nosilcev urejanja prostora na drugi osnutek.

Strateške usmeritve in opredelitve prioritet iz te strategije se kot osnova za razvoj turizma ustrezno vključijo v rešitve in obrazložitve OPN v tej ali prihodnjih dopolnitvah v čim krajšem času. Obstoječi OPN sicer, iz vidika razvoja turizma, ustrezno določa usmeritve v izhodiščih prostorskega razvoja občine in v večjem delu tudi v opredeljenih ciljnih prostorskega razvoja.

Potrebna pa bi bila preverba in določena nadgradnja na opredeljenih prednostnih območjih za razvoj poselitve in drugih prednostnih območjih ter opredelitvah zasnove poselitve in podrobnejšem

opredeljevanju lokacij v izvedbenem delu načrta, iz vidika opredelitev strateških ciljev in ukrepov opredeljenih v tej strategiji, predvsem na področjih:

- ▶ Opredeljenih ukrepov razvoja zgodovinskega mestnega jedra Ptuja;
- ▶ Pomena kolesarskih povezav, poti in stez za stik mesta Ptuj z ožjim in širšim naravnim podeželskim zaledjem;
- ▶ Pomena, urejenosti in dostopa do reke Drave in Ptujskega jezera za razvoj rekreacijske ponudbe na vodi in ob vodi;
- ▶ Pomena kompleksa Ptujskega gradu in njegovega razvoja in navezave na ukrep za urejanje arheološkega parka na Panorami;
- ▶ Pomena območja Mestnega vrha za razvoj turizma destinacije Ptuj;
- ▶ idr.

Prav tako je v času sprejemanja te strategije razvoja turizma v pripravi tudi Strateški razvojni dokument MO Ptuj do leta 2035. Usmeritve, politike in ukrepi iz te strategije se na ustrezen način vključijo v Strateški razvojni dokument MO Ptuj do leta 2035.

Ta strategija razvoja turizma je v vseh ključnih politikah in ukrepih usklajena s Strategijo razvoja turizma Slovenije za obdobje 2022-2028 (Vlada RS, 2022) in tudi Strategijo digitalne preobrazbe slovenskega turizma (STO 2022).

1.2 Kako uspešni smo bili v realizaciji pretekle strategije

V preteklem strateškem obdobju ni bil 100% dosežen niti eden od kvantitativno opredeljenih šestih t.i. okvirnih strateških ciljev, v povprečju so bili zastavljeni cilji, do konca leta 2021 oziroma do obdobja I-IX. 2022, doseženi zgolj v 10-odstotnem deležu.

Sestavni del vsake strategije je analiza preteklega obdobja oziroma strateškega dokumenta.

Zavod za turizem Ptuj in Mestna Občina Ptuj sta konec leta 2016 pripravila oziroma v začetku leta 2017 sprejela »Strategijo razvoja in trženja turistične destinacije Ptuj v obdobju 2017–2021«, ki je, na osnovi izvedene analize stanja in načrtov na področju turizma, zastavila naslednjo vizijo in poslanstvo razvoja turizma v destinaciji Ptuj:

VIZIJA (pretekla strategija)

Ptuj bo mednarodno prepoznavna in privlačna zelena destinacije Slovenije in centralne Evrope, ki bo presegala pričakovanja obiskovalcev z izjemno ustvarjalnostjo in odprtostjo njenih ljudi, pristinimi doživetji bogate kulturne dediščine ter kulturnim utripom starega mestnega jedra, obdanega z naravo blagodejnih voda in vinske trte.

Ptuj bo mednarodno prepoznan kot ena izmed ključnih lepot Slovenije in centralne Evrope, ki ga je vredno obiskati zaradi njegovih izjemno ustvarjalnih in odprtih ljudi ter pristnega doživetja njegove bogate kulturne dediščine in kulturnega utripa starega mestnega jedra, obdanega z naravo blagodejnih voda in vinske trte. Ptuj bo trajnostno naravnana turistična destinacija, ki se bo razvijala uravnoteženo in skladno z zelenimi načeli v dobrobit narave in vseh ključnih deležnikov.

Ptuj bo turistom nudil visoko kakovostna, butična in ustvarjalna doživetja, ki bodo izhajala iz lokalnega okolja in bodo presegala pričakovanja obiskovalcev. To bo destinacija zagotovila s povezovanjem in partnerskim sodelovanjem, podporo lokalne skupnosti, z odličnim poznavanjem trga in uporabo sodobnih digitalnih tehnologij, učinkovitim trženjem ter stalnim vlaganjem v razvoj ustrezne infrastrukture in kadrov.


POSŁANSTVO (pretekla strategija)








Z ustvarjalno energijo in odprtostjo presegamo pričakovanja obiskovalcev za zdravo rast turizma. Razvoj turizma bo destinaciji prinesel konkurenčno rast turističnih prihodov čez vse leto ter ustvarjenih prihodkov iz dejavnosti. Turizem bo z ustvarjanjem visoke dodane vrednosti za turiste, predstavnike panoge in lokalno skupnost postal pomemben vir gospodarske rasti in ustvarjanja novih delovnih mest v destinaciji.

Kvantitativno opredeljeni krovni (strateški in operativni) cilji, ki so bili zastavljeni v strategiji za preteklo obdobje in naj bi bili uresničeni do leta 2021, so predstavljeni v spodnji tabeli, ob katerih posebej prikazujemo dejansko doseženo vrednost in stopnjo (kot odstotek) uresničitve posameznega cilja do konca leta 2019 (zadnje leto pred krizo Covid-19) in do končnega opazovanega obdobja t.j. I-IX. 2022. Izhodiščno leto, za vse primerjave doseganja vrednosti oziroma stopenj rasti posameznih kategorij ciljev, je zadnje leto pred pričetkom opazovanega strateškega obdobja, t.j. 2016.

Pri tem je potrebno upoštevati, da je opazovano strateško obdobje bilo prekinjeno z dvema letoma krize C-19 (2020 in delno 2021), ki sta izredno negativno vplivali na gibanje turističnega prometa in prihodkov v turistični dejavnosti v teh letih.

Tabela 2: Prikaz okvirnih strateških ciljev v obdobju 2017-2021/'22 in stopnje njihove uresničitve

SC	Krovni okvirni strateški cilj do 2021 (izhodišče leto 2016)	Ciljna vrednost	Dosežena vrednost do leta 2021/'22	% doseganja cilja	Ponder pomena cilja
1	Povprečna letna rast števila prihodov turistov do leta 2021 ¹	10%	(5,2%) 3,7%	 37%	40%

2	Povprečna letna rast števila prenočitev vseh turistov do leta 2021 ¹	12%	(3,8%) 2,3%	 19%	60%
3	Povprečna letna rast Povprečne Dobe Bivanja turistov (PDB) do leta 2021 ¹	1,5%	(-1,2%) -1,1%	 -73%	70%
4	Povprečna letna rast prihodkov od turizma do leta 2021 ²	5%	(10,8%) -6,8%	 -74%	80%
5	Povprečna potrošnja turistov na dan v letu 2021 ²	120 €	(75 €) 87 €	 73%	90%
6	Povprečna zasedenost nastanitvenih turističnih kapacitet v letu 2021 ¹	60%	(43,9%) 47,5%	 79%	80%
≈	Povprečni odstotek doseganja zastavljenih ciljev v obdobju (navadno aritmetično povprečje)			 10%	
≈	Ponderirani povprečni odstotek doseganja zastavljenih ciljev v obdobju			 45%	

¹ V oklepajih () so prikazane vrednosti do konca leta 2019, tik pred krizo C-19, brez oklepajev pa vrednosti do leta 2022 (obdobje I-IX).

² V oklepajih so prikazane vrednosti do konca leta 2019, tik pred krizo C-19, brez oklepajev pa vrednosti do konca leta 2021 oz. dosežene v letu 2021.

V preteklem strateškem obdobju ni bil 100% dosežen niti eden od kvantitativno opredeljenih šestih t.i. okvirnih strateških ciljev:

1. V povprečju so bili zastavljeni cilji, do konca leta 2021 oziroma do obdobja I-IX. 2022, doseženi zgolj v 10% odstotkih.
2. V primeru, da za pošteno oceno stopnje doseganja ciljev opredelimo ustrezne ponderje, glede na pomen posameznega cilja za uspeh in trajnostni razvoj turizma na Ptuju, kot so predstavljeni v zgornji tabeli, **ugotovimo, da je povprečna ponderirana vrednost stopnje doseganja zastavljenih ciljev na ravni 45%.**
3. Od vseh zastavljenih t.i. okvirnih ciljev razvoja turizma v destinaciji Ptuj je bil v preteklem strateškem obdobju **v največji meri dosežen cilj povprečne zasedenosti nastanitvenih turističnih kapacitet**, ki je bil do konca obdobja I-IX 2022 v primerjavi z enakim obdobjem v letu 2016 dosežen na ravni 79% od zastavljene ciljne vrednosti.
4. **Prav tako je bil v večji meri dosežen tudi cilj povečanja povprečne porabe turistov na dan na Ptuju, ki je bil dosežen na ravni 73% od zastavljenega cilja.**
5. Cilj povprečne letne stopnje rasti števila prihodov turistov na Ptuj je bil do konca obdobja I-IX 2022 dosežen zgolj na ravni 37% od zastavljene vrednosti.
6. S še nižjo stopnjo uresničitve v primerjavi s ciljem je bil dosežen cilj povprečne letne rasti števila prenočitev, ki je bil uresničen zgolj v 19% od zastavljenega cilja.
7. **Najnižjo oz. celo negativno povprečno stopnjo rasti pa sta imela cilja povprečne stopnje rasti povprečne dobe bivanja (PDB) turistov na Ptuju in povprečna letna rast prihodkov od turizma na Ptuju, ki sta imeli celo negativni predznak z -74% oz. -73%.**
8. Nizko stopnjo uresničitve zastavljenih ciljev je potrebno pripisati v zelo veliki meri sicer skrajno kriznemu obdobju Covid-19 za turizem v letih 2020–2021. Kljub temu pa je treba, zaradi veliko nižjih od načrtovanih stopenj rasti tudi v obdobju treh let od pričetka uresničevanja strategije do konca leta 2019 (torej že pred krizo Covid-19), **iskati vzroke tudi v drugih razlogih, ki so povezani predvsem z neuresničevanjem številnih predvidenih ukrepov za realizacijo strategije s strani ključnih odgovornih izvajalcev in drugih deležnikov v destinaciji.** Prav tako je razloge za nižje rasti od zastavljenih potrebno iskati v izredno velikem številu predvidenih ukrepov, ki pa niso bili določeni po jasnih oz. ustreznih prioritetah in so bili tudi premalo natančno opredeljeni ter niso dovolj jasno opredeljevali zavez za posamezne odgovorne izvajalce pri njihovem izvajanju in uresničevanju.
9. **Tudi redna letna evalvacija izvajanja strategije se ni izvajala dovolj kritično** iz vidika spremljanja uresničevanja posameznih ukrepov. Delno pa je razloge za neuresničitve oz. nizko stopnjo doseganja zastavljenih ciljev iskati v njihovi neustrezni ali preveč optimistični opredelitvi.

Strategija v preteklem obdobju je s krovnimi okvirnimi strateškimi cilji in začrtanimi ukrepi predvidevala doseganje naslednjih kazalnikov razvoja turizma, ki so bili zaradi nedoseganja strateških ciljev zgoraj navedenih razlogov le delno doseženi, kot je prikazano v spodnji tabeli.

Tabela 3: Prikaz stopnje doseganja ciljnih kazalnikov razvoja turizma v obdobju 2017-2021/'22

Zastavljeni ključni kazalniki za krovne strateške cilje	Izhodiščna vrednost kazalnika (2016)	Ciljna vrednost kazalnika v letu 2021	Dejansko dosežena vrednost v (2019) / 2021 ali 2022	% dosežene vrednosti kazalnika (2019) / 2021 ali 2022
Prihodki iz dejavnosti turizma (brez Term Ptuj)	15.026.295	24.589.545	(15.577.643) 15.421.128	(63,4%) 62,7%
Letna rast prihodkov iz dejavnosti turizma	n.p.	15%	(0,9%) 0,4%	(6,1%) 2,9%
Št. podjetij v turizmu ⁹⁰	122	187	(77) 82	(41,2%) 43,9%
Št. novonastalih podjetij v turizmu v 5-letnem obdobju ⁹¹	49	65	(-7) -2	(-10,8%) -3,1%
Št. delovnih mest v turizmu ⁹²	n.p.	<i>definirati v '18</i>		
Št. prenočitvenih zmogljivosti - stalna ležišča ⁹³	1.207	1.400	(1.212) 1167	(86,6%) 83,4%
Št. prihodov turistov ⁹⁴	59.127	96.757	(67.062) 56.831	(69,3%) 58,7%
Delež rasti prihodov turistov (<i>glede na preteklo leto</i>)	4%	15%	(3,4%) -0,6%	(22,4%) -4,3%
Št. nočitev ⁹⁵	145.700	256.423	(157.036) 128517	(61,2%) 50,1%
Delež rasti št. nočitev (<i>glede na preteklo leto</i>)	7%	15%	(1,9%) -2,0%	(13,0%) -13,1%
Povprečna doba bivanja	2,5	2,7	(2,3) 2,4	(86,7%) 88,1%
Povprečna zasedenost nastanitvenih kapacitet ⁹⁶	30%	60%	(43,9%) 47,5%	(73,2%) 79,2%
Povprečna dnevna poraba turistov ⁹⁷	n.p.	120 €/dan	(78) 86	(65,0%) 71,7%

DOSEGANJE CILJEV IZ PRETEKLE STRATEGIJE – vzroki

1

COVID-19 & VARSTVENA KRIZA

Zaustavitev panoge in krizno obdobje v letih 2020-2021 zaradi COVID-19, v letu 2022 pa vojna v Ukrajini in zaostrena ekonomska situacija.

2

NE-URESNIČEVANJE UKREPOV

Vzroke je potrebno iskati tudi v **ne-uresničevanju številnih predvidenih ukrepov** za realizacijo strategije s strani ključnih odgovornih izvajalcev in drugih deležnikov v destinaciji.

3

POMANJKANJE JASNIH PRIORITET IN ZAVEZ

Veliko število predvidenih ukrepov, ki pa niso bili določeni po jasnih oz. ustreznih prioritetah in so bili tudi premalo natančno opredeljeni ter **niso dovolj jasno opredeljevali zavez za posamezne odgovorne izvajalce pri njihovem izvajanju in uresničevanju.**

4

NI BILO VMESNE KRITIČNE EVALVACIJE

Tudi redna letna evalvacija izvajanja strategije se ni izvajala dovolj kritično iz vidika spremljanja uresničevanja posameznih ukrepov. Delno pa je razloge za neuresničitev oziroma nizko stopnjo doseganja zastavljenih ciljev iskati v njihovi neustreznosti ali preveč optimistični opredelitvi.

1.3 Poslanstvo, delovanje in financiranje Zavoda za turizem Ptuj v preteklem obdobju

Upravljanje turizma v destinaciji Ptuj, kot eni od 37 vodilnih destinacij v slovenskem turizmu, je **izvedbeno organizirano v okviru Javnega Zavoda za turizem Ptuj (ZTP)**, katerega ustanovitelj je Mestna občina Ptuj v letu 2016 in dopolnitvami v letu 2020 na pravni podlagi Zakona o zavodih in Statuta Mestne Občine Ptuj. ZTP je ustanovljen v skladu s pristojnostmi lokalne skupnosti (občine), ki izhajajo iz določil 13. do 15. člena Zakona o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT-1), ki določa, da je načrtovanje, organiziranje in izvajanje spodbujanja razvoja turizma na ravni turističnega območja v pristojnosti občin. Te pristojnosti občine (na področju turizma in s turizmom najožje povezanih aktivnosti) izhajajo tudi iz Ustave RS in 21. člena Zakona o lokalni samoupravi (ZLS). ZTP deluje kot destinacijska management organizacija (DMO za območje turistične destinacije Ptuj).

Ustanovni akt (vključno z dopolnitvijo Odloka o ustanovitvi v letu 2020) in statut ZTP določa, da ima ZTP naslednji dve notranji organizacijski enoti:

- ▶ Turistično informativni center Ptuj;
- ▶ Galerija Mesta Ptuj (še le od leta 2020 naprej).

V ustanovitvenem aktu ZTP so določene osnovne dejavnosti, ki jih ZTP, v skladu z ZSRT-1, izvaja **v javnem interesu kot javno službo**. Ustanovitveni akt tudi določa, da ZTP lahko, za doseganje optimalnih učinkov izrabe kapacitet v upravljanju, opravlja na področju svojega delovanja tudi **gospodarsko tržno dejavnost**, pri čemer je prihodek take dejavnosti izrecno namenjen razvoju in izvajanju osnovnih dejavnosti zavoda in opravljanje tržne dejavnosti ne sme ogroziti izvajanja dejavnosti, ki jih ZTP izvaja v javnem interesu kot javno službo.

Organi upravljanja ZTP, določeni v ustanovitvenem aktu in statutu, so:

- ▶ **Svet zavoda**, ki šteje **sedem članov, za mandatnim obdobje 4 leta**, ki ga sestavljajo naslednji predstavniki:
 - štiri predstavniki ustanovitelja (MO Ptuj, ki jih na predlog Župan-a/je imenuje Mestni svet),
 - en predstavnik delavcev zavoda (ki ga z notranjim tajnim glasovanjem izvolijo zaposleni v ZTP) in
 - dva predstavnika zainteresirane javnosti (ki jih, na predlog direktorja ZTP na osnovi njegovega javnega poziva, določi Župan/ja MO Ptuj).
- ▶ **Direktor**, z mandatnim obdobjem 5 let, ki ga, na podlagi izvedenega javnega razpisa, imenuje in razrešuje Svet zavoda po predhodnem soglasju ustanovitelja (soglasje na predlog Župan-a/je poda Mestni svet MO Ptuj).
- ▶ 4. 1. 2023, je bil, po predhodnem predlogu in utemeljitvi s strani koordinacije turističnih ponudnikov iz območja MO Ptuj, konstituiran »**Programsko strokovni svet**« kot posvetovalni organ direktorja ZTP, ki je sestavljen iz predstavnikov turističnega in s turizmom povezanega gospodarstva, podjetnikov ter strokovnjakov s področja turizma.

Viri financiranja za izvajanje dejavnosti ZTP so iz:

- ▶ proračuna ustanovitelja (MO Ptuj),
- ▶ proračuna Republike Slovenije,
- ▶ sredstev EU,
- ▶ lastni prihodki (tržna dejavnost),
- ▶ iz naslova upravljanja nepremičnin, ki so mu dana v upravljanje,
- ▶ sredstev, pridobljenih s prodajo blaga in storitev uporabnikom na trgu,
- ▶ daril, donacij, sponzorstev ter drugih zakonitih virov,
- ▶ iz javnih razpisov,
- ▶ sredstev posameznih investorjev oziroma sofinancerjev projektov in

- ▶ iz drugih virov v skladu z zakonom.

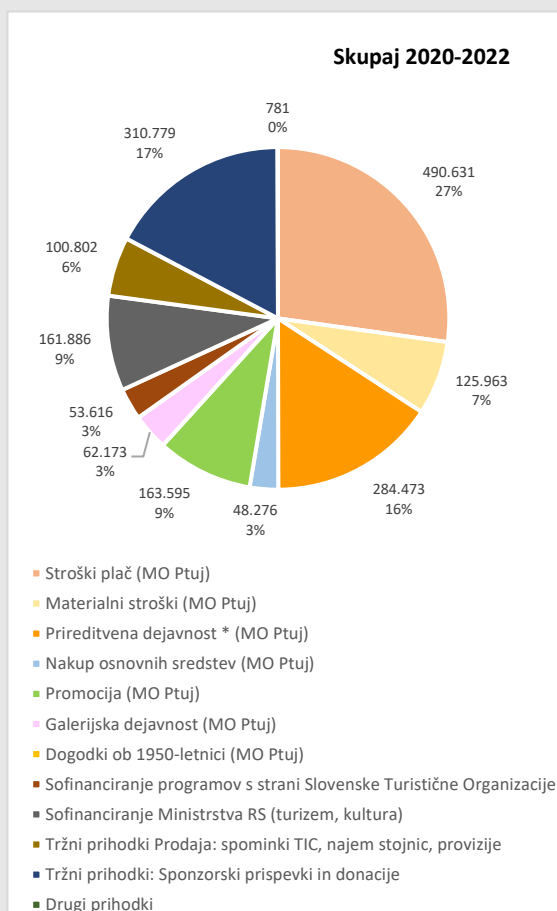
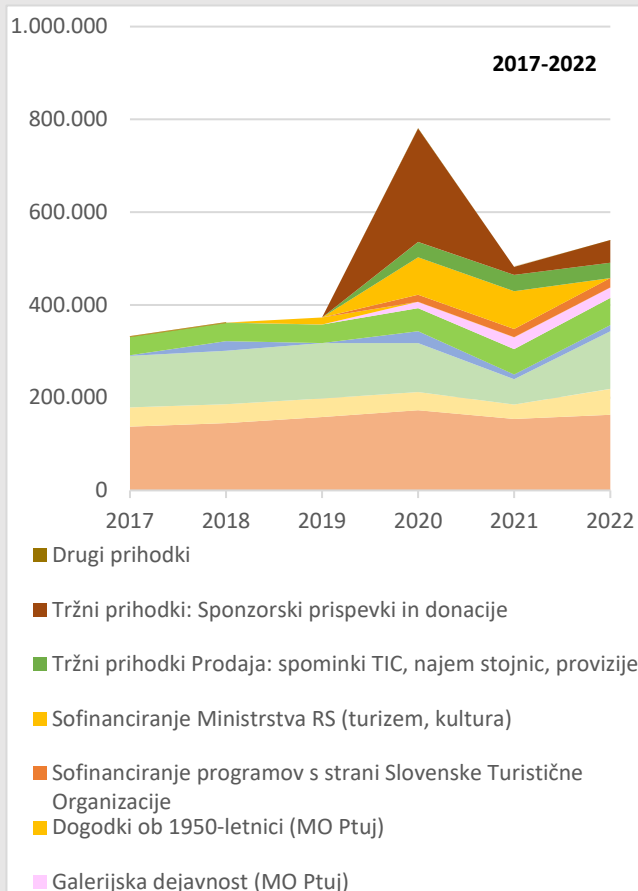
Iz naslova analize delovanja ZTP v preteklem obdobju **ugotavljamo, da je velik del proračuna za delovanje in program dela ZTP namenjen prireditveni dejavnosti za omejen obseg prireditev**, ki jih ZTP tudi izvedbeno organizira, **neobičajno nizek delež za tovrstno organizacijo pa je namenjen promociji in razvoju produktov**. Pri tem velja opomniti, da tudi ves ali večina prihodkov v proračunu ZTP izhaja iz sponzorskih prispevkov za prireditveno dejavnost.

V prihodnje bo potrebno ustrezno uravnotežiti program dela in financiranja dejavnosti ZTP s povečanjem angažiranja na področju promocije, oblikovanja turističnih produktov, razvoja in upravljanja določenih atrakcij in znižati del za izvedbeno organizacijo prireditev. Izvedbeno organizacijo prireditev pa prenesti na operativne, izvedbene organizacije, zavode, društva, zveze, ipd.

Tabela 4: Pregled virov financiranja Zavoda za turizem Ptuj v obdobju 2017-2022

Naziv postavke	2017	2018	2019	2020	2021	2022	SKUPAJ 2020-2022	SKUPAJ VSA OPAZOVANA LETA
Stroški plač (MO Ptuj)	137.496	145.337	157.981	173.023	154.430	180.000	507.454	948.267
Materialni stroški (MO Ptuj)	41.546	40.197	39.983	39.392	31.071	56.000	126.463	248.189
Prireditvena dejavnost * (MO Ptuj)	111.150	115.303	119.518	105.489	54.289	125.000	284.778	630.750
Nakup osnovnih sredstev (MO Ptuj)	1.464	20.897	169,09	25.223	10.031	15.000	50.254	72.615
Promocija (MO Ptuj)	40.000	40.000	40.000	49.918	54.956	58.000	162.874	282.874
Galerijska dejavnost (MO Ptuj)				13.532	25.638	26.000	65.170	65.170
Dogodki ob 1950-letnici (MO Ptuj)			15.500				0	15.500
Sofinanciranje programov s strani Slovenske Turistične Organizacije				15.658	17.979	19.978	53.616	53.616
Sofinanciranje Ministrstva RS (turizem, kultura)				80.515	81.372	0	161.886	161.886
Tržni prihodki Prodaja: spominki TIC, najem stojnic, provizije				32.866	35.078	32.858	100.802	100.802
Tržni prihodki: Sponzorski prispevki in donacije				244.798	16.922	49.059	310.779	310.779
Drugi prihodki				666	49	65	781	781
SKUPAJ FINANCIRANJE	331.656	361.734	372.982	781.080	481.815	561.960	1.824.856	2.891.228

**Gibanje prihodkov ZTP po virih financiranja in nameni ter deleži za kumulativno obdobje 2017-2022
In deleži po virih in nameni financiranja za obdobje 2020-2022 (v EUR, in %)**

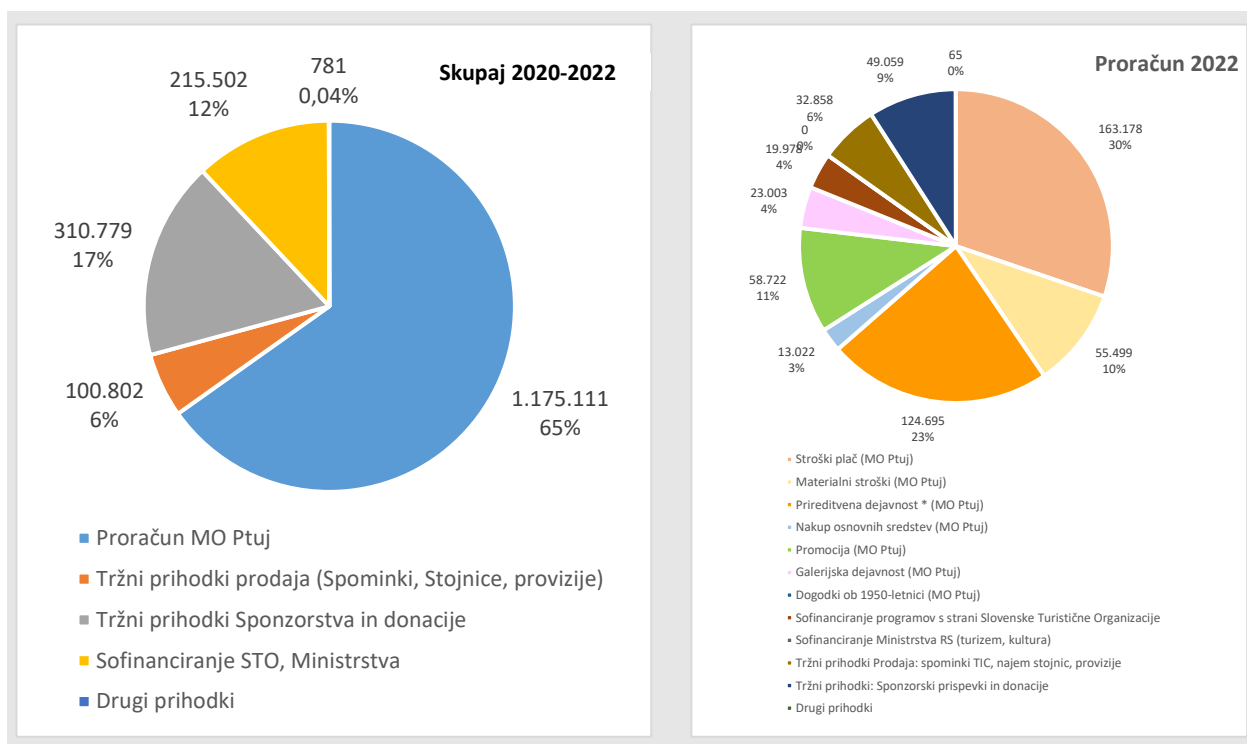


ZTP je v obdobju 2020-2022 pridobil tudi znatni del financiranja razvojnih in trženjskih programov iz javnih razpisov in sofinanciranja s strani STO in pristojnih ministrstev na državni ravni.

Pri opazovanju deleža prihodkov za namen prireditve je potrebno upoštevati, da v letih 2021 in 2022 zaradi krize Covid-19 prireditve niso bile izvedene ali so bile izvedene v zelo majhnem obsegu in da je zaradi načina izvedbene organizacije prireditve s strani ZTP tudi zelo velik delež stroškov plač namenjen prireditveni dejavnosti.

Gibanje prihodkov ZTP po vrstah virov financiranja in deležih letnih za kumulativno obdobje 2020-2022 ter struktura proračuna ZTP po virih/namenih 2022 (v EUR in %)

Vrsta prihodkov ZTP	2020	2021	2022	SKUPAJ 2020-2022
Proračun MO Ptuj	406.578	330.415	438.118	1.175.111
Tržni prihodki prodaja (Spominki, Stojnice, provizije)	32.866	35.078	32.858	100.802
Tržni prihodki Sponzorstva in donacije	244.797	16.922	49.059	310.779
Sofinanciranje STO, Ministrstva	96.173	99.351	19.978	215.502
Drugi prihodki	666	49	65	781
SKUPAJ	781.080	481.815	540.079	1.802.975



1.4 Vpliv pandemije Covid-19, varnostne situacije in grozeče ekonomske krize

Turizem v destinaciji Ptuj je v času krize Covid-19 v letih 2020 in 2021 utrpel visoke izgube v številu prenočitev in prihodkov (142.000 prenočitev in 17,7 mio EUR prihodkov), vendar je v letu 2022 relativno hitro okreval in se približal ali celo presegel turistični promet iz pred-kriznega leta 2019.

Turizem v destinaciji Ptuj je v času krize Covid-19 v letih 2020 in 2021, tako kot v vseh drugih destinacijah v Sloveniji in globalno, utrpel visoke izgube v številu prenočitev in prihodkov v vseh s turizmom povezanih dejavnostih. **V dveh letih kriznega obdobja je bilo izgubljenih 142.000 prenočitev (predvsem na račun izpada mednarodnih prenočitev in obiskov) in posledično skupaj okrog 17,1 Mil. EUR prihodkov v celotni turistični dejavnosti od česar cca. 7,3 Mil. EUR v nastanitveni dejavnosti in cca. 9,5 Mil. EUR v drugih s turizmom povezanih dejavnostih ter 284.000 EUR iz naslova turistične takse.** Iz naslova izpada povpraševanja in prihodkov v turistični dejavnosti na Ptuj je bilo v obdobju 2020–2021 neposredno ogroženih tudi nekaj čez 100 delovnih mest v vseh s turizmom povezanih dejavnostih, ki pa so bile v največji meri ohranjena zaradi ustreznih ukrepov Vlade RS pri soočanju s krizo C-19. Kljub temu je turistično dejavnost v tem času in tudi tik po koncu krize C-19, tudi zaradi dodatnih strukturnih težav s kadrovskim področjem v turistični dejavnosti, zapustilo veliko število zaposlenih, ki so pričeli migrirati v druge dejavnosti, da bi našli stabilno zaposlitev.

Po krizi Covid-19, v letu 2022, je ptujski turizem, tudi v primerjavi z drugimi destinacijami v Sloveniji, relativno hitro okreval in se približal ali celo presegel turistični promet iz pred-kriznega leta 2019. Zaradi zaostrovanja varnostne krize in politične napetosti v Evropi kot posledice vojne v Ukrajini je slovenski turizem v letu 2022 v prvi fazi bil prizadet predvsem v destinacijah, ki so v večji meri bile odvisne od ruskega in ukrajinskega trga, med katere pa ne sodi destinacija Ptuj, vendar grožnja eskalacije varnostnih in napetih političnih razmer, ki lahko izredno negativno vpliva na turistični trg ostaja v prihodnjem obdobju. Med negativnimi posledicami varnostnih razmer v Evropi za turizem pa so turbulence na energetskih in prehranskih trgih in znatno povečanje cen energentov in hrane, ki predstavljajo ene od ključnih vhodnih surovine za turistično dejavnost in hkrati zmanjšujejo razpoložljiva sredstva za potovanja pri prebivalstvu in s tem povpraševanje po turističnih storitvah v prihodnjem obdobju. Med zaznavne varnostne grožnje pa sodi tudi povečanje ilegalnih migrantskih tokov od polovice leta 2022 naprej, ki lahko sprožijo tudi druge politične, družbene in ekonomske negativne posledice za turistično dejavnost.

Dodatna grožnja zunanjega negativnega vpliva na turistično povpraševanje predstavlja, kot posledica poslabšanih varnostnih razmer v Evropi, v letu 2022 in najmanj nekaj prihodnjih nekaj letih zvišanje inflacije in posledične druginje, predvsem na področju energetike, hrane, gradbenih in komunalnih storitev ter tudi drugih storitev in izdelkov, ki predstavljajo ključne vhodne surovine za nastanitvene, gostinske in druge dejavnosti v turizmu. S tem se kritično dvigujejo stroški podjetjem in drugim ponudnikom v turistični dejavnosti, ki jih ne morejo v celoti nadomestiti z dvigom cen. Po drugi strani se namreč po vseh Evropi, zaradi druginje, znižuje razpoložljivi dohodek prebivalstva, ki bi ga lahko porabili za turistična potovanja in storitve.

Iz tega izhajajo naslednji izzivi:

- ▶ Zdravstvena varnost (C-19 in podobne epidemije) in potencialne nadaljnje (samo)omejitve turistične dejavnosti ali potovanj prebivalstva v Svetu in v Evropi;
- ▶ Tveganja povezana z varnostno situacijo v vzhodni Evropi in globalno;
- ▶ Usmerjenost na trge in segmente gostov, ki so manj občutljivi oz. niso prizadeti z zdravstvenimi, varnostnimi in ekonomskimi negativnimi gibanji v Evropi in Svetu;
- ▶ Druginja v Evropi, ki povzroča dvig stroškov podjetnikom v turistični dejavnosti in hkrati znižuje prebivalstvu razpoložljivi dohodek za turistična potovanja;

- ▶ Beg kadrov iz turistične dejavnosti in kronično pomanjkanje človeških virov v turistični dejavnosti.

Potrebne smeri intervencij:

- ▶ Destinacija Ptuj in vsi posamezni ponudniki morajo v prihodnjem strateškem obdobju zagotavljati visoko stopnjo dejanske urejenosti in tudi videza visoke stopnje urejenosti destinacije, obveščanja gostov in spoštovanja najvišjih higienskih in zdravstvenih standardov v svoji turistični ponudbi.
- ▶ Trženje je treba usmerjati prvenstveno na tiste trge in segmente gostov iz vidika dostopnosti, lokacije, kupne moči in motivov prihoda, ki jih lahko s svojo ponudbo destinacija Ptuj najbolj zadovolji in jih posledice varnostnih, zdravstvenih ali ekonomskih kriz ne prizadenejo na način, da bi jih odvrnila od potovanja ali jim omejevala potovanja, torej na bližnje in srednje oddaljene tuje trge, domač trg in izbrane oddaljene tuje trge z motivi potovanja, ki so zelo lastni karakterju turistične ponudbe Ptuja in z višjo kupno močjo.
- ▶ Vodstvo destinacije mora redno spremljati stanje mogočih kriznih zaostritev in promptly obveščati deležnike v destinaciji o morebitnih ukrepih oz. prilagoditvah delovanja, za odvrčanje ali zmanjšanje negativnih vplivov posameznih kriznih razmer na turistične ponudnike v destinaciji.
- ▶ Podjetniki in vodstvo destinacije Ptuj morajo v okviru svojih pooblastil in možnosti zagotavljati stabilne in motivirajoče pogoje za obstoječe zaposlene v turistični dejavnosti in se tudi širše v okviru svojih pooblastil zavzemati za izboljšanje pogojev za privabljanje in ustrezne pogoje dela v turistični dejavnosti v Sloveniji in na Ptuju.

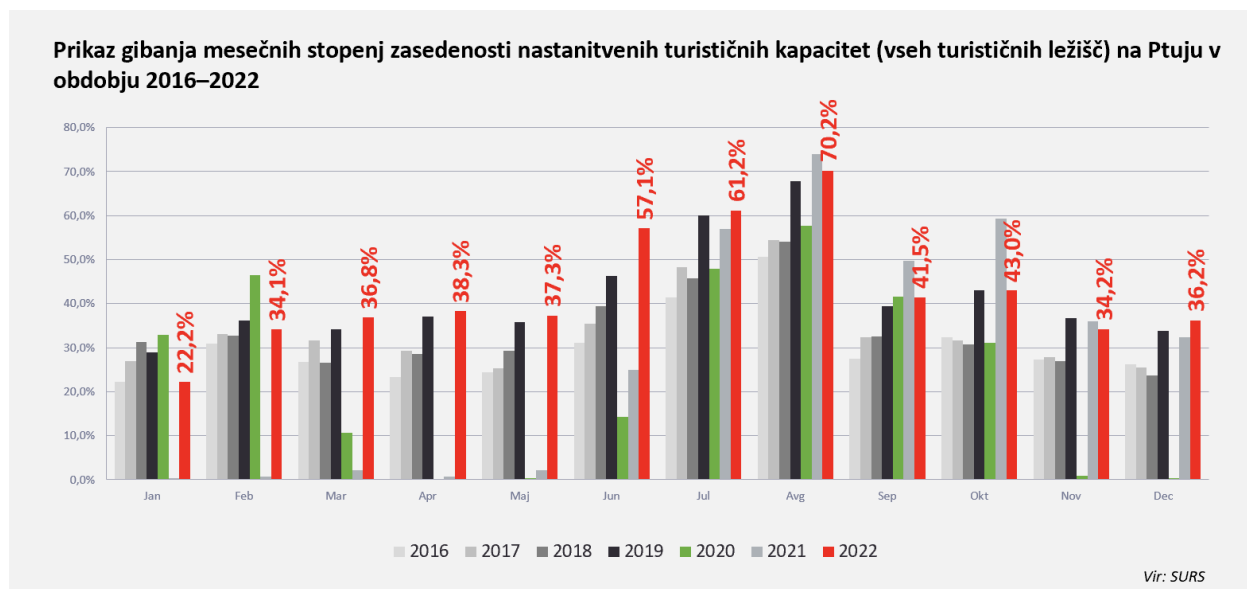
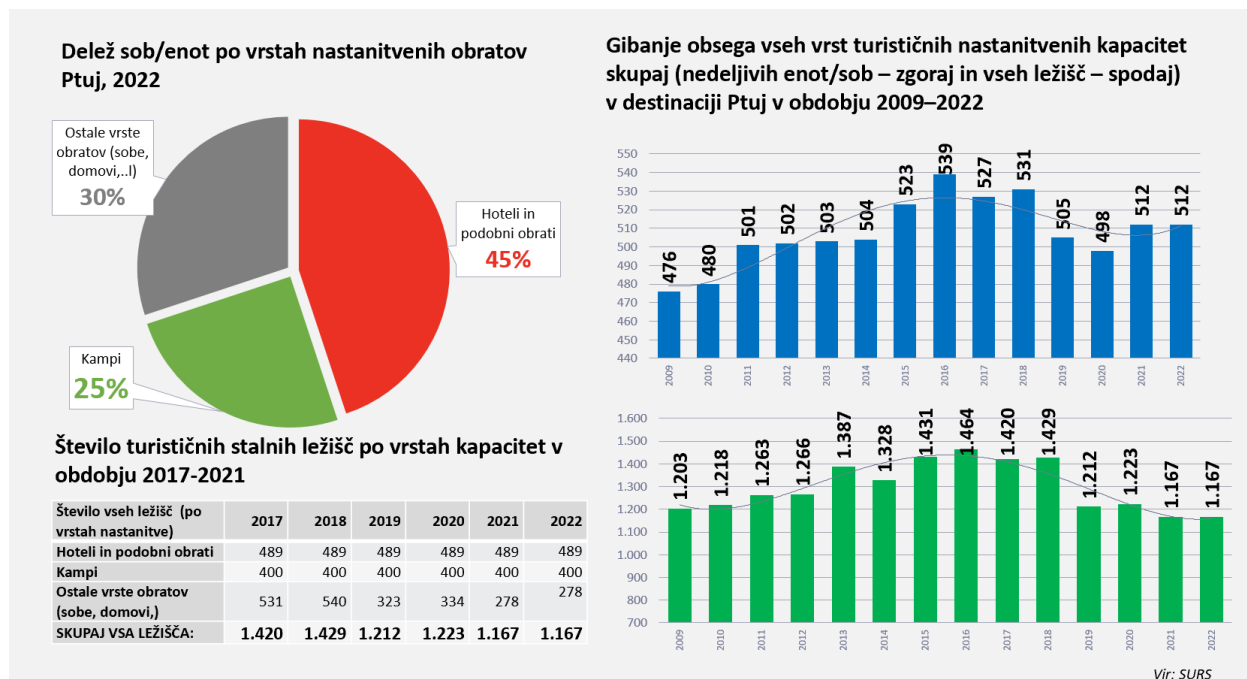
Tabela 5: Izgubljene koristi in prihodki po vrstah prenočitvev in prihodkov v turizmu zaradi posledic Korone 2020/2021

IZGUBLJENE KORISTI V OBDOBJU 2021 - 2021 ZA DESTINACIJO PTUJ:	2020	2021	SKUPAJ (2020,2021)	Izgubljena /ogrožena*/ Delovna mesta
Prenočitve tujih turistov	75.600	66.308	141.908	
Prenočitve domačih turistov	-4.020.413 €	-3.568.994 €	-7.589.407 €	
Prenočitve turistov skupaj	-5.025.516 €	-4.461.243 €	-9.486.759 €	
Prihodki prenočitveni obrati z osnovno dodatno ponudbo (EUR):	-151.200 €	-132.616 €	-283.816 €	-61
Prihodki ostala posredna in inducirana potrošnja turistov v destinaciji (EUR):	-9.045.929 €	-8.030.237 €	-17.076.166 €	-47
Prihodki turistična taksa za MO Ptuj (EUR):	75.600	66.308	141.908	
SKUPAJ CELOTNI IZGUBLJENI PRIHODEK ZA OBMOČJE DESTINACIJE (EUR):	-4.020.413 €	-3.568.994 €	-7.589.407 €	-108

1.5 Analiza ponudbe in povpraševanja v MO Ptuj

1.5.1 Struktura turističnih nastanitvenih zmogljivosti 2017–2022

Destinacija Ptuj ima relativno dobro strukturo nastanitvenih zmogljivosti: od 1.167 vseh ležišč v letu 2022 jih je 45 % v hotelih (in podobnih nastanitvenih obratih), 25 % v kampih in 30 % v ostalih obratih. Zasedenost (vseh ležišč) je višja kot v Sloveniji (po letih se zasedenost vseh ležišč giblje med 30% in nekaj čez 40%)

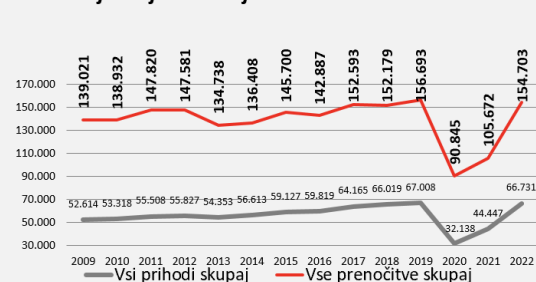


Zasedenost nastanitvenih turističnih kapacitet (vseh ležišč) v destinaciji Ptuj je sicer višja kot je povprečje zasedenosti kapacitet v Sloveniji. **Po letih se zasedenost vseh ležišč giblje med 30% in nekaj čez 40%.** Zasedenost vseh ležišč od leta 2016 do zadnjega leta pred krizo Covid-19 je konstantno naraščala od 31,4% v letu 2016 do 43,1% v letu 2019. Sledi drastičen padec zaradi delnega zaprtja dejavnosti v letih 2020 in 2021, v letu okrevanja po Covid-19 krizi torej v 2022 pa se je zasedenost povečala na 44,6%.

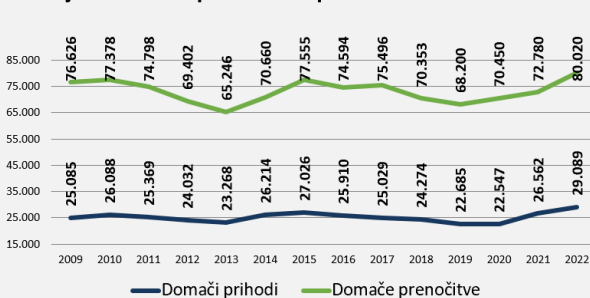
1.5.2 Gibanje prihodov in prenočitev v obdobju 2017–2022, PDB in sezonskost

Destinacija Ptuj je v letu 2022 zabeležila 154.703 prenočitev in 66.731 prihodov, s čemer je skoraj preseгла prenočitve iz predkoronskega leta 2019 (156.693) – po številu prenočitev je v Sloveniji na 22. mestu. V obdobju od 2009 so se prenočitve v MO Ptuj povečale zgolj za 11%. Povprečna doba bivanja (vsi turisti) je bila leta 2022 2,3 dni (domači 2,8, tuji 2,0), kar je pod slovenskim povprečjem. V 3 poletnih mesecih je opravljenih 44% prenočitev, pomladi in jeseni po 21%, pozimi 14%. Sezonskost je zaradi termalnega karakterja destinacije manjša kot je povprečje v Sloveniji.

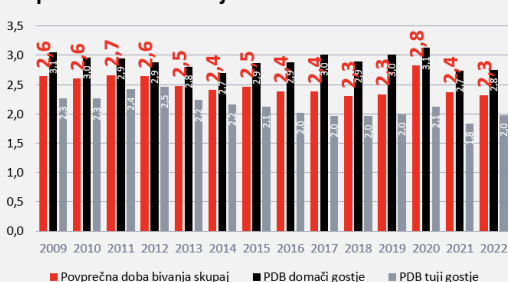
Število prihodov in prenočitev VSEH turistov v destinaciji Ptuj v obdobju 2009–2022



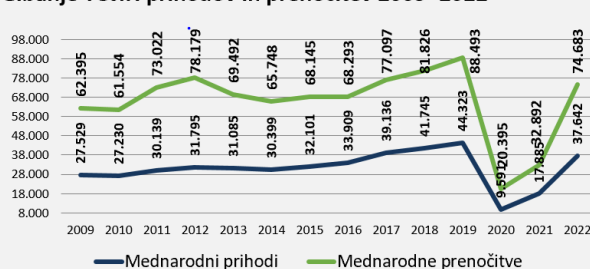
Gibanje DOMAČIH prihodov in prenočitev 2009–2022



Povprečna doba bivanja 2009–2022

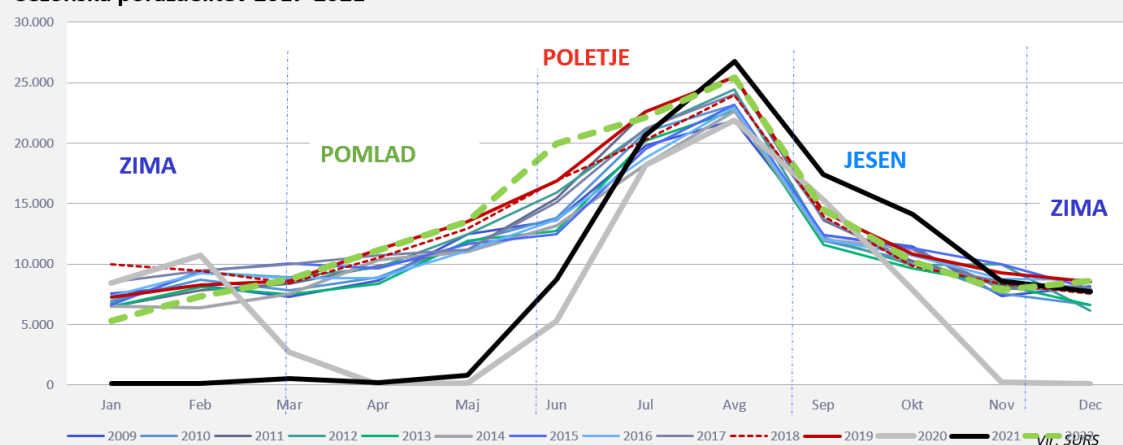


Gibanje TUJIH prihodov in prenočitev 2009–2022



Vir: SURS

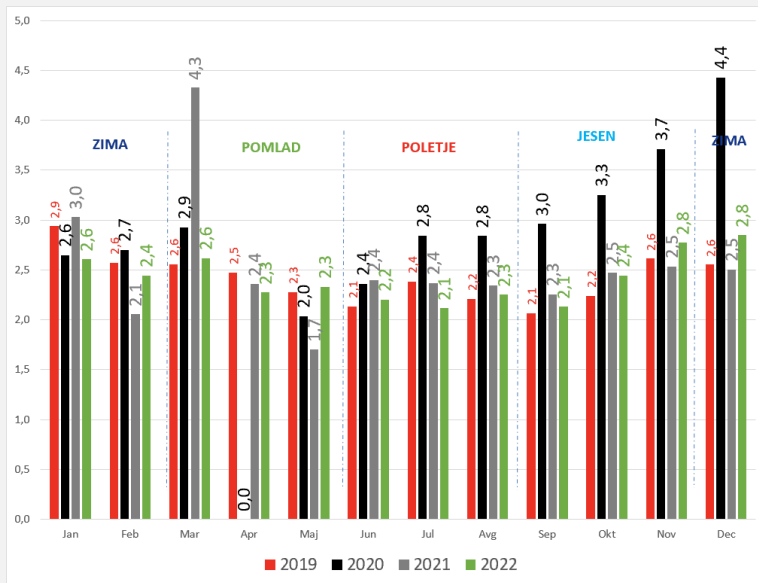
Sezonska porazdelitev 2017–2021



GINI Indeks sezonskosti prenočitev vseh turistov v destinaciji Ptuj v primerjavi s povprečjem Slovenije in drugimi mesti v letih 2017–2022

GINI Indeks sezonskosti	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Vse prenočitve						
Ptuj	0,20	0,21	0,23	0,53	0,54	0,26
Slovenija pvp.	0,25	0,26	0,27	0,55	0,52	0,32
Maribor	0,16	0,15	0,19	0,32	0,37	0,18
Ljubljana	0,22	0,22	0,22	0,45	0,46	0,27

Sezonskost povprečne dobe bivanja vse turistov na Ptuj v obdobju 2019–2022



Povprečna doba bivanja turistov po posameznih tujih trgih v obdobju 2019–2022

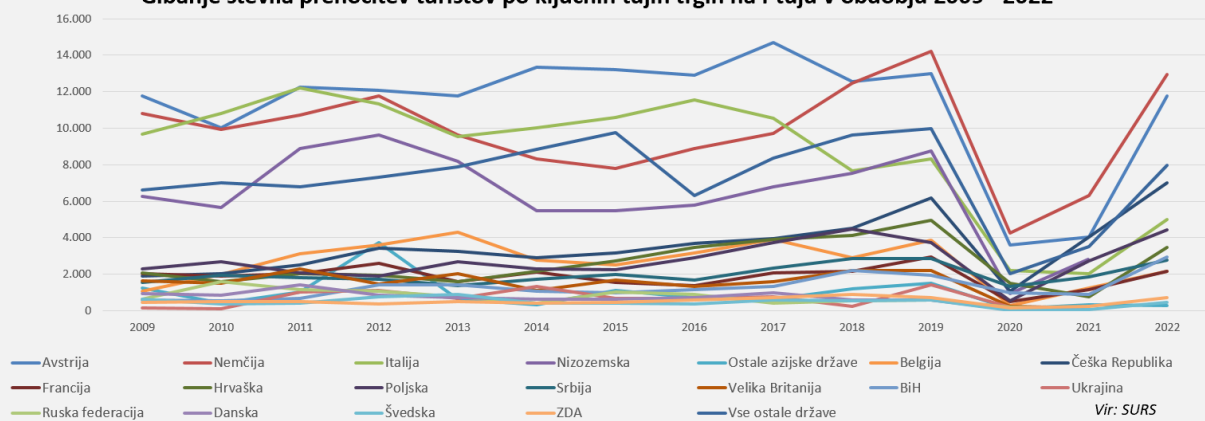
Država	2019	2020	2021	2022
Ostale azijske države	6,2	2,4	3,8	2,0
Ukrajina	4,0	2,8	2,0	4,7
Belgija	3,1	2,0	2,3	2,5
Nizozemska	2,4	2,5	2,1	2,4
Srbija	2,3	3,8	3,8	2,9
Italija	2,2	2,4	2,4	2,2
Velika Britanija	2,2	2,1	1,8	2,3
Hrvaška	2,1	2,0	1,9	2,2
BiH	2,1	2,6	1,9	3,3
Avstrija	2,0	2,1	2,0	2,1
Danska	2,0	1,6	1,6	1,7
Francija	1,9	1,6	1,6	1,8
Nemčija	1,8	2,1	1,8	1,8
Češka	1,8	1,8	1,8	1,6
Republika	1,8	1,8	1,8	1,6
Vse ostale države	1,8	1,9	1,6	2,0
Ruska federacija	1,8	2,7	1,8	2,0
ZDA	1,7	1,9	1,7	1,7
Švedska	1,5	1,7	1,4	1,6
Poljska	1,2	1,1	1,2	1,2

Vir: SURS

1.5.3 Struktura tujega povpraševanja

Destinacija Ptuj je v letu 2022 zabeležila 48,3% tujih prenočitev in 51,7% domačih (ima nižji delež tujih prenočitev kot Slovenija in druge mestne destinacije) – domači gostje so pred Covid-19 predstavljali 43,3%. Tuji trgi se po koronskem obdobju ponovno vračajo. Glavnih 5 TOP trgov je v 2022 prispevalo 57,9 % tujih prenočitev (to so bili trgi 1-Avstrija, 2-Nemčija, 3-Italija, 4-Nizozemska in 5-Češka Republika) – od 2016 ta delež pada – kar nakazuje na krepitev drugih trgov in večjo razpršenost tujih trgov.

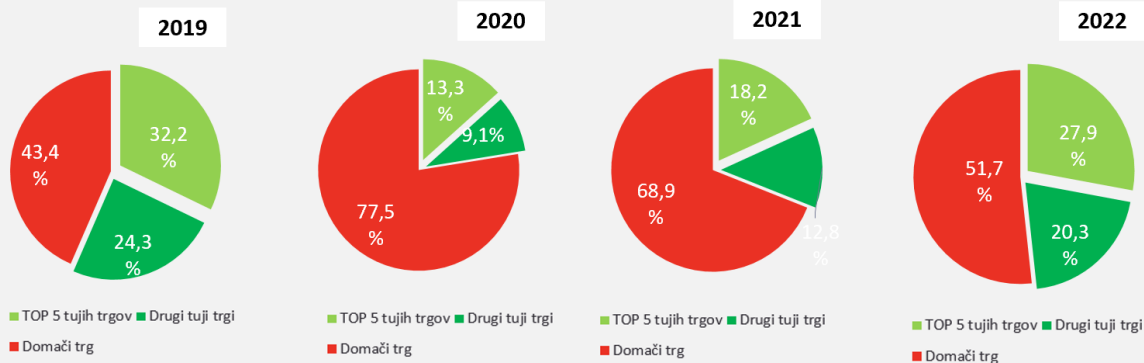
Gibanje števila prenočitev turistov po ključnih tujih trgih na Ptuj v obdobju 2009–2022



Delež »TOP 5« tujih trgov v številu prenočitev vseh tujih trgov v destinaciji Ptuj v obdobju 2016 - 2022

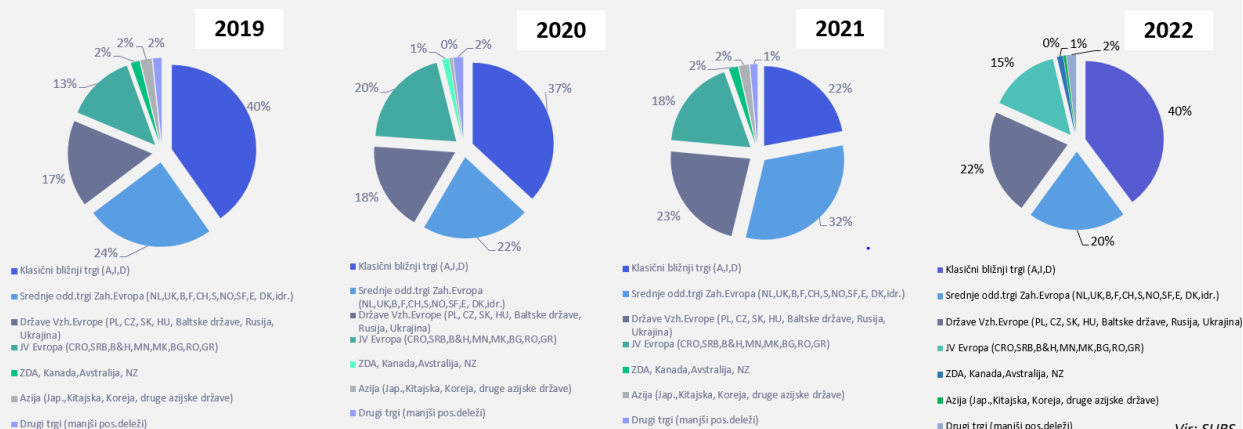
»TOP 5« tujih trgov	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Avstrija	18,9%	19,1%	15,8%	14,7%	17,6%	12,3%	15,8%
Nemčija	13,0%	12,6%	15,7%	16,1%	20,9%	19,2%	17,4%
Italija	16,9%	13,7%	9,6%	9,4%	10,9%	6,2%	6,7%
Nizozemska	8,5%	8,8%	9,5%	9,9%	4,7%	8,6%	8,7%
Češka Republika	5,4%	5,1%	5,7%	7,0%	5,3%	12,4%	9,4%
SKUPAJ TOP 5	62,7%	59,3%	56,3%	57,1%	59,4%	58,7%	57,9%

Delež števila prenočitev turistov na Ptuj po TOP 5 tujih trgih, drugih tujih trgih in domačem trgu v celotnem številu vseh prenočitev v letih 2019, 2020, 2021 in 2022



Vir: SURS

Delež števila prenočitev turistov na Ptuj po regionalnih tujih trgih v celotnem številu tujih prenočitev v letih 2019, 2020, 2021 in 2022



Vir: SURS

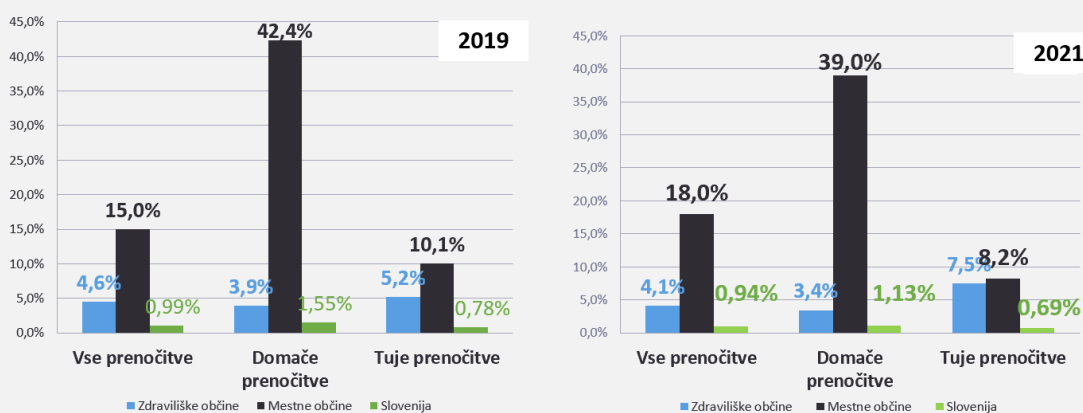
Obstoječe stanje (2018-2022) in ciljne vrednosti po skupinah trgov (skupinah trgov)

Prenočitve vseh turistov po letih →	2018	2019	2020	2021	2022	Prenočitve CILJNO 2028	Prenočitve ciljno v deležih	Ciljna PDB 2028	Prihodi CILJ 2028	Prihodi ciljno v deležih
Domači trg (SI)	70.353	68.200	70.450	72.780	80.020	85.826	40,0%	3,2	26.529	31,5%
Klasični bližnji trgi (A,I,D)	32.704	35.563	10.071	12.347	29.732	53.642	25,0%	2,2	23.898	28,4%
Srednje oddaljeni trgi Zahodna Evropa (NL, UK, B, F, CH, S, NO, SF, E, DK, idr.)	18.436	21.687	5.902	17.787	15.090	32.185	15,0%	2,2	14.383	17,1%
Države Vzhodne Evrope (PL, CZ, SK, HU, Baltske države, Rusija, Ukrajina)	12.404	14.636	4.823	12.688	16.209	21.457	10,0%	2,2	9.672	11,5%
JV Evropa (CRO, SRB, B&H, MN, MK, BG, RO, GR)	11.657	11.683	5.464	10.174	10.895	15.020	7,0%	2,2	6.834	8,1%
ZDA, Kanada, Avstralija, Nova Zelandija	1.674	1.461	372	1.020	944	3.218	1,5%	2,1	1.568	1,9%
Azija (Jap., Kitajska, Koreja, druge azijske države)	1.610	1.912	159	1.141	370	2.146	1,0%	2,9	749	0,9%
Drugi trgi (manjši posamezni deleži)	1.012	1.478	536	853	1.443	1.073	0,5%	2,1	508	0,6%
SKUPAJ VSI TRGI	149.850	156.620	97.778	128.790	154.703	214.566	100,0%	2,6	84.141	100,0%

1.5.4 Delež Ptuja med zdraviliškimi in mestnimi občinami, v Podravju in v Sloveniji

Destinacija Ptuj je v letu 2021 med zdraviliškimi občinami predstavljala 4,1% vseh prenočitev, 3,4% domačih in 7,5 %tujih. Med mestnimi občinami je prispevala 15% vseh prenočitev, 42,4% v strukturi domačih in 10,1 % tujih prenočitev. Deleži Ptuja v Sloveniji so majhni, okvirno na ravni 1 odstotka. V Sloveniji je MO Ptuj po številu prenočitev na 22. mestu (pred njo je 5 termalnih destinacij – Brežice, Moravske Toplice, Podčetrtek , Rogaška Slatina in Laško).

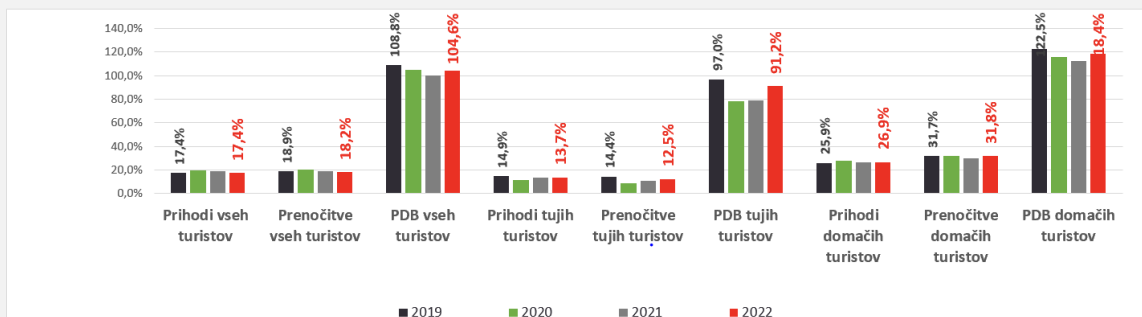
Prikaz deleža (v %) destinacije Ptuj v številu prenočitev po posameznih vrstah turističnih krajev v Sloveniji v letu 2019 in 2021



Vir: SURS

Destinacija Ptuj je v letu 2022 v regiji Podravje – kjer je bila edina termalna destinacija v regiji – predstavlja 18,2 % vseh prenočitev, 12,5 % tujih, imela skupen PDB nad povprečjem regije, a tuji PDB je bil pod povprečjem regije.

Delež destinacije Ptuj v statistični regiji Podravje po kategorijah turističnega prometa v obdobju 2019 do 2022



1.5.5 Izletniški obisk po točkah oziroma dodatna ponudba

Ocenjuje se, da destinacijo Ptuj obiše v normalnem letu (brez vpliva krize) okrog 280.000 dnevni obiskovalcev, ki jih sestavljajo obiskovalci prireditev, organizirani in individualni izletniki, tranzitni obiskovalci in obiskovalci iz nakupovalnih in poslovnih in drugih osebnih motivov. Večinoma so koncentrirani v poletju.

OBISK POKRAJINSKEGA MUZEJA PTUJ ORMOŽ (PMPO)

Muzejske zbirke, razstave in različne dogodke PMPO v zadnjih letih (2017 do 2022), ob izvzemu kriznih let Covid-19, obiše letno okrog 66.000 do 73.500 vseh vrst obiskovalcev. Od teh obiskovalcev je v povprečju zadnjih let od 30% do 40% tujih in med 60% do 70% domačih obiskovalcev. Natančnejše številke in struktura za obdobje 2009-2022 je predstavljena v spodnjih grafih. Med vsemi obiskovalci PMPO je, po oceni, 75% do 77% oz. v številu okrog 50.000 obiskovalcev, ki jih lahko okarakteriziramo za izletnike. To so torej tisti tuji in domači obiskovalci, ki ne predstavljajo stacionarnih gostov v destinaciji oz. niso prebivalci Ptuja in okoliških občin (del izobraževalnih programov, ipd.). Od teh t.i. izletnikov jih je po oceni povprečno 35% tujih izletnikov in 65% domačih izletnikov. Pri domačih izletnikih jih je velik delež iz naslova rednih šolskih oz. izobraževalnih programov iz drugih slovenskih občin.

TERMALNI PARK V TERMAH PTUJ

Obiskovalce bazenskega kompleksa Termalnega parka v Termah Ptuj predstavljajo v največjem deležu prebivalci Ptuja in širše regije, delno pa tudi dnevni obiskovalci od drugod, ki jih lahko imenujemo izletniki z motivom rekreacije in sprostitve v manjšem delu pa tudi stacionarni gostje samih Term Ptuj in drugih nastanitvenih obratov v destinaciji. Od skupaj 180.000 do 200.000 obiskovalcev Termalnega parka v normalnem letu (brez posledic zdravstvene krize v letih 2020-2021) ocenjujemo, da znaša letno število izletnikov, ki prihajajo izven širšega območja destinacije, okrog 25% oz. 45.000 do 50.000 letno. Le-ti so skoncentrirani v treh poletnih mesecih od junija do avgusta.

PTUJSKA KLET

Ptujsko klet, kot zelo pomembno točko privlačnosti Ptuja na področju vinske kulture in podobe mesta, obiše letno od 6.000 do 6.500 obiskovalcev, od katerih jih je v povprečju 52% domačih in 48% tujih obiskovalcev. Od teh obiskovalcev jih je velika večina organiziranih skupinskih obiskovalcev in zelo majhen delež individualnih obiskovalcev, med katere sodijo tudi stacionarni gostje nastanitvenih obratov v destinaciji. Slednjim (individualnim obiskovalcem) organizacija upravljanja obiska Ptujske kleti ni naklonjena in predstavlja enega pomembnejših izzivov na področju dostopnosti in upravljanja privlačnosti destinacije. Od vseh obiskovalcev Ptujske kleti jih lahko 90% oz. 5.400 do 6.000 obiskovalcev letno okarakteriziramo za izletnike oz. dnevne obiskovalce destinacije Ptuj.

OBISK DOMINIKANSKEGA SAMOSTANA PTUJ

Dominikanski samostan, kot pomembno točko privlačnosti Ptuja na področju kulture in nepremične dediščine in podobe mesta, obiše letno od 2.000 do 3.500 dnevni obiskovalcev, od katerih jih je v povprečju 25% domačih in 75% tujih obiskovalcev. Od teh obiskovalcev jih je okrog 50% individualnih in 50% organiziranih skupinskih obiskovalcev. Med individualne obiskovalce sodijo tudi stacionarni gostje nastanitvenih obratov v destinaciji.

Od vseh dnevni obiskovalcev Dominikanskega samostana jih lahko okrog 70% oz. od okrog 1.500 do 2.500 obiskovalcev letno okarakteriziramo za izletnike oz. dnevne obiskovalce destinacije Ptuj. Dominikanski samostan je v zadnjem letu prek krizo Covid-19 letno gostil tudi preko 100 vseh vrst prireditev katerih se je letno udeležilo okrog 10.000 udeležencev. Večina teh prireditev je bila koncertnih, izobraževalnih, strokovnih ali administrativno-političnih namenjenih domačemu prebivalstvu Ptuja in okoliških občin. Manjši delež pa je bil tudi prireditev, ki so pritegnile obiskovalce – izletnike ali stacionarne goste – turiste od drugod. Organizacijsko-upravljaljske aktivnosti namenjene delovanju in trženju

Dominikanskega samostana za t.i. MICE produkte (poslovna, strokovna, »incentive«, izobraževalna, promocijska, itd. srečanja in prireditve) v turizmu predstavljajo enega pomembnejših izzivov v strategiji nadaljnje razvoja turizma in zgodovinskega mesta Ptuj.

GALERIJSKA DEJAVNOST - OBISK V MESTNI GALERII PTUJ IN DRUGIH GALERIJAH

Galerijska dejavnost predstavlja v destinaciji Ptuj izredno pomembno dejavnost iz naslova pozicioniranja mesta Ptuj kot kulturne, umetniške in ustvarjalne destinacije. Uspešnost delovanja galerij žal še ne dosega zelenega obsega ponudbe, obiska niti poslovne uspešnosti. Za doseganje le-tega bi bilo potrebno bolj sistemsko podpreti galerijsko dejavnost predvsem pa ustvariti ugodne tržne razmere v destinaciji z usmerjenim mednarodnim pozicioniranjem Ptuja na področju umetnosti in kulture.

Na Ptuju sicer deluje šest galerij: Galerija mesta Ptuj (ustanovitelj MO Ptuj) in tri zasebne galerije; Galerija Florijan, Galerija Luna in Galerija Art Stays ter galerijski prostori v okviru Pokrajinskega muzeja Ptuj Ormož v Miheličevi galeriji in Salonu umetnosti v katerih potekajo občasne razstave del slovenskih in svetovnih umetnikov. V predvsem zasebnih galerijah se izvaja tudi odkup in prodaja umetniških del.

Obiskovalce Mestne galerije Ptuj predstavljajo v največjem deležu prebivalci Ptuja in okoliških občin, delno pa tudi dnevni obiskovalci od drugod, ki jih lahko imenujemo izletniki z motivom odkrivanja kulture in umetniške ustvarjalnosti mesta, v manjšem delu pa tudi stacionarni gostje nastanitvenih obratov v destinaciji. Od skupaj 3.000 do 3.800 obiskovalcev mestne galerije v normalnem letu (brez posledic zdravstvene krize v letih 2020-2021) ocenjujemo, da znaša letno število izletnikov, ki prihajajo izven širšega območja destinacije, okrog 15% oz. 450 do 570 letno.

DRUGI VIDIKI DNEVNEGA OBISKA V DESTINACIJI PTUJ

V času od pomladi do jeseni zgodovinsko mestno jedro Ptuja obišče tudi večje število organiziranih skupin in individualnih dnevnih izletnikov, ki sicer niso zabeleženi kot obiskovalci prej navedenih turističnih točk destinacije. To so obiskovalci, ki se v destinaciji zadržijo le krajši čas (uro ali nekaj ur), se sprehodijo skozi mesto, si ogledajo znamenitosti zgodovinskega mestnega jedra, se v določenem delu povzpnejo do spodnjega ali zgornjega dvorišča Ptujkega gradu brez da bi plačali vstopnino v muzeje, galerije. Tovrstni izletniki v določenem manjšem delu trošijo za gostinske storitve ali opravljajo manjše nakupe na območju destinacije.

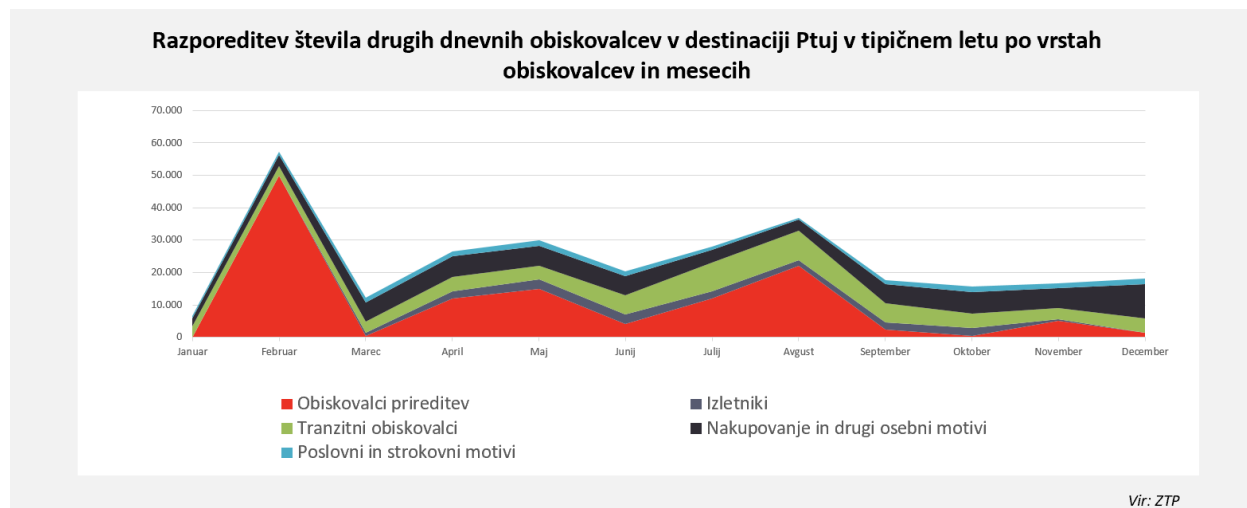
Dnevni obiskovalci na krajših izletih ali postankih, ki jih destinacija na zabeleži kot obiskovalce atrakcij ali drugih organiziranih ponudnikov, predstavljajo enega od izzivov destinacije v prihodnjem strateškem obdobju. Predvsem so lahko izziv organizirane skupine izletnikov, pri katerih organizatorji tovrstnih skupin izkoristijo zgolj znamenitosti destinacije, njeno komunalno in prometno infrastrukturo (parkirišča za avtobuse, toaletne prostore, koše za odlaganje smeti, ipd.), prispevajo k povečanju ogljičnega odtisa destinacije, ipd., medtem, ko ne trošijo, ali trošijo zelo malo, za vstopnine v atrakcije, za prenočitve, za gostinske storitve, trgovske storitve, plačilo parkiranja, komunalnih storitev, itd. Dodana vrednost se s tem ne ustvarja v destinaciji Ptuj ampak se odlije v večji meri k organizatorju tovrstnih izletov, medtem ko velik del negativnih vplivov bremeni destinacijo Ptuj. Prav tako enaki, vendar nekoliko manjši, negativni vplivi nastajajo z obiskom individualnih dnevnih obiskovalcev na krajših obiskih, ki ne trošijo za storitve in izdelke v destinaciji, kljub temu, da uporabljajo njeno infrastrukturo in komunalne storitve.

Odgovornost za soočenje s tem izzivom je v celoti na strani upravljavcev in turistični ponudnikov destinacije in njihovi ustrezni interakciji z obiskovalci in organizatorji izletov ter prilagoditvijo ponudbene strani in aktivnim upravljanjem destinacije.

Ocenjuje se, da destinacijo Ptuj obišče v normalnem letu (brez vpliva krize) okrog 280.000 dnevnih obiskovalcev, ki jih sestavljajo obiskovalci prireditev, organizirani in individualni izletniki, tranzitni obiskovalci in obiskovalci iz nakupovalnih in poslovnih in drugih osebnih motivov. Od tega, se ocenjuje, predstavljajo obiskovalci prireditev z okrog 44% (ki pa so izredno skoncentrirani na nekaj prireditev oz. majhno število dni in tudi večji del le-teh prihaja iz okoliških krajev v širši regiji) največji delež dnevnih obiskovalcev, izletniki predstavljajo okrog 6% dnevnih obiskovalcev, tranzitni dnevni obiskovalci okrog

21%, dnevni obiskovalci z motivom nakupov in drugih osebnih motivov okrog 24% in obiskovalci s strokovnimi in drugimi motivi okrog 5% in Natančnejša ocena je predstavljena v spodnjih grafih.

Mesečna razporeditev večjega dela drugih dnevnih obiskovalcev je prav tako visoko koncentrirana v poletnem času, razen dnevnih obiskovalcev prireditve Kurentovanje, ki je umeščena v mesec februar ali marec, kar je pozitivno iz vidika desezonalizacije turističnih tokov v destinaciji, kljub temu pa je koncentrirana na nekaj dni v predpustnem času, predvsem na pustno nedeljo in delno tudi otvoritveno prireditev Kurentovanja.



1.5.6 Dodana vrednost panoge na Ptuj

Turistični sektor v destinaciji Ptuj je v preteklem obdobju ustvarjal relativno nizko dodano vrednost, ki je bila v letu 2019, merjeno na zaposlenega v dejavnosti, kar 40,1% nižja od povprečne dodane vrednosti na zaposlenega vseh dejavnosti na območju MO Ptuj in 20,3% nižja od enake kategorije za celotno gostinsko dejavnost v Sloveniji.

Ključni ekonomski vidik trajnosti stanja in nadaljnjega razvoja turizma na Ptuj predstavlja sposobnost destinacije oz. deležnikov v destinaciji, da ustvarjajo dovolj visoko dodano vrednost, iz naslova katere se lahko zadovoljijo pričakovane koristi za podjetnike in investitorje po vlaganju v nadaljnji razvoj in donosnost, zaposlene v dejavnosti po povečanju plač in kakovosti delovnega okolja in lokalno skupnost po ustvarjanju zadostnih prihodkov za vlaganja v komunalno infrastrukturo in javne storitve za dvig kakovosti življenja domačega prebivalstva.

Pogoj za doseganje ustrezno visoke dodane vrednosti na strani posameznih turističnih in s turizmom povezanih ponudnikov in destinacije Ptuj kot celote pa je usposobljenost deležnikov na ponudbeni strani ptujskega turizma z znanjem, spretnostmi, upravljaljskimi sposobnostmi ter ustreznimi viri financiranja za pravilno opredeljene naložbe, da skrbno izbranim ciljnim skupinam turistov in izletnikov ponudijo kakovostno ponudbo storitev in celostnih doživetij.

Turistični sektor v destinaciji Ptuj je v preteklem obdobju ustvarjal relativno nizko dodano vrednost, ki je bila v letu 2019, merjeno na zaposlenega v dejavnosti, kar 40,1% nižja od povprečne dodane vrednosti na zaposlenega vseh dejavnosti na območju MO Ptuj in 20,3% nižja od enake kategorije za celotno gostinsko dejavnost v Sloveniji. Kot posledica nizke dodane vrednosti so bile naložbe v turistični dejavnosti na izredno nizki ravni in so bile skoraj v celoti omejene na nujno vzdrževanje in skromne obnove obstoječih kapacitet, medtem ko naložb v nove kapacitete ali nove produkte tako rekoč ni bilo ali so bile na zanemarljivi ravni. Prav tako je po dostopnih podatkih iz leta 2019 bila nizka ustvarjena dodana vrednost razlog za 16,6% povprečno nižjo raven (neto) plač v dejavnosti turizma v destinaciji Ptuj od povprečja v

turistični dejavnosti v Sloveniji in 19,2% pod povprečjem vseh plač na območju MO Ptuj. Zaradi tega so tudi prihodki v mestni proračun in prispevki v javne blagajne sektorja turizma v destinaciji Ptuj nižji kot bi lahko bili ob večji ustvarjeni dodani vrednosti. Natančnejši vidiki ekonomske trajnosti so razvidni iz predstavitve ekonomskih, poslovnih in posebnih kazalnikov v nadaljevanju tega dokumenta.

Povečanje ekonomske trajnosti in vzdržnosti turistične dejavnosti na območju destinacije Ptuj je pogojena z usklajenimi, odločnimi in pravilno prioriteto rangiranimi aktivnostmi in naložbami tako javnega kot zasebnega sektorja, ciljno usmerjenimi v povečanje privlačnosti, kakovosti storitev in doživetij in posledično dodane vrednosti v dejavnosti.

1.6 Trendi v panogi

OBSEG TURIZMA V SVETU PRED COVID-19

Turizem je panoga, ki prispeva 10,3 % globalnemu BDP, v zadnjih letih pa je presegala povprečno rast gospodarstva. Na svetovni ravni je sektor v letu 2019 že deveto leto zapored s 3,5 % letno stopnjo rasti presegel stopnjo rasti svetovnega BDP, ki je bila 2,5 %. Neposredno je turizem pred covid-19 krizo zagotavljal vsako deseto delovno mesto, kar je globalno predstavljalo 330 milijonov delovnih mest. Hkrati je turizem v zadnjih petih letih ustvaril vsako četrto novo zaposlitev. V letu 2019 je preko mej svoje domovine potovalo 1,5 milijarde ljudi (4 milijone dnevno), v tej številki je Evropa imela 51-odstotni delež. Pričakovalo se je nadaljnjo 3 do 4-odstotno rast.

VPLIV COVID-19

Po ocenah OECD in UNWTO situacija zaradi pandemije Covid-19 za globalno gospodarstvo pomeni kar osem krat večji šok kot finančna kriza 2008/2009, v letu 2020 pa je prišlo do 74 % upada mednarodnega turizma (v Evropi 71 %) – to pomeni izgubo okoli ene milijarde turističnih prihodov. **S tem se je turizem vrnil na številke izpred 30 let (1990)**, ogroženih je 100 do 120 mio delovnih mest. **Vrnitev obsega potovanj na raven leta 2019 je pričakovana do leta 2024.**

SPREMEMBE – TRENDI NA GLOBALNEM TURISTIČNEM TRGU

Turizem med in po obdobju pandemije Covid-19 je in bo drugačen, kot smo ga poznali doslej. Spremembe v vedenju in vrednotah turistov so močno opazne in imajo vpliv na način potovanja, procese odločanja in izbor destinacij. Spremembe pa so še globlje – raziskovalci poročajo o globljih spremembah v načinu življenja, prioritetah, vrednotah – močen vpliv imajo vojna v Ukrajini, naraščajoče cene energentov in hrane oziroma vse večja finančna občutljivost.

Med največjimi spremembami so naslednje: turizem se je omejil na bližnje destinacije, poudarek je na personaliziranih in avtentičnih doživetjih, določen segment ljudi postaja zelo finančno občutljiv.

Podrobnejši vpogled v trende pokaže naslednje:

- 1.** Še pomembneje kot do sedaj bo **zagotavljanje varnosti in zdravja ter turistična ponudba in produkti, ki temeljijo na stiku z naravo** – obiskovalci bodo iskali prostor za umik in doživetja, ki bodo hkrati »eko in brezstresna« ter odražala pristnost destinacije skozi kulturo, hrano in gibanje.
- 2.** Vse večji **vpliv na ponudbo in način potovanj imajo podnebne spremembe in posledično vse večja okoljska ozaveščenost ljudi**. Turisti iz urbanih okolij vse pogosteje nimajo več lastnih avtomobilov, zanima jih ogljični odtis poti. Vse bolj spoštujejo destinacije in nastanitve, ki skrbijo za trajnostno rabo naravnih virov.
- 3.** Turističnim podjetjem prinašajo izzive tako **staranje prebivalstva, številna in vitalna baby boom generacija sivih panterjev kot tudi hkratni porast novih mladih popotnikov (generaciji Y in Z)**, ki iščejo edinstvene in avtentične izkušnje (ekonomija doživetij) ter se želijo naučiti nekaj novega.
- 4.** **Današnji e-turist je super mobilen in »priključen«** – in to pričakuje tudi od nas. Družbena omrežja in on-line agencijske platforme (OTA) vzpostavljajo pomembne odnose s turisti ter nadzorujejo potovalni cikel in doživetja, hkrati pa je zaustavitev potovanj zaradi pandemije pokazala na **pomen lokalnih rezervacijskih sistemov, direktnih rezervacij kot tudi kratkih lokalnih verig**.
- 5.** Močno se je **okrepila zavest o pomenu zdravja**. Ljudje poskušajo živeti vedno bolj zdravo, zato je vedno več turistov aktivnih med dopustom (npr. pohodništvo, kolesarjenje, smučanje, golf itd.).
- 6.** Ključnega pomena bo **digitalizacija in krepitev odpornosti (resilience)** – takšne ponudbe, ki bo bolj odporna na pričakovane prihodnje krizne situacije (finančne, zdravstvene, podnebne, varstvene).
- 7.** **Okrepljen pomen avtentičnosti in lokalnosti destinacije** – za turistične destinacije je izredno pomembno, da še dodatno okrepijo edinstvene elemente na destinaciji in turistom ponudijo »lokalno

izkušnjo«, ki je druge destinacije ne morejo kar enostavno kopirati. Lokalna kulinarčna ponudba in izdelki predstavljajo pomemben dejavnik odločanja.

8. Turisti imajo **vse bolj kritičen odnos do razmerja med kakovostjo in ceno** – z vse več potovalnimi izkušnjami so turisti vse bolj občutljivi na to, da za svoj denar dobijo še boljše storitev od pričakovane. Za privlačne in edinstvene turistične produkte (objekti, storitve, doživetja) so pripravljene nameniti vse več denarja, vendar pa so njihova pričakovanja visoka.
9. Zaradi trendov in tendenc ter omejitvenih dejavnikov, ki so posledica covid-19 in drugih tveganj, je pričakovati **načrtovanje enega daljšega dopusta na leto in več krajših v bližnje destinacije. V porastu so t. i. »mestni pobege« ali vikendi v naravi.** Tudi domači prebivalci lokalno in regionalno pospešeno iščejo »mestne pobege« oziroma točke v naravi, ki postajajo vse bolj obremenjene.
10. Naraščajoče povpraševanje po sprostivju povezanem dopustu oziroma t. i. begu iz vsakdanjega življenja. Za mnoge ljudi je današnje življenje preveč stresno in to zlasti za tiste, ki živijo v velikih mestih. To stanje pogosto vodi do notranjih nemirov, napetosti in **želje po sprostitvi v naravnem ali »počasnejšem« okolju.** Turisti si predvsem želijo med vikendi ali prazniki pobege iz vsakdanjega življenja ter kakovostno preživljanje časa z družino in prijatelji.
11. Potovanja z letalom so se zaradi covid-19 drastično zmanjšala, tako se je več turistov odločilo za **potovanje z avtom, avtobusom ali vlakom v bližnje ali srednje oddaljene destinacije.** Iz tega se je razvil nov, tako imenovan »*Low travel*« trend, katerega poudarek je ne samo na preživljanju dopusta na ciljni destinaciji, ampak tudi na poti do tja. Ta trend se bo zaradi tendenc po znižanju ogljičnega odtisa iz naslova turističnih potovanj soočil s prilagoditvami na nizkoogljična prevozna sredstva in trajnostne oblike mobilnosti.
12. Naraščajoče povpraševanje po t. i. **pobegu v gore kot posledica dviga temperatur (podnebnih sprememb).**
13. Vse večje zanimanje za obisk **novih oziroma neodkritih destinacij.**
14. Naraščajoče povpraševanje, ki je vezano na **cenovno dostopnejša potovanja.**
15. **Vse več starejših, aktivnejših in premožnejših ljudi na pomembnih izvornih tržiščih.**

TRENDI, KI SO ŠE POSEBEJ RELEVANTNI ZA PTUJ

Glede na stanje in produktni profil obravnavane turistične destinacije izpostavljamo:

Prvič: NAJPOMEMBNEJŠI TRENDI, KI GOVORIJO V PRID DESTINACIJI PTUJ	Drugič: NAJPOMEMBNEJŠI TRENDI, KI BODO KLJUČNI ZA USPEŠNOST V PRIHODNOSTI IN KI PREDSTAVLJAJO PODROČJA, KJER BO MORALA OBRAVNAVANA DESTINACIJA NAREDITI POMEMBNE STRUKTURNE PREMIKE
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Okrepljen pomen avtentičnosti in lokalne izkušnje destinacije. ▶ Okrepljen pomen zdravja. ▶ Lokalna kulinarčna ponudba in izdelki predstavljajo pomemben dejavnik odločanja. ▶ Vse večje zanimanje za obisk novih oziroma neodkritih destinacij. ▶ Vse več starejših, aktivnejših in premožnejših ljudi na pomembnih izvornih trgih – ki iščejo manj množične destinacije, ki jim lahko zaupajo. ▶ V porastu so t. i. »mestni pobege« ali vikendi v naravi, želja po sprostitvi v naravnem ali »počasnejšem« okolju. ▶ Povečanje potovanj z avtom, avtobusom ali vlakom v bližnje ali srednje oddaljene destinacije. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Zeleni prehod – trajnostni razvoj turizma, eko certificirana ponudba, krožne prakse, trajnostna mobilnost. ▶ Digitalni prehod – digitalizacija celotnega poslovanja oziroma delovanja – ne zgolj turizma, temveč celotnih lokalnih skupnosti. ▶ Nagovarjanje super mobilnega in »priključenega« turista (digitalno podprte storitve, podatkovno podprto odločanje in digitalno trženje). ▶ Vzpostavitev destinacije, ki ji bodo zaupali in jo cenili bolj odgovorni, zahtevnejši obiskovalci.

1.7 SWOT analiza

Iz vseh virov smo v obliki SWOT analize izluščili ključne (po 5 elementov) **notranje prednosti in slabosti** ter **zunanje priložnosti in nevarnosti Ptuja – skozi prizmo turizma**. S strategijo želimo v nadaljevanju prednosti ohranjati oziroma jih krepiti, slabosti odpravljati oziroma zmanjševati, izkoriščati priložnosti ter zmanjševati vpliv nevarnosti.

PREDNOSTI = Ohranjamo in krepimo	PREDNOSTI = Ohranjamo in krepimo
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bogata kulturno-zgodovinska dediščina in podoba zgodovinskega mestnega jedra z zgodovinskim lokom tisočletij, koncentrirana na majhnem prostoru 2. Izjemno prepoznavna in edinstvena srednjeveška veduta mesta (značilni dvojni trikotnik nad reko) 3. Prepoznavna poimenovanja kot: »najstarejše mesto v Sloveniji«, »Ptuj – mesto muzej« in »Zakladnica tisočletij« 4. Ohranjen kompleks Ptujkega gradu, kot privlačna razgledna točka 5. Dragocene muzejske zbirke, tudi nacionalnega pomena, ki jih hrani in predstavlja Pokrajinski Muzej Ptuj Ormož v razstaviščih Ptujkega gradu (največja arheološka zbirka v Sloveniji, zbirka zgodovinskih glasbil, zbirka zgodovinskega orožja in zbirka tapiserij, galerija slik, zbirka pustnih likov, idr.) 6. Edinstvene kvalitetno ohranjene najdbe in »in situ« predstavitev ter velik pomen Mitrovih svetišč za zgodovinsko podobo in pomen Ptuja v antičnem času 7. Mnoge zgodovinske osebnosti, legendarne, literarne ter simbolne danosti povezane s Ptujem (Vitez Parzival, Sv. Viktorin Ptujski, Antonius Primus, Tacitus, Maksimus, meščanske družine in vinski trgovci na Ptuj, umetniki v 19. in začetku 20 stoletja, idr.) 8. Ugodne naravne danosti in umeščenost mesta; z ugodno klimo, velikim številom sončni dni v letu, izviri termalne vode, razgibana pokrajina 9. Reka Drava in največja vodna površina v Slovenij Ptujsko jezero na reki Dravi tik ob mestu Ptuj 10. Naravno zaledje mesta obdanega z idiličnim in rodovitnim ravninskim podeželjem Ptujkega in Dravskega polja in gričevnatimi vinorodnimi in sadjarskimi Halozami in Slovenskimi goricami 11. Tisočletja zgodovine vinske kulture in tradicija vinske trgovine v mestu z navezavo na zaledje vinorodnih Haloz, Osrednjih Slovenskih goric in Jeruzalemsko Ormoških goric in odlična vina vinarjev v okolici Ptuja 12. V arhivu zgodovinske ptujke kleti v središču mesta se hranijo najstarejša arhivska vina v Sloveniji in širšem območju JV Evrope, najstarejše steklenice - Zlata trta 1917 13. Bogato vinsko tradicijo simbolizira mestni vinograd v zgodovinskem središču mesta pod Ptujkim gradom s 1.150 trsi renskega rizlinga 14. Bogata sakralna in samostanska dediščina mesta (Ptuj v srednjem veku edino mesto v Evropi zraven Prage s tremi samostani) 15. Mednarodno prepoznaven etnografski pustni lik Kurenta, povezan z vpisom obredja obhodov kurentov na UNESCO-ov seznam nesovne dediščine človeštva in razglašeno za zavarovano živo mojstrovino v nacionalnem interesu s strani Ministrstva za kulturo RS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zgodovinsko mestno jedro Ptuja, kljub temu, da je vrhunska atrakcija, ni valorizirano niti za potrebe domačega prebivalstva niti za potrebe turizma in nima živahnega utripa; ni večjega števila prebivalcev, ni podjetniške ponudbe, lokali so v velikem delu zaprti, velik del stavbnega fonda je neurejen ali celo postopno propada 2. Ptuj ni v zadostni meri prepoznan in pozicioniran kot destinacija za oddih, počitnice ali poslovna srečanja, niti na bližnjih tujih trgih in tudi v Sloveniji je ta podoba omejena 3. Neizkoriščena zgodovinska dejstva, legende, simboli in osebnosti za pozicioniranje destinacije s privlačnimi in močnimi zgodbami 4. Izredno kratka povprečna doba bivanja, predvsem tujih turistov, na Ptuj 5. Premajhna vključenost naravnega podeželskega okolja v oblikovanje produktov in doživetij za turiste s strani destinacije Ptuj in turističnih ponudnikov 6. Znamka Ptuja kot turistične destinacije in pod-znamke Ptuja niso ustrezno upravljane, niso ustrezno in aktivno pozicionirane in ne dosejajo učinka za destinacijo 7. Destinacija Ptuj ne izvaja načrtovanih skupnih oglaševalskih in promocijskih kampanj niti na slovenskem, še manj pa na tujih trgih 8. Neizkoriščeni naravni potencial reke Drave in Ptujkega jezera za razvoj in trženje turističnih rekreacijskih produktov na vodi in ob vodi 9. Poletni festivali in prireditve ne pritegnejo dovolj turistov in izletnikov in tudi niso v zadostni meri vključeni ali usklajeni s turistično ponudbo, obiskovalci so po večini domače in okoliško prebivalstvo 10. Neurejena in neenotna komunalna oprema in signalizacija po zgodovinskem mestnem jedru in mestu nasploh (označevalne table, klopi, koši za odpadke, idr.) 11. Kritična dostopnost turistične in gostinske ponudbe (v določenih časovnih obdobjih) kot so muzejske zbirke na Ptujkem gradu, Mitreji, gostinska kulinarčna ponudba idr. 12. Pomanjkanje naložb v povečanje kakovosti in širitev kulinarčnih in nastanitvenih turističnih kapacitet 13. Pomanjkanje ključnih strateških naložbenih projektov v povečanje konkurenčnosti destinacije v ključne atrakcije in infrastrukturo za razvoj in konkurenčnost turizma 14. Premajhen obseg, povprečna kakovost in pestrost kulinarčne ponudbe v mestu 15. Relativno omejen obseg nastanitvenih gostinskih kapacitet (sezonsko) 16. Izredno visoka sezonskost turističnega prometa na Ptuj s koncentracijo v poletnih mesecih in nizko zasedenostjo v pomladnih in zimskih mesecih

<p>16. Tradicionalna mednarodno prepoznavna i največja etnografska in karnevalska prireditve v Sloveniji Kurentovanje ob koncu zime</p> <p>17. Sodobni multimedijski muzej Kurentova hiša s predstavitevjo pustne dediščine Ptuja in okolice dostopna skozi vse leto</p> <p>18. Neprekinjena več kot 500 let trajajoča tradicija treh tradicionalnih sejmov v mestu</p> <p>19. Veliko število festivalov in prireditev v času od pomladi do jeseni (podoba poletnega festivalskega mesta)</p> <p>20. Veliko število organiziranih skupin in društev in prireditev na temo zgodovine mesta (rimske igre, srednjeveške igre, meščanska kostumirana skupina, idr.)</p> <p>21. Razvita ponudba raznolikih nastanitvenih gostinskih obratov</p> <p>22. Tradicionalna hrana, surovine in kulinarne posebnosti v podeželski okolici</p> <p>23. Razpoložljiva infrastruktura za številne športne in rekreacijske dejavnosti (golf, plavanje, kolesarstvo, ekipni športi,...).</p> <p>24. Veliko zelenih površin v mestu (parki, obrežje Drave, Panorama in zaledje Mestnega vrha).</p> <p>25. Razvita ponudba zdraviliškega in rekreacijskega turizma v Termah Ptuj</p> <p>26. Dobra geo-prometna umeščenost, ugodna tranzitna lega in dostopnost destinacije; na križišču poti predvsem med severom in jugom in delno tudi vzhodom in zahodom Evrope</p> <p>27. Urejena infrastruktura za srečanja in prireditve v zgodovinskem objektu Domikanskega samostana, Mestnem kino Ptuj in nove urejene kapacitete »Stare steklarske«, vse v središču zgodovinskega mestnega jedra</p> <p>28. Destinacija Ptuj je s strani STO pripoznana kot ena od 37 vodilnih turističnih destinacij Slovenije</p>	<p>17. Prenizka stopnja povezovanja vodstva destinacije in turističnih ponudnikov z izobraževalnimi institucijami in organizacijami za dvig znanj in spretnosti za zaposlene v turizmu</p> <p>18. Prenizka stopnja povezanosti turističnih ponudnikov in njihovega vpliva in interesa za sprejemanje skupnih ukrepov na ravni destinacije</p> <p>19. Slabo stanje na področju upravljanja in usmerjanja izletniškega in tranzitnega turizma na Ptuj, ki predstavlja velik del turističnega prometa po eni strani in po drugi se iz tega naslova dosega pre nizka dodana vrednost</p> <p>20. Destinacija nima urejenega sodobnega razstavišča za privlačno predstavitev najbogatejše arheološke zbirke in antične dediščine mesta</p> <p>21. Upravljanje destinacije in koordinacija posameznih podsistemov ni na ustrezni ravni učinkovitosti</p> <p>22. Turistična ponudba destinacije generira pre nizko kakovost in dodano vrednost</p> <p>23. Destinacija Ptuj zaostaja v dinamiki in prodornosti turističnega razvoja</p> <p>24. Turistični sektor se še sooča s finančnimi posledicami in kadrovske krize iz naslova krize Covid-19 in že predhodnih trendov bega kadrov iz dejavnosti</p> <p>25. Energetska kriza in povečanje cen surovin povzroča dodaten pritisk na podjetnike v turizmu in gostinstvu</p> <p>26. Destinacija Ptuj in njeni deležniki zaostajajo v uvajanju trajnostnih konceptov in digitalizacije</p>
<p>PRILožNOSTI = Izkoriščamo</p>	<p>NEVARNOSTI = Se jim izogibamo</p>
<p>1. Oživitev zgodovinskega mestnega jedra Ptuja, z optimalnim poslovno finančnim modelom upravljanja in partnerstvom z zasebnimi vlagatelji, kot vrhunske privlačnosti s kombinacijo programov za povečanje kakovosti bivanja in življenja domačega prebivalstva, mestnih in poslovnih funkcij ter butične turistične in gostinske ponudbe</p> <p>2. Ureditev kompleksa Ptujskega gradu in arheološkega razstavišča in drugih funkcij muzejske in turistične dejavnosti v okviru le-tega, kot vrhunske privlačnosti destinacije</p> <p>3. Načrtovanje in realizacija drugih izbranih ključnih in prioritetenih infrastrukturnih projektov pomembnih za povečanje kakovosti življenja domačega prebivalstva in razvoj turizma v destinaciji, s ciljem dviga kakovosti in dodane vrednosti</p> <p>4. Vzpostavitev kolesarskih, pohodniških in drugih trajnostnih povezav med središčem mesta in ožjim in širšim naravnim in podeželskim zaledjem za povečanja kakovosti doživetja in podaljšanje povprečne dobe bivanja turistov na Ptuj</p> <p>5. Vključevanje naravnega in podeželskega zaledja Ptuja v turistične produkte in ponudbe destinacije Ptuj za dvig dodane vrednosti in podaljšanje verige vrednosti destinacije</p> <p>6. Povezovanje destinacije v širše regijske povezave na področju turizma (Štajerska) in v produktna združenja na nacionalni ravni</p>	<p>1. Ovire, neobstoje ali pomanjkanje virov ali neuspešnost pri pridobivanju namenskih državnih in EU virov za financiranje zastavljenih strateških naložb za razvoj turizma</p> <p>2. Pomanjkanje interesa zasebnih finančnih vlagateljev in skladov za izvedbo naložb v strateške razvojne projekte, zaradi širših okoliščin (recesija, varnostna kriza, energetska kriza, inflacija,...)</p> <p>3. Zunanje negativne okoliščine kriz v Sloveniji, Evropi in Svetu ali naravne nesreče, ki lahko privedejo do splošnega zastoja v razvoju in ovir za turistična potovanja ali znatno zmanjšanje obsega le-tega</p> <p>4. Nadaljnje zaostajanje destinacije Ptuj v razvoju in uspešnejši, hitrejši razvoj sosednjih in drugih destinacij v okolju, medtem pa destinacija Ptuj ostane predvsem tranzitna poletna, izletniška in delno zdraviliško termalna destinacija v danem obsegu in nizko dodano vrednostjo turizma, zaradi pomanjkanja strateških naložb in neambicioznosti ključnih deležnikov destinacije</p> <p>5. Deležniki in odločevalci v destinaciji Ptuj ne uspejo sprejeti odločitev za odločnejši razvoj turizma in destinacije kot celote in vzpostaviti zastavljenih upravljaljskih struktur in učinkovitih principov delovanja</p> <p>6. Deležniki in turistični ponudniki se ne povezujejo in ne vključujejo aktivno za sprejemanje skupnih odločitev in vzpostavlanje verig vrednosti in kratkih dobavnih verig</p>

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none">7. Vzpostavljane lokalnih in regijskih kratkih in trajnostnih dobavnih verig za dvig avtentičnosti in kakovosti ponudbe8. Valorizacija reke Drave, Ptujskega jezera in območja ob reki Dravi za oblikovanje turistično rekreacijske ponudbe na vodi in ob vodi9. Ureditev in oplešanje zelenih, parkovnih površin in ocvetličanja v mestu s ciljem dviga kakovosti doživetja in dodan vrednosti za domače prebivalstvo in turiste10. Povečanje učinkovitosti in kakovosti upravljanja in sodelovanja med vsemi deležniki te podsistemi destinacije s ciljem povečanja kakovosti ponudbe in dviga dodane vrednosti11. Valorizirati zgodovinske danosti, osebnosti in simbole mesta v oblikovanju privlačnih, vrhunskih in prodornih zgodb za pozicioniranje in trženje turistične ponudbe destinacije v Sloveniji in tujini12. Vzpodbuditi naložbeni cikel v povečanje kakovosti in obsega kulinarčne gostinske ponudbe13. Učinkoviteje in kakovostno upravljati izletniški in tranzitni turizem za povečanje dodane vrednosti destinacije14. Postopno dvigniti zasedenost in doseči zmerno povečanje obsega kakovostnejših in butičnih nastanitvenih kapacitet15. Vzpostaviti trajnostne standarde in urediti trajnostno infrastrukturo v destinaciji16. V večji meri vključiti domače prebivalstvo v aktivno soustvarjanje in pozicioniranje Ptuja kot turistične destinacije17. Razvijati destinacijo Ptuj v harmoniji s povečanjem kakovosti življenja za domače prebivalstvo in avtentične butične turistične ponudbe višje kakovosti za turiste in izletnike18. Vzpostaviti profesionalno podporo in upravljanje za lociranje in pridobivanje namenskih državnih in EU virov financiranja za naložbe v strateške razvojne projekte na področju turizma in povečanja kakovosti bivanja za domače prebivalstvo19. Vzpostavitev ključnih turističnih produktov, trgov in segmentov destinacije s ciljem povečanja vrednosti, podaljšanja povprečne dobe bivanja, trajnosti, dviga kakovosti in skladnosti s ciljem povečanja kakovosti življenja domačega prebivalstva.20. Izvedba obsežnejših tržnih komunikacij in oglaševalskih kampanj za ciljno tržno pozicioniranje in uveljavljanje destinacije Ptuj v skladu z opredeljeno vizijo21. Vzpostaviti digitalno platformo in sistem za povečanje učinkovitosti trženja, prodaje, odločanja, upravljanja, komuniciranja in informiranja v destinaciji Ptuj – vzpostavitev pametne destinacije22. Ureditev in vzpostavitev območja Mestnega vrha kot zelenega, rekreacijskega in vinogradniškega parka Ptuja, z ustrežno ponudbo in tematskimi potmi23. Vzpostavitev partnerstev z zasebnimi izvajalci za izvedbo receptivnih (»incoming«) turističnih programov destinacije24. Vzpostavitev sodelovanja in partnerstev med izobraževalnimi institucijami in turističnimi deležniki za povečanje znanj in spretnosti za dvig kakovosti turistične ponudbe. | <p>na ravni destinacije in regije, zaradi česar dodana vrednost turizma ostane na nižji ravni</p> <ol style="list-style-type: none">7. Vstop Hrvaške v schengensko območje in odstranitev kontrole mejnega prehoda na bližnji meji zmanjša tranzitni promet v destinaciji, hkrati pa Ptuj še ni nadomestil tega izpada z drugimi segmenti turizma višje vrednosti8. Nadaljnji odliv in pomanjkanje kakovostnih kadrov v turistični in gostinski dejavnosti privede do znižanja kakovosti ali celo prenehanja dejavnosti posameznih ponudnikov9. Podnebne spremembe in globalna tveganja (politična, varnostna, zdravstvena) |
|--|---|

1.8 Povzetek v obliki ključnih izzivov Ptuja skozi prizmo turizma

ZA RAZUMEVANJE ŠIRŠE SLIKE IZZIVI SLOVENSKEGA TURIZMA

Najprej povzemamo izzive slovenskega turizma, kot jih je opredelila nova krovna Strategija slovenskega turizma 2022–2028:

Slovenski turizem se na začetku novega strateškega obdobja nahaja na pomembnem razpotju med okrevanjem po posledicah zdravstvene krize pandemije covid-19 in pojavom novih varnostno-političnih groženj in tveganj zaradi vojne v Ukrajini, ob tem pa še rasti cen temeljnih surovin in zelo zaostreni ekonomski situaciji. Turizem po vsej Evropi se sooča še z eno krizo – to je kadrovska. V preteklih dveh letih je tudi slovenski turizem izgubil velik obseg kadrov, ki so se preusmerili v druge panoge, kjer so delovni pogoji ugodnejši oziroma prijaznejši. Turizem je nesporno vaje kriz, a tokratni splet kriznih faktorjev, sploh vezan na kadre, je veliko bolj kompleksen, globok in bo po ocenah strokovnjakov in gospodarstva dolgotrajen. Vsi ti faktorji na eni strani spreminjajo tržne pogoje in še dodatno zaostrejuje razmere, na drugi strani pa še dodatno izpostavljajo strukturna neravnovesja na ponudbeni strani slovenskega turizma, ki so bila prisotna že pred kriznim obdobjem.

OSREDNJI IZZIVI

- 1-Ponudba zaostaja za obljubo zelene butične Slovenije || 2-Nizka dodana vrednost
- 3-Kadri (obseg, kompetence, pogoji)

UPRAVLJAVSKI IZZIVI

- 4-Učinkovitost upravljanja (na destinacijski in podjetniški ravni) in prešibko podatkovno podprto odločanje
- 5-Odvisnost turizma od drugih dejavnosti (povezovanje in sinergije znotraj panoge in med sektorji)
- 6-Konflikti turizem-okolje-prebivalci (koncentracija, intenziteta, nosilna zmogljivost)

TRŽENJSKI IZZIVI

- 7-Slovenija zelo omejeno nagovarja zahtevnejše segmente in ciljno trži izven poletja
- 8-Sezonskost
- 9-Pomanjkanje avtentičnih (kulturnih) elementov v turistični ponudbi in podobi (ambient Slovenije)

ŠIRŠI IZZIVI

- 10-Trendi v novi normalnosti
- 11-Zaostajanje slovenskega turizma v mednarodni konkurenčnosti
- 12-Podnebna in druga globalna tveganja

IZZIVI PTUJA KOT TURISTIČNE DESTINACIJE

Na osnovi izvedene podrobne analize stanja, mednarodne primerjalne analize destinacije Ptuj, SWOT analize, rezultatov izvedenih anket med turističnimi ponudniki in splošno domačo javnostjo, razprave in zaključkov delavnic s turističnimi deležniki in opravljenih poglobljenih intervjujev s ključnimi deležniki in odločevalci v turizmu destinacije, opredeljujemo 12 ključnih izzivov destinacije Ptuj pri nadaljnjem razvoju turizma v obdobju 2023-2028.

Izzivi Ptuja so v veliki meri podobni kot na krovni ravni slovenskega turizma.

Kaj moramo izboljšati?

V nadaljevanju je predstavljenih 12 ključnih izzivov na ravni destinacije, ki jih moramo naslavljanje v novem strateškem obdobju.

To so krovni izzivi, najbolj izraženi, kompleksni in prioritetni.

► V okviru področij ukrepanja (politik) pa smo v Poglavlju 9 opredelili še bolj specifične izzive.

1. Pomanjkanje ključnih strateških projektov za preboj turizma in kakovost življenja (razvoj, ureditev & oživitev zgodovinskega mestnega jedra, atrakcije, trajnostna mobilnost,...).
2. Nizka dodana vrednost (in kakovost) turistične ponudbe na Ptuju, še posebej izletniškega turizma.
3. Zaostajanje v razvojni dinamiki turistične dejavnosti.
4. Učinkovitost upravljanja destinacije (stabilnost, sredstva, kadri, ključne destinacijske management funkcije, vloga prireditvene dejavnosti ipd.).
5. Premajhen obseg in prodornost podjetniške ponudbe v turizmu (avtentična doživetja, kulinarika, dodatne storitve, izstopajoče zgodbe).
6. Zaostajanja na področju trajnosti in digitalizacije v turizmu.
7. Visoka sezonskost. Izredna koncentracija turistične dejavnosti v poletnih mesecih.
8. Prenizka kakovost, urejenost in dostopnost ključnih turističnih privlačnosti destinacije.
9. Še vedno nejasno pozicioniranje in slaba valorizacija ključnih prednosti in privlačnosti ptuja.
10. Slabo izkoriščanje povezav in potencialov širše destinacije – regije (skupni produkti, promocija, mobilnost-povezave) – za okrepitev dolžine bivanja in privlačnosti
11. Okrevanje po covid-19, varnostni, kadrovski in energetski krizi (povrnitev trgov ter vitalnosti in odpornosti ptujskega turizma in podjetnikov).
12. Notranja konsolidacija vseh skupin deležnikov o razumevanju vrednot in potencialih ptuja ter potrebi po sodelovanju in razumevanju širših učinkov turizma.



SKLOP 2

VIZIJA

V SKLOPU 2 OPREDELJUJEMO, **KAJ ŽELIMO DOSEČI:**

(Notranja) razvojna vizija Mestne občine Ptuj skozi prizmo turizma – ki nas mora poenotiti v tem, kaj želimo na področju turizma doseči. Opredeljujemo tudi poslanstvo in vrednote – zakaj in kako razvijamo turizem.

SKLOP 2: KAJ ŽELIMO DOSEČI

2. VIZIJA in POSLANSTVO

2.5 Uvod v opredelitev razvojne vizije turizma

KAJ PRINAŠA RAZVOJNA VIZIJA TURIZMA PTUJA

Razvojna vizija turizma Mestne občine Ptuj predstavlja dolgoročni pogled na želeno prihodnjo sliko Ptuja kot turistične destinacije in vloge turizma v širšem razvojnem okvirju Mestne občine Ptuj. Gradi na prepoznanih temeljnih/jedrnih značilnostih in konkurenčnih prednostih Ptuja in se osredotoča na odpravljanje prepoznanih vrzeli (ključni izzivi). Smiselno se navezuje na vizijo Podravske regije¹ in slovenskega turizma². Je dolgoročna in zastavljena na način, da je odporna za izzive in spremembe na trgu ter razne krizne situacije, ki smo jim priča od leta 2020.

Razvojna vizija vsem javnim ustanovam, občanom, podjetjem kot tudi investitorjem sporoča razvojno smer občine/destinacije in pričakovane spremembe na področju turizma do leta 2028. Njena ključna vloga je, da je usmerjena v prihodnost in da jasno komunicira koncept turizma, ki ga želimo razvijati na Ptuju.

Pri njenem oblikovanju smo upoštevali poglede ponudnikov in zainteresiranih občanov MO Ptuj na prihodnjo želeno sliko oziroma vlogo turizma na Ptuju – vprašanje v spletni anketi, ki je bila izvedena v okviru procesa. **Vizija tako odraža močno željo občanov po uravnoteženem, trajnostnem turizmu, kakovostnem bivalnem okolju in živem/živahnem mestu.**

UVOD V OPREDELITEV RAZVOJNE VIZIJE TURIZMA PTUJA

Odločen razvojni preboj zgodovinskega mesta Ptuj kot kakovostnega življenjskega okolja, mesta ustvarjalnosti in podjetnosti ter vrhunske butične turistične destinacije.

Vizija nadaljnega razvoja turizma na Ptuju predpostavlja odločen razvojni preboj na področju prodornosti turističnih in s turizmom povezanih dejavnosti in kakovosti življenja domačega prebivalstva z vključevanjem naravnega zaledja in danosti okoliških občin in širše regije v interakciji s kulturno preobrazbo vrednot in prioritet mesta, mednarodno odprtostjo, ustvarjalnostjo in gostoljubnostjo njegovih prebivalcev.

Tisočletja (vsi časi) so v naših rokah.

Mesto Ptuj in njegovo okolico lahko, glede na danosti, privlačnosti in aktivnosti prebivalstva in lokalnih skupnosti v okolju, po definiciji oblik turizma **uvrstimo v kulturno umetniško mestno turistično destinacijo, obkroženo s tradicionalnim, naravnim kmetijsko-vinogradniškim zaledjem.**

¹ Vizija Podravske regije (Regionalni razvojni program Podravja 2021–2027): **Podravje – samooskrbna trajnostno naravnana regija, inovativnega in kreativnega gospodarstva ter zadovoljnih ljudi. »PODRAVJE – NAJBOLJŠI PROSTOR ZA KREATIVNOST, INOVATIVNOST, ODDIH IN KVALITETNO BIVANJE«.**

² Vizija Slovenije kot turistične destinacije v novem obdobju (SST 2022–2028) je nadgrajena iz *Slovenija je globalna zelena butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi* (skrajšana v *Zelena butična destinacija za 5-zvezdična doživetja*) v naslednjo vizijo v novem strateškem obdobju: **ZELENA BUTIČNOST. Manjši odtis. Večja vrednost za vse.** Ta nadgradnja nakazuje nujno potrebni premik v smer večje dodane vrednosti.

Ptuj s svojo pozicijo v prostoru in po svoji zgodovinski razsežnosti, ki je materializirana v relativno in deloma tudi absolutno mednarodno pomembni zgodovinski dediščini v obliki arheoloških najdb, celostne podobe zgodovinskega srednjeveškega mestnega jedra, dvorcev, gradov, muzejskih zbirk, zgodb in legend ter etnološke dediščine, ki se odpira v naravno enološko in kulinarično bogato zaledje, predstavlja odlične osnove in danosti za zadovoljevanje pričakovanj sodobnih obiskovalcev in turistov.

Mesto in njegova okolica je v svoji večtisočletni preteklosti dobilo pomen in valoriziralo svoje naravne in geo-prometne danosti, ki se kažejo v njegovi kulturno-zgodovinski podobi in lepoti osnovne strukture še danes, predvsem zaradi svoje mejne lege in srečavanja različnih kultur in človeške ustvarjalnosti, ki je iz tega izhajala. Mesto je v preteklosti najbolj cvetelo, ko je bilo odprto v okolico in v svet zaradi takšnih ali drugačnih razlogov. Po drugi strani je mesto in njegova okolica pričela izgubljati zagon in prodornost z zapiranjem znotraj vse manjših entitet bodisi lokalne skupnosti, regije ali države.

Turistična podoba in ponudba mesta Ptuj in okoliških občin je tesno povezana z gospodarsko in kulturno prodornostjo mesta in okolja kot celote, ki pa je odvisna od odprtosti in povezanosti mesta z okoljem in svetom. **Po drugi strani pa je prav turistična dejavnost tista, ki lahko mesto ponovno intenzivno in trajnostno poveže z okoljem in s svetom in predstavlja pomemben način za srečevanje kultur, ustvarjalnost, spremembe vrednot v okolju in gospodarski preboj, ki iz tega sledi.**

Za preboj turistične dejavnosti kot pomembnega dela njegove prenovljene kulturne podobe, njegove razvojne propulzivnosti – ki bo gradila na lokalnih danostih, tisočletni kulturi in posebnostih, vendar na svetovljanski in odprtosti v svet, in bo privedla do trajnostne kakovosti življenja mesta in njegove okolice in do izboljšanja socialnih kategorij v okolju v interakciji med gospodarskim turističnim razvojem in kulturno podobo in preobrazbo mesta – je bistveno izbrati prave prioritete, učinkovite projekte in nujne SPREMEMBE v okolju, ki bodo vodile do hitro oprijemljive a trajnostne in uravnotežene rasti.

Ptujčanke in Ptujčani niso le varuhi tisočletij, temveč tudi ambasadorji lepote in ustvarjalci za prihodnje generacije.

Razvojna vizija in ciljno pozicioniranje mesta Ptuj in zgodovinskega mestnega jedra kot središčne atrakcije in izhodišča za spoznavanje širšega okolja ...

Razvojno vizijo in prihodnost Ptuja lahko najbolj logično upremo na zgodovinske, kulturne in sociološke izkušnje v njegovem preteklem razvoju skozi stoletja. Znati moramo valorizirati in ustrezno prilagoditi geo-prometne, naravne, kulturno-zgodovinske in človeške danosti in na tej podlagi nasloviti izzive in izkoristiti priložnosti dolgoročnih trendov v evropskem in globalnem gospodarskem prostoru in trgih.

Glede na to lahko Ptuj išče svoje tekmovalne in razvojne prednosti predvsem v **kombinaciji razvoja visoko kakovostnih vsebin in programov v zgodovinskem mestnem jedru, gospodarski in upravni povezanosti z naravnim zaledjem, razvoju najsodobnejše industrije, informacijskih in digitalnih tehnologij in storitvene s turizmom povezane dejavnosti z visoko dodano vrednostjo, ki svoje pozicioniranje na trgih črpa iz kulture, zgodovine in tradicije okolja – živo mesto, povezano s širšim okoljem.**

Na področju razvoja turizma je nujen **profesionalnejši pristop v izkoriščanju priložnosti, ki jih ponuja zgodovinsko mestno jedro Ptuja, ki se je v preteklih desetletjih preveč zanemarjalo in je danes v veliki meri samo še čudovita zgodovinska kulisa brez prebivalcev in kritičnega števila podjetnikov, ki bi mu trajnostno vdihovali vsakodnevno življenje.**

Zgodovinsko mestno jedro Ptuja mora ne le zaradi številnih podjetniških, razvojnih, kulturnih in socialnih priložnosti, temveč tudi zaradi tega, ker predstavlja vsebinsko in formalno jedro njegove mesto tvornosti postati ključna razvojna prioriteta Mestne Občine Ptuj.

Razvojno perspektivo in vizijo zgodovinskega mestnega jedra, kot nosilca podobe Mesta Ptuj, se lahko opredeli z naslednjimi **vsebinami oziroma dejavnostmi, ki jih je v viziji mesta potrebno načrtno pospeševati in aktivno upravljati njihov razvoj, financiranje in delovanje:**

- 1. Administrativno središče z javnimi funkcijami in servisnimi storitvenimi dejavnostmi za širše okolje in goste mesta;**
- 2. Vrhunsko središče za stik s tradicijo in zgodovino** (modernizacija muzeološke dejavnosti in prezentacije dediščine ter središče muzeološke stroke in izobraževanja);
- 3. Visoko kakovostno in doživljajsko kulturno-zgodovinsko, kulinarično, enološko in umetniško turistično središče** (razvoj visoko kakovostne specifične butične turistične ponudbe nastanitev, kulinarike, enologije, središče za odkrivanje umetnosti, kulture in naravnega okolja, manjši centri dobrega počutja in zdravja, ipd.);
- 4. Središče lepe kulture in ustvarjalnosti** (festivalaska dejavnost, središče ustvarjalnosti in posebni pogoji/program za svetovljanske umetniške ustvarjalce);
- 5. Živahno inovativno podjetniško okolje in mesto za ustvarjalnost mladih** s številnimi podjetniškimi pobudami na področju sodobnih tehnologij in industrij ter poslovne inovativnosti in podjetniške ustvarjalnosti in specifično trgovsko in obrtno dejavnostjo (staro mestno jedro postane živahno trgovsko-storitveno in sodobno poslovno središče s celovito trgovsko ponudbo za domačine in goste sestavljeno iz ponudbe podjetnikov, obrtnikov in specializiranih trgovcev, storitvenih dejavnosti, sedežev inovativnih podjetnikov in zagonskih podjetij (»start-up«-ov), finančnih institucij in trajnostno naravnanih domačih in mednarodnih znamk);
- 6. Visoko kakovostno, udobno, pestro a umirjeno bivalno in rezidencialno okolje v zgodovinskem in kulturnem ambientu za domačine, mlade družine in mednarodne prebivalce**, ki bodo prispevali k razvoju, ustvarjalnosti in podobi zgodovinskega mestnega jedra.

Z obstoječimi danostmi, razvitimi navedenimi funkcijami in dejavnostmi mesta ter visoko motiviranim in profesionalnim upravljanjem **bi se moral Ptuj na svojstven način postaviti ob bok v butični obliki in obsegu destinacijam, kot so italijanske Firenze in avstrijski Salzburg ali morda celo San Marino in Luxembourg, v navezavi s termalno zdraviliško ponudbo Term Ptuj in bodočega razvoja zdraviliško turistične ponudbe v samem mestu pa tudi kot Karlovy Vary.**

**... za odkrivanje, rekreacijo in vir zdravega življenja
v naravnem zaledju in okolici mesta...**

Pomemben del doživetja, kakovosti in edinstvenosti v širšem okolju predstavlja tudi **povezava zgodovinskega mestnega središča Ptujja in neposredna bližina zdraviliško turističnega kompleksa Terme Ptuj z obstoječimi in potencialno razširjenimi zdraviliško turističnimi kapacitetami.** Velik potencial sinergije **med konceptom zdravja, kulture in zgodovine in s tem duhovnosti ter romantične butičnosti mesta** je dodatni razlog za intenziviranje razvoja infrastrukture in dejavnosti zgodovinskega mestnega jedra Ptujja, ki hkrati predstavlja bistveno razlikovanje in dodano vrednost ponudbe Term Ptuj v primerjavi z mnogimi drugimi zdraviliškimi kraji v širšem okolju.

S tem se odpirajo možnosti pozicioniranja širše destinacije **kot destinacije kulture, zgodovine, duhovnosti, butičnosti, naravnega okolja za rekreacijo in uživanje lokalne hrane in holističnega zdravja**, kar je ključni rastoči trend povpraševanja z visoko dodano vrednostjo na področju turizma in prostega časa v svetu.

Okolica mesta Ptuj z manjšimi kraji in podeželskimi občinami na območju Ptujkega in Dravskega Polja, Haloz in Slovenskih Goric in širše regije slovenske Štajerske predstavlja idealno naravno zaledje in povezavo z butično kulturno umetniško in trgovsko destinacijo mesta Ptuj, ki je bila že stoletja tradicionalno prisotna, vendar se je v zadnjih desetletjih iz različnih razlogov izgubila.

Sinergije med mestom in podeželskim zaledjem so pomembne za vse deležnike ne le v turistični, temveč tudi gospodarski, trgovski, administrativni in geo-politični funkciji. Osnovna podoba in pozicioniranje

podeželskih občin in krajev v okolici mesta **Ptuj lahko postane visoko kakovostno območje za pridelavo in predelavo zdrave hrane, najodličnejših vin, kulinaričnih posebnosti in visoko kakovostno in romantično območje za bivanje in turistični obisk v bližini narave in tradicij etnološke dediščine**, kar mora privedi do ostajanja in priseljevanja mladih družin, podjetnikov in storitvenih dejavnosti na ta območja. Turistična dejavnost, ki se bo postopno širila na ta območja, pa mora biti eden glavnih spodbujevalcev tega gibanja.

Širše območje Ptujkega Polja, Dravskega Polja, Haloz in Slovenskih Goric mora privabiti podjetnike, kapital in mlade družine za preobrazbo kulturne krajine v ekonomsko in ekološko trajnostno usmerjeno, urejeno in romantično pokrajino, ki bo postala aktivna, mednarodno prepoznavna in privlačna za prebivalce, obiskovalce in turiste.

Za doseganje sinergij in trajnostnega razvoja med kulturo, turizmom, kakovostjo življenja domačega prebivalstva in gospodarskim razvojem

Medsebojna prepletenost in doseganje sinergije med dejavnostmi turizma, kulture in gospodarstva je za Ptuj z okolico, glede na njegove danosti in sledeč tudi mednarodnim trendom, ne le mogoča, temveč nujna razvojna smer. Vsak dan, ko se tega aktivno ne udejanja, je zamujen. Mesto mora zelo jasno opredeliti svoje prioritete pri doseganju vizije in ciljev in jih transparentno udejanjati in tudi komunicirati v vseh ciljnih javnostih tako med prebivalci, podjetniki, potencialnimi vlagatelji in institucijami v nacionalnem, evropskem in mednarodnem okolju. Doseči mora jasno prepoznavnost na tem področju, ki bo tako izstopala, da bo pritegnila podjetnike in vlagatelje iz domačega in predvsem mednarodnega okolja, turiste, kulturne ustvarjalce, strokovnjake in ne nazadnje tudi nove prebivalce mesta Ptuja, ki bodo želeli živeti ali delati v podjetniško in turistično propulzivnem in kulturnem mestu in njegovi okolici.

Zgodovinsko mestno jedro Ptuja predstavlja ne le zgodovinsko, temveč tudi bistveno vsebinsko jedro tovrstnih sinergij, kjer lahko le-te pridejo najbolj do izraza. **Povezanost mesta z okoljem in naravnim zaledjem pa prinaša njegovo širino in življenjsko moč.**

Oddaljevanje bistva razvoja mesta od zgodovinskega mestnega jedra, kot vrhunske žive privlačnosti (atrakcije) v interakciji z domačim prebivalstvom in središča za odkrivanje širšega okolja, ne more prinesiti uspeha in vrhunske prepoznavnosti, ampak samo povprečje že bolj ali manj videnega. **Zato mora intenziven razvoj zgodovinskega mestnega jedra in njegove vloge v širši skupnosti in v mednarodnem prostoru postati vrhunska razvojna prioriteta Ptuja.**

Za doseganje takšnih ciljev je potrebno oblikovati **poslovni razvojni model**, ki lahko zagotovi operativno izvedbo in upravljanje razvojnih priložnosti zgodovinskega mestnega jedra Ptuja s konkretnimi projekti in stalnimi aktivnostmi in profesionalnim modelom upravljanja, ki bo hkrati tudi javen in transparenten. V takšnem poslovnem modelu je potrebno združiti upravljanje premoženja v lasti javnega sektorja ali njegove ciljne razvojno motivirane odprodaje, komunalno upravljanje mesta ter doseči sinergije z zasebnim premoženjem in podjetniškim sektorjem pri uresničevanju zastavljenih razvojnih ciljev. S takšnim poslovnim modelom in projekti v njegovem okviru lahko mesto pridobiva vire financiranja iz naslova mednarodnega zasebnega naložbenega kapitala, evropskih in mednarodnih finančnih ustanov in države.

Mesto (MO Ptuj) naj sproži realizacijo tovrstnega modela in zagotavlja vodenje politike, ki upošteva to prioriteto in deluje na podlagi ustreznih principov in splošnih ciljev, ki so:

- 1. Izredna odprtost in svetovljanskost** na vseh področjih življenja mesta ob upoštevanju tradicij in varovanju in poudarjanju avtohtonega, lokalnega in posebnega;
- 2. Izrazita podpora kulturni ustvarjalnosti** domačega prebivalstva, skupin, civilne družbe, institucij ter odprtost in privlačnost mesta za domače in mednarodne kulturne ustvarjalce v mestu –> Srečevanje

ustvarjalnih kultur v vsebinah in na način, ki je usklajen s podobo in bivanjsko, turistično in ustvarjalno funkcijo zgodovinskega mestnega jedra;

3. **Aktivna odprtost in transparentnost** za domači in mednarodni kapital in podjetnike v razvojnih javnih in podjetniških vlaganjih;
4. **Ustvarjanje ugodnega poslovnega okolja, bivanjskega in ustvarjalnega prostora za naložbe in podjetništvo** s čim višjo dodano vrednostjo -> sociološka in kulturna preobrazba zgodovinskega mestnega jedra
5. **Vrhunsko komunalno vzdrževati in urejati zgodovinsko mestno jedro** kot primarno osnovo za ustrezno razvojno pozicioniranje in vse nadaljnje razvojne korake;
6. **Zapisati vrhunske prioritete razvoja zgodovinskega mestnega jedra** in politike aktivnega odnosa do zgodovinskega mestnega jedra **v Statut Mesta Ptuj** zaradi dolgoročne razvojne kontinuitete
7. **Doseči poseben in edinstven status zgodovinskega mestnega jedra Ptuja ali mesta Ptuja v celoti** (če je potrebno tudi upravno-politično) na državni ravni in tudi v mednarodnem prostoru - vse s ciljem doseganja razvojnih ciljev.

Posledica udejanja profesionalnega poslovnega modela upravljanja razvoja zgodovinskega mestnega jedra in takšnih principov in vztrajnega zavzemanja za tovrstne razvojne cilje bo zagotovilo razvojni in poslovni preboj mesta Ptuj v celoti. Takšen razvoj bo prinesel številna **nova delovna mesta, nove podjetniške priložnosti, dvig kvalitete življenja v mestu in posledično ustvarjanje in ostajanje mladih družin na Ptuju, nove prebivalce, mednarodno prepoznavnost in nenazadnje postopno in znatno povečanje prilivov v javne blagajne mesta** in s tem sprožanje nadaljnje spirale razvoja.

Za njegovo uresničitev pa je potrebna odločitev o spremembi vrednot, prioritet in določitev jasnih ciljev t.j. nove kulturne in posledično tudi turistične podobe mesta.

2.2 Opredelitev (notranje) razvojne vizije

OPREDELITEV RAZVOJNE VIZIJE – KAJ ŽELIMO DOSEČI

Kaj želimo doseči na področju turizma, kakšen turizem želimo razvijati?
POZOR: razvojna vizija je usmerjena navznoter. Njen namen je, da zelo ciljno usmerja in motivira vse destinacijske deležnike k skupnemu cilju.

VIZIJA
Mestne občine Ptuj
2028+
skozi prizmo turizma.

Urejeno in živ(ahn)o mesto visoke kakovosti bivanja in kulture, tesno vpeto v podeželje in regijo, kjer zeleni butični celoletni turizem prinaša večjo vrednost za vse.

POMEMBNO POJASNILO: V opredelitvi vizije namenoma ne vključujemo besede »DESTINACIJA/TURISTIČNA DESTINACIJA«, temveč v ospredje postavljamo željo občanov po uravnoteženem, trajnostnem turizmu, kakovostnem bivalnem okolju in živem/živahnem mestu. Ta pristop prinaša pozitivne učinke in večjo dodano vrednost tudi za turizem kot gospodarsko panogo.

POJASNILO PREMIOV OD PRETEKLE DO NOVE (NADGRAJENE) VIZIJE

Kaj so temeljne značilnosti nove oziroma nadgrajene razvojne vizije Mestne občine Ptuj skozi prizmo turizma?

1. BOLJ OSREDOTOČENA
in odseva cilje tako ponudnikov kot prebivalcev

2. OBRNJENA NAVZNOTER
kaj želimo doseči in ne kot kakšna destinacija želimo biti prepoznavni (to opredeljuje tržno pozicioniranje)

3. SPODBUJA POVEZOVANJE:
(1) v celotni verigi vrednosti, (2) med mestom in podeželjem in (3) v regiji.

4. VSE DELEŽNIKE USMERJA K VIŠJI - VISOKI KAKOVOSTI in DODANI VREDNOSTI

5. Skozi turizem krepimo KAKOVOSTNO in PRIVLAČNO BIVALNO OKOLJE in PRILOŽNOSTI ZA DELO in PODJETNIŠTVO DOMA

ZNAČILNOSTI NADGRAJENE VIZIJE 2028+

2.3 Poslanstvo turizma – zakaj razvijamo turizem

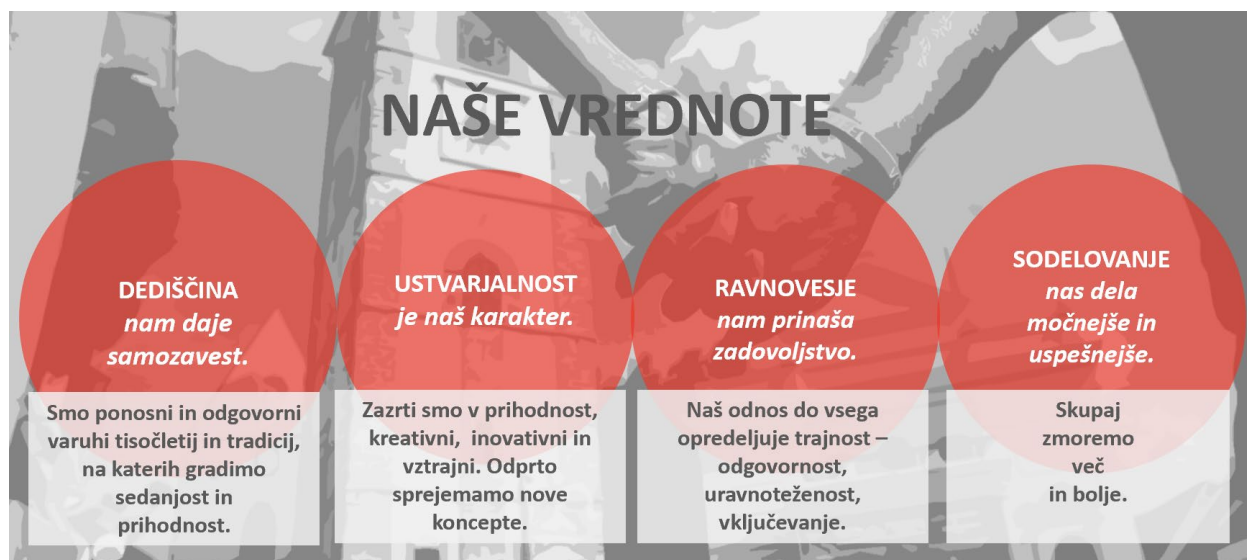
Turizem razumemo kot generator trajnostnega razvoja, ki povezuje in bogati ljudi, spodbuja ohranjanje okolja in varovanje narave, skrbi za ohranjanje dediščine, izboljšuje kakovost življenjskega okolja in prinaša nove podjetniške priložnosti. **Ker se na Ptuj, kot najstarejšem mestu v Sloveniji zavedamo, da so tisočletja (vsi časi) so v naših rokah, to razumemo ne zgolj kot prednost, temveč v prvi vrsti kot izjemno veliko odgovornost. Zato to postavljamo v temelje poslanstva ptujskega turizma.**



2.4 Vrednote – kako razvijamo turizem, kaj je pomembno

Razvijamo turizem višje ► visoke kakovosti in s tem tudi večje dodane vrednosti, v interesu vseh deležnikov. Kaj želimo?

- Zadovoljno lokalno skupnost (uravnotežen razvoj turizma, ki prinaša vrednost v lokalno ekonomijo, podpira vloške v urejeno okolje, ohranjeno naravo in kulturno krajino, prinaša nove priložnosti za delo, podjetništvo in še posebej za mlade, krepi lokalno identiteto, omogoča ohranjanje kulturne dediščine – ter s tem neposredno prispeva k višji kakovosti bivanja v Mestni občini Ptuj).
- Uspešna turistična in s turizmom povezava podjetja, ki skrbijo za motivirane in zadovoljne zaposlene in vlagajo v razvoj ponudbe.
- Zadovoljni obiskovalci, ki dobijo bolj poglobljeno izkušnjo, ostanejo dlje in potrošijo več, cenijo tako naravo kot kulturo in avtentični karakter destinacije, nas radi priporočajo naprej in se vračajo.



RAZVOJNI KONCEPT

SKLOP 3

KROVNA RAZVOJNA STRATEGIJA

Najprej so predstavljeni trije možni razvojni scenariji, nato je izbran tisti, ki bo omogočil uresničitev vizije. V nadaljevanju je scenarij pretvorjen v bolj konkretne strateške in znotraj njih specifične cilje, za spremljanje izvajanja pa so podani kazalniki uspešnosti.

Cilji so nato pretvorjeni v prednostna področja ukrepanja (politike). V zadnjem sklopu strateškega dela so oblikovane tudi ključne strateške trženjske opredelitve (ciljna tržna pozicija, produktna strategija in strategija trgov).

(POZOR: v sklopu 4 dokumenta so politike pretvorjene v konkretne ukrepe oziroma projekte)

SKLOP 3: KAKO BOMO TO IZVEDLI (= STRATEGIJA)

3. PREVERITEV 3 MOŽNIH SCENARIJEV IN IZBOR

V okviru procesa priprave strategije smo oblikovali in pretehtali tri možne razvojne scenarije razvoja turizma v Mestni občini Ptuj. Ta metoda se uporablja za bolj jasno ponazoritev, kaj želimo oziroma kaj ne želimo – katera pot je prava oziroma katera ne. V nadaljevanju jih predstavljamo.

**IZBRALI SMO TRETJEGA, saj je to edina prava razvojna pot,
da Ptuj izkoristi svoje potenciale –
in to na odgovoren, uravnotežen, trajnosten način ter tako uresničil vizijo
urejenega in živ(ahn)ega mesta visoke kakovosti bivanja,
tesno vpetega v zeleno podeželje in regijo,
kjer zeleni butični celoletni turizem prinaša večjo vrednost za vse.**

SCENARIJ 1
BUSINESS
AS USUAL

BREZ
SPREMEMB
„Nadaljevanje“

= Še naprej izkoriščamo priložnosti turizma, skladno s povpraševanjem in podjetniško pobudo.

- ▶ Gre za počasen, zelo postopen, a varen model razvoja z naravno rastjo brez načrtnega pospeševanja in usmerjanja turistične dejavnosti.

SCENARIJ 2

VEČ IN
ŠE VEČ
„Množično“

= Model pospešenega kvantitativnega razvoja obsega turističnih kapacitet, števila prenočitev ter izletniških obiskovalcev kot posledice zunanjih tržnih dejavnikov.

- ▶ Gre za ekonomijo obsega in zaostajanje v cenovnem pozicioniranju in dodani vrednosti.

SCENARIJ 3

NEKAJ VEČ IN
VELIKO BOLJE
„Uravnoteženo“

= Ciljno načrtovani razvoj z aktivnim upravljanjem destinacije in partnerstvi za doseganje višje dodane vrednosti, zmerne rasti obsega kapacitet in trajnostnim modelom rasti.

- ▶ Gre za krepitev kakovosti, celoletnosti, stacionarnega profila destinacije in uravnoteženega turizma.

Scenarij 1: BREZ SPREMEMB

= Nadaljevanje dosedanjega načina razvoja turizma po modelu počasnega sledenja zunanjim pogojem in tržnim trendom v okviru zmožnosti.
(gre za počasen, zelo postopen, a varen model razvoja z naravno rastjo brez načrtnega pospeševanja in usmerjanja turistične dejavnosti)

Ta scenarij ne opredeljujemo kot ciljnega,
saj mora Ptuj za uresničenje vizije in strateških ciljev in za to, da polno izkoristi svoje potenciale,

bolj strateško usmerjati in pospeševati turizem.

Predstavlja nekoliko pasiven model tako v rasti obsega in strukture kapacitet, dviga kakovosti kot tudi vrednosti realizacije turizma, ki temelji na prilagajanju zmožnostim in nižji stopnji ambicioznosti po spremembah na bolje in drugače. Nizka in neambiciozna vlaganja v razvoj turističnih privlačnosti destinacije, dokaj povprečno ali podpovprečno kakovostno in cenovno pozicioniranje turistične ponudbe in destinacije, nekoliko večji poudarek na obsegu povpraševanja kot na kakovosti in dodani vrednosti. Več poudarka je na organizaciji prireditvev in dogodkov, ki zadovoljujejo predvsem domače prebivalstvo in tudi na izletniškem turizmu v časovno omejenih terminih in predvsem v visoki sezoni. Število podjetnikov v turizmu ostaja dokaj omejeno, pestrost in obseg turistične ponudbe zaostaja za priložnostmi in danostmi destinacije.

Staro mestno jedro, kulturno zgodovinska dediščina in vinska kultura mesta ne razvijejo svojih potencialov, a ravno dovolj služijo za vzdrževanje osnovnega obsega in podobe turistične dejavnosti v kateri pa še vedno prevladujejo predvsem interpretativne prireditve brez mednarodne odmevnosti ter Kurenti in Kurentovanje kot asociacija na Ptuj.

Razvoj turistične dejavnosti je odvisen predvsem od zunanjih dejavnikov in spremlja splošne trende rasti v Sloveniji in srednji Evropi z nekoliko zaostajanja. Trajnostni vidik razvoja in zeleni koncepti v ponudbi so bolj ali manj deklarativni in ne povzročijo premikov v pozicioniranju destinacije. Velik del turističnega prometa je vezan na tranzitni turizem in krajši obisk v touring programih v poletnem času, slovenski trg in bližnje tuje in klasične tranzitne trge.

Terme Ptuj se razvijajo relativno nepovezano od ostalega dela destinacije in brez večjih sinergij z zgodovinskim mestom in okolico ter še nadalje predstavljajo veliko večino prenočitev realiziranih v destinaciji, kljub temu pa ne dosežejo preboja ključnega razlikovanja in izstopanja med slovenskimi naravnimi zdravilišči.

Scenarij 2: POSPEŠUJEMO, PO PRINCIPIH EKONOMIJE OBSEGA

= Model pospešenega kvantitativnega razvoja obsega turističnih kapacitet, števila prenočitev ter izletniških obiskovalcev kot posledice zunanjih tržnih dejavnikov
(v tem scenariju gre za pospeševanje turizma kot posledice tržnih razmer in poudarka na fizičnem obsegu ponudbe in povpraševanja, torej ekonomiji obsega in zaostajanja v cenovnem pozicioniranju in dodani vrednosti)

Ta scenarij prav tako ne opredeljujemo kot ciljnega, saj ne podpira vizije in ne dela na večji vrednosti.

Predpostavlja intenziviranje rasti obsega prenočitvenih kapacitet, predvsem na področju manjših enot, zasebnih sobodajalcev, apartmajev, gostiln s prenočišči (gostišč), manjših garni hotelov ali penzionov srednje do nižje kakovosti. Prav tako se pospešuje in širi izletniška ponudba, predvsem na račun ponudbe za skupine in avtobusne goste in manj za individualne izletnike.

Rast obsega ponudbe in kapacitet je v največji meri posledica reakcije podjetnikov in ponudnikov na povečanje povpraševanja, ki je posledica rasti po krizi Covid-19 in prestrukturiranja turističnih tržišč. V manjši meri je rast tudi posledica vlaganja v intenzivnejše pozicioniranje in tržno komuniciranje Ptuja kot turistične destinacije. Prevladujoči trgi so domači slovenski trg, bližnji tuji trgi in povečan obseg klasičnih tranzitnih trgov ter deloma tudi srednje oddaljenih evropskih trgov. Urejanje infrastrukture in privlačnosti v destinaciji sledi z zamikom in na osnovi tržnih in funkcionalnih potreb povečanega povpraševanja in se prilagaja srednje do nižje cenovni ravni in znatno povečanemu številu obiskovalcev.

Opazno se poveča obremenjenost okolja na prometnem, kulturnem in okoljskem področju. Pričnejo se kazati prvi antagonizmi med interesi domačega prebivalstva na eni strani in turisti, izletniki in turističnimi ponudniki na drug strani. Terme Ptuj zaradi povečanega povpraševanja prav tako vlagajo v širitev obsega in delni dvig kakovosti kapacitet, ni pa doseženega preboja v povečanju cenovne pozicije in dodane vrednosti. Predvsem (ali zgolj) zaradi pritiska povečanega povpraševanja se dosežajo le delne sinergije med Termami Ptuj in ponudbo zgodovinskega mesta Ptuj in okolico.

Scenarij 3: RASTEMO TRAJNOSTNO IN KREPIMO DODANO VREDNOST

= Ciljno načrtovani razvoj z aktivnim upravljanjem in partnerstvi za doseganje višje dodane vrednosti, zmerne rasti obsega kapacitet in trajnostnim modelom rasti
(v tem scenariju se v veliki meri izkoristijo vse ključne danosti in primerjalne prednosti destinacije Ptuj za načrtno oblikovanje ciljne turistične ponudbe za doseganje večje dodane vrednosti ob trajnostnih principih razvoja, kar se dosega z aktivnim upravljanjem in vodenjem na vseh ravneh).

**Ta scenarij opredeljujemo kot ciljnega,
saj ustrezno podpira vizijo in uravnotežen trajnostni razvoj,
ki dela na dvigu kakovosti bivanja in dela na večji vrednosti.**

Obseg nastanitvenih kapacitet se zmerno in ciljno povečuje, predvsem na račun kakovostnih manjših nastanitvenih enot v obliki povečanja kapacitet družinskih in butičnih hotelov, penzionov, prenočišč in kvalitetnih apartmajskih enot v zgodovinskem mestnem jedru in neposredni okolici Ptuja.

Terme Ptuj so usmerjene v znaten dvig kakovosti hotelskih storitev in dodatnih manjših avtentičnih enot nastanitvenih kapacitet ter višjo stopnjo specializacije zdravstvenih, zdraviliških in wellness storitev. Ponudba in trženje Term Ptuj se tesno prepletata s ponudbo in doživetji zgodovinskega mesta Ptuj in naravno okolico in kulturnimi elementi okolja.

V destinaciji Ptuj so prevladujoči tuji gostje srednje do višje dodane vrednosti in višje zahtevnosti. Kot naravni del destinacije zaživi tudi idilično naravno okolje Mestnega vrha s ponudbo gostinskih, kulinaričnih in butičnih nastanitvenih kapacitet ter sprehajalnimi, kolesarskimi in tematskimi potmi, ki se širijo in povezujejo v naravno okolje mesta.

Zgodovinsko mestno jedro Ptuja se načrtno upravlja in trži kot posebna pod-znamka destinacije Ptuj, z zagotavljanjem razvojnih in tržnih finančnih virov za prenove in programske vsebine, ki tvorijo skladen razvoj s turističnimi, kulinaričnimi, trgovskimi, administrativno javnimi funkcijami, muzejskimi funkcijami, storitvenimi, zdravstveno-medicinskimi dejavnostmi in kvalitetnimi stanovanjskimi površinami za domače prebivalstvo. Zagotavlja se ustrezne prioritete in upravljanje trajnostnih naložb v infrastrukturo mesta, ki omogočijo izvedbo ustrezne dostopnosti in trajnostne mobilnosti za ponudnike, turiste, izletnike, kupce, obiskovalce in stanovalce v mestnem jedru. Romantično zgodovinsko mestno jedro postane vrhunska turistična privlačnost na mednarodni ravni po svoji urejenosti, pomenu zgodovinskih spomenikov, kvaliteti storitev, trajnostnih rešitvah delovanja in umirjeni sproščeni živahnosti v kateri živijo, delujejo in gospodarijo domači prebivalci in podjetniki, ki živijo s turisti in gostijo turiste in obiskovalce.

Razvijejo in uresničijo se projekti vzpostavitve vrhunskega arheološkega razstavišča, ki predstavlja največjo in najpomembnejšo arheološko zbirko na Slovenskem, in Muzeja in parka vinske kulture, ki Ptuj in okoliška vinogradniška območja vzpostavi kot središče zgodovine in vinske kulture v Sloveniji in v mednarodnem prostoru.

Pospešuje se razvoj podjetniške kulinarične in enološke ponudbe in dogodki povezani z vrhunsko kulinariko in vinom s poudarkom na lokalnih in tradicionalnih sestavinah.

4. STRATEŠKI CILJI in KAZALNIKI

4.1 Konkretizacija vizije skozi strateške (in specifične) cilje

Ugotovljenih 12 ključnih izzivov naslavljam s prodorno vizijo in pomembnim poslanstvom deležnikov turistične destinacije Ptuj, ki jo nadgrajujemo z opredelitvijo naslednjih **5 (petih) strateških ciljev razvoja turizma v destinaciji**:



V nadaljevanju so po sklopih strateških ciljev opredeljeni še specifični cilji:

Št.	STRATEŠKI CILJ	SPECIFIČNI CILJI
	KAKOVOST, VIŠJA VREDNOST IN CELOLETNOST ptujske turistične ponudbe	SPECIFIČNI CILJI v okviru STRATEŠKEGA CILJA 1: 1. Zvišanje kakovosti in privlačnosti vseh storitev; 2. Okrepitev ciljnih segmentov gostov višje vrednosti in sočasen premik tržne pozicije; 3. Desezonalizacija z razvojem ustreznih produktov z večjo razpršenosti in časovne razporejenosti obiska; 4. Digitalna transformacija in povečanje učinkovitosti gospodarstva ter pametne destinacije v celoti.
	DRUŽBENO-TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA ZA ZADOVOLJSTVO prebivalcev ptuja, zaposlenih in gostov	SPECIFIČNI CILJI v okviru STRATEŠKEGA CILJA 2: 5. Turistične in s turizmom povezane dejavnosti na Ptuj kot zaželeni in ugledni delodajalci, ki privabljajo tudi več mladih, ki ostajajo ali se priseljujejo na Ptuj; 6. Dvig kompetenc in motivacije kadrov; 7. Odgovorno in ciljno usmerjeno trženje usklajeno s karakterjem destinacije; 8. Zagotavljanje vrhunske avtentičnosti trajnosti in inovativnosti doživetij.
	POZICIONIRANJE TURIZMA KOT GENERATORJA VREDNOSTI v življenju mesta in okolice ter ekonomsko trajnostnega razvoja	SPECIFIČNI CILJI v okviru STRATEŠKEGA CILJA 3: 9. Izboljšanje urejenosti in podobe zgodovinskega jedra mesta Ptuj, turistične, skupne in javne infrastrukture ter valorizacija in uveljavitev kulturnih in zgodovinskih atrakcij mesta v povezavi z naravno okolico; 10. Ustvariti prijaznejše lokalno poslovno okolje, privabljati podjetnike, spodbujati naložbe in izrabljati številne podjetniške priložnosti v turizmu; 11. Okrepitev (zelenih) in edinstvenih lokalnih verig vrednosti.
	ODGOVORNI OKOLJSKO TRAJNOSTNI RAZVOJ IN ZELENA PODOBA ptujskega turizma	SPECIFIČNI CILJI v okviru STRATEŠKEGA CILJA 4: 12. Izboljšanje in pospeševanje trajnostne mobilnosti in povezljivosti v turizmu destinacije in v povezavi z naravnim zaledjem; 13. Uporaba in valorizacija v prvi vrsti obstoječega stavbnega fonda in zapuščenih ali neobnovljenih kulturno-zgodovinskih objektov za razvoj turističnih in s turizmom povezanih kapacitet in atrakcij; 14. Uresničevanje zelene obljube in časovno in prostorsko uravnavanje in boljše upravljanje turističnih tokov.
	KOMPETENTNE IN UČINKOVITE UPRAVLJAVSKE STRUKTURE in ciljno usmerjeno upravljanje mesta in turizma	SPECIFIČNI CILJI v okviru STRATEŠKEGA CILJA 5: 15. Opolnomočenje Zavoda za turizem Ptuj kot DMO 16. Vzpostavitev modela in načrta aktivnega upravljanja in infrastrukturnega, gospodarskega in socialnega razvoja zgodovinskega jedra mesta Ptuj; 17. Določitev aktivne vloge in odgovornosti ter virov sredstev Pokrajinskega Muzeja Ptuj – Ormož v sodelovanju z Zgodovinskim arhivom Ptuj; 18. Jasna razmejitev odgovornosti in virov financiranja za izvedbeno organizacijo prireditev.

3.2 Opredelitev ključnih kazalnikov uspešnosti (KPI-jev)

Kazalniki so opredeljeni v okviru dveh sklopov kazalnikov.

Prvi sklop kazalnikov: KAZALNIKI STRATEŠKIH IN DOLGOROČNIH CILJEV RAZVOJA DESTINACIJE PTUJ DO LETA 2028 IN VIZIJE DO LETA 2050

= Ti kazalniki so opredeljeni na najbolj strateški ravni in dolgoročno, ker vsebujejo tudi splošne kazalnike razvoja občine (območja) ter določene ključne turistične kazalnike ter tako kaže na dolgoročno vizijo razvoja.

Tabela 6: Kazalniki strateških in dolgoročnih ciljev razvoja destinacije Ptuj do leta 2028 in vizije do leta 2050

Destinacija Ptuj (Območje MO Ptuj) ► izbrani ciljni kazalniki razvoja (splošni in turistični) do 2028 in 2050	Stanje 2019, 2022	Ciljna razvojna ocena			
		Ciljno 2028	Ciljno 2050	I '28/'19-'22	I '50/'19-'22
Število prebivalcev Ptuj	23.636	24.398	28.013	103,2	118,5
Skupni prirast prebivalstva na leto (Naravni + selitveni) / 1000 prebivalcev	3,3	5,3	6,3	160,6	190,9
Povprečna starost prebivalcev - 1. julij '22 (Slovenija 43,6)	45,1	44,4	43,5	98,4	96,5
Površina MO Ptuj	66,7 km ²	66,7 km ²	66,7 km ²	100,0	100,0
Površina vplivnega območja destinacije Ptuj (50% površine UE Ptuj)	323,5 km ²	323,5 km ²	323,5 km ²	100,0	100,0
Število vseh zaposlenih oseb (po delovnem mestu)	12.274	13.010	15.872	106,0	129,3
Število vseh zaposlenih v turizmu in gostinstvu (metodologija OECD, 2021/2022)	820	1.003	1.272	122,3	155,2
Delež zaposlenih v gostinstvu in turizmu od vseh zaposlenih	6,7%	7,7%	8,0%	+1,0% točk	+1,3% točk
Povprečna mesečna neto plača na zaposleno osebo (EUR) (Slovenija: 1.296,20)	1.116,12	1.372,00	2.465,49	122,9	220,9
Povprečna mesečna neto plača v Gostinstvu (I) (EUR) (Slovenija: 965,77)	901,88	1.174,48	2.250,43	130,2	249,5
Primerjalni indeks mesečne neto plače v gostinstvu (I) v primerjavi s povprečno. plačo v destinaciji	80,8	85,6	91,3	+4,8 ind.točk	+10,5 ind.točk
Primerjalni indeks mesečne neto plače v gostinstvu (I) v MO Ptuj v primerjavi s povprečno plačo enake kategorije v Sloveniji	93,4				
Ocena prihodkov iz naslova celotne potrošnje turistov in izletnikov v destinaciji (v Mil. EUR)	22,9	36,0	99,8	157,5	436,6
Prihodki iz naslova potrošnje turistov in izletnikov na prenočitev (v EUR/prenočitev)	146	168	292	115,0	199,8
Število vseh sob/nedeljivih enot v turističnih kapacitetah destinacije (2022)	512	638	872	124,6	170,3
Od tega vseh sob/nedeljivih enot v Hotelih in podobnih nastanitvenih obratih (2022)	230	310	468	134,8	203,5
Od tega vseh nedeljivih enot (kampirnih mest) v kampih (2022)	128	141	160	110,2	125,0
Od tega vseh sob/nedeljivih enot v zasebnih sobah, domovih, ipd. (2022)	154	187	244	121,4	158,4
Število vseh turističnih ležišč (2019)	1.212	1.449	2.030	119,6	167,5
Število vseh turističnih ležišč (2022)	1.167				

<i>Od tega vseh ležišč v Hotelih in podobnih nastanitvenih obratih (2022)</i>	489	620	995	0,42	0,43
<i>Od tega vseh ležišč v kampih (2022)</i>	400	423	500	0,34	0,29
<i>Od tega vseh ležišč v zasebnih sobah, domovih, ipd. (2022)</i>	278	406	535	0,24	0,28
Število prenočitev vseh turistov (2019)	156.693,00	214.566	342.425	136,9	218,5
Število prenočitev vseh turistov (2022)	154.703,00				
Delež prenočitev tujih turistov (2019)	56,5%	60,0%	65,0%	+3,5% točk	+8,5% točk
Delež prenočitev tujih turistov (2022)	48,3%				
Število prihodov vseh turistov (2019)	67.062	84.141	131.702	125,5	196,4
Število prihodov vseh turistov (2022)	66.731				
Delež prihodov tujih turistov (2019)	66,1%	68,5%	71,9%	+2,4% točk	+5,8% točk
Delež prihodov tujih turistov (2022)	56,4%				
Povprečna doba bivanja (PDB) vseh turistov - dni (2019)	2,34	2,55	2,60	109,1	111,3
Povprečna doba bivanja (PDB) vseh turistov - dni (2022)	2,32				
PDB tujih turistov - dni (2019)	2,00	2,23	2,35	111,93	117,70
PDB tujih turistov - dni (2022)	1,98				
Stopnja zasedenosti vseh razpoložljivih ležišč (2019)	43,1%	48,5%	53,3%	+5,4% točk	+10,2% točk
Stopnja zasedenosti vseh razpoložljivih ležišč (2022)	44,6%				
GINI Indeks sezonskosti vseh prenočitev v destinaciji (2019) (Slovenija ≈ 0,27, EU ≈ 0,24)	0,229	0,227	0,200	-0,034 točk	-0,061 točk
GINI Indeks sezonskosti vseh prenočitev v destinaciji (2022) (Slovenija ≈ 0,32, EU ≈ 0,26)	0,261				

Drugi sklop kazalnikov: KAZALNIKI DOSEGANJA RASTI IN CILJNIH VREDNOSTI V TURIZMU – STANJE IN CILJNE VREDNOSTI V STRATEŠKEM OBDOBJU DO 2028

= V spodnji tabeli je podan celoten nabor kazalnikov vseh ključnih KPI-jev razvoja turizma v destinaciji, ki pokrivajo vsa področja, o katerih govorimo v politikah in ukrepih, vključno s kazalniki poslovne uspešnosti turističnega sektorja.

Destinacija Ptuj s kazalniki stopnje razvitosti turizma in s tem povezanimi okoljskimi trajnostnimi kazalniki ne dosega stopnje zasičenosti s turistično dejavnostjo, ki so znatno nižji od povprečja EU in teh stopenj v slovenskem turizmu.

Tudi ciljni kazalniki, ki jih želi doseči destinacija Ptuj s strategijo zmerne rasti obsega kapacitet in števila turistov ter njihovih prenočitev ter usmerjenostjo v dvig dodane vrednosti do leta 2028 in dolgoročno tudi vizijo do leta 2050, so še vedno nižji od povprečja v državi in EU (še posebej, če upoštevamo tudi rast turizma v drugih destinacijah v prihodnjem obdobju). To umešča Ptuj, kljub znatnim potencialom za širitev obsega turistične dejavnosti, med destinacije z visoko stopnjo trajnostne politike razvoja turizma iz vidika obremenjevanja naravnega in družbenega okolja s turistično dejavnostjo.

Sklop tabel 6: Kazalniki doseganja rasti in ciljnih vrednosti v turizmu – stanje in ciljne vrednosti 2028

Kategorija oz. kazalnik razvoja	Realizirano stanje 2019	Realizirano stanje 2022	Ciljni scenarij 2028	Indeks rasti '28/'22	PLSR 2022-2028
Skupaj število zaposlenih, ki jih generira turistično povpraševanje (neposredno in posredno v vseh povezanih dejavnostih, metodologija OECD)	788	820	1.003	122	3,4%
Delež vseh zaposlenih ki jih generira turistično povpraševanje na Ptuj v primerjavi s celotnim številom zaposlenih v Sloveniji po enakem kriteriju (metodologija OECD)	1,2%	1,2%	1,6%	+0,40% točk	+0,07% točk
Skupaj število zaposlenih v dejavnosti Gostinstvo (I) (vklj. Terme Ptuj)	391	375	460	123	3,5%
Delež števila zaposlenih v gostinstvu (I) v destinaciji Ptuj v številu zaposlenih v enaki kategoriji v Sloveniji	0,64%	0,62%	1,16%	+0,54% točk	+0,09% točk
Število vseh turističnih ležišč	1.212	1.167	1.449	124	3,7%
Število ležišč v hotelih in podobnih nastanitvenih obratih	489	489	620	127	4,0%
Število ležišč v kampih	400	400	423	106	0,9%
Število ležišč v ostalih vrstah nastanitvenih obratov (sobe, domovi, ipd.)	323	278	406	146	6,5%
Število vseh turističnih sob/nedeljivih enot	505	512	638	125	3,7%
Število sob/enot v hotelih in podobnih nastanitvenih obratih	230	230	310	135	5,1%
Število enot/kampirnih mest v kampih	128	128	141	110	1,6%
Število sob/enot v ostalih vrstah nastanitvenih obratov (sobe, domovi, ipd.)	147	154	187	121	3,3%
Število prenočitev vseh turistov:	156.759	154.703	214.566	139	5,6%
Število prenočitev domačih turistov:	68.200	80.020	85.826	107	1,2%
Število prenočitev tujih turistov:	88.493	74.683	128.740	172	9,5%
Delež tujih prenočitev:	56%	48%	60%	+11,7% točk	+2,0% točk
Število prihodov vseh turistov:	67.062	66.731	84.141	126	3,9%
Število prihodov domačih turistov:	22.685	29.089	26.529	91	-1,5%
Število prihodov tujih turistov:	44.323	37.642	57.612	153	7,4%
Povprečna doba bivanja vseh turistov:	2,34 dni	2,32 dni	2,55 dni	110	1,6%
Povprečna doba bivanja domačih turistov:	3,0 dni	2,8 dni	3,2 dni	118	2,7%
Povprečna doba bivanja tujih turistov:	2,0 dni	2,0 dni	2,2 dni	113	2,0%

Kategorija oz. kazalnik razvoja	Realizirano stanje 2019	Realizirano stanje 2022	Ciljni scenarij 2028	Indeks rasti '28/'22	PLSR 2022-2028
GINI Indeks sezonskosti prenočitev vseh turistov v destinaciji Ptuj	0,229	0,261	0,227	87	-2,3%
GINI Indeks sezonskosti prenočitev tujih turistov v destinaciji Ptuj	0,347	0,398	0,264	66	-6,6%
Število razpoložljivih ležišč vseh vrst / 100 prebivalcev destinacije (pvp Slo '19 = 8,2, EU=7)	5,1	4,9	5,9	120,3	3,1%
Število razpoložljivih ležišč vseh vrst / km2 površine destinacije (Slo.'19 = 8,1, pvp EU = 7)	3,7	3,6	4,5	124,2	3,7%
Gostota turistične dejavnosti v destinaciji (štev.vseh prenočitev/dan/km2, pvp.EU'19=2,2, SLO'19 = 2,1)	1,3	1,3	1,8	138,7	5,6%
Intenzivnost turistične dejavnosti v destinaciji (štev.vseh prenočitev/100 prebival./dan, pvp EU'19=2,7):	1,82	1,79	2,41	134,4	5,0%
Ogljični odtis iz celotne nastanitvene dejavnosti, oz. potrošnje gostov, ki prenočujejo v destinaciji (I 55), na prenočitev (v kg CO2ekv./prenočitev)	29,3 kgCO2e/nočit.	28,0 kgCO2e/nočit.	25,7 kgCO2e/nočit.	87,6	-2,2%
Celoten ogljični odtis (višina emisij TGP) generiran iz naslova celotne turistične potrošnje v letu v destinaciji (v kt CO2ekv.)	4.586 t CO2e	4.335 t CO2e	5.506 t CO2e	120,1	3,1%

Kategorija oz. kazalnik razvoja	Realizirano stanje 2019	Realizirano stanje 2022	Ciljni scenarij 2028	Indeks rasti '28/'22	PLSR 2022-2028
Skupaj vsi prihodki ustvarjeni v destinaciji iz naslova vseh gospodarskih dejavnosti (1.422 subjektov z 8.692 zaposlenimi v letu 2019):	1,10 mrd EUR		1,38 mrd EUR	125	2,5%
Dodana vrednost na zaposlenega v celotnem gospodarstvu destinacije (vse gospodarske dejavnosti, v letu 2019)	38.400 EUR		46.080 EUR	120	2,0%
Skupaj vsi prihodki ustvarjeni v destinaciji iz naslova celotne turistične, gostinske in dodatne potrošnje turistov in izletnikov (ocena):	22,9 mil EUR	23,7 mil EUR	36,0 mil EUR	152	7,2%
Skupaj vsi prihodki iz naslova dejavnosti Gostinstva (I) v destinaciji (vklj. ocena Terme Ptuj) skupaj s potrošnjo domačega prebivalstva	25,6 mil EUR	26,6 mil EUR	40,3 mil EUR	151	7,2%
Delež Gostinstva v prihodkih vseh poslovnih subjektov v destinaciji	2,3%		2,9%	+0,60% točk	+0,07% točk
Skupaj dodana vrednost v celotni dejavnosti gostinstva (I) v letu:	9,0 mil EUR	9,4 mil EUR	14,9 mil EUR	159	8,1%
Dodana vrednost na zaposlenega v celotni dejavnosti gostinstva (I) vklj. Terme Ptuj:	23.018 EUR	24.960 EUR	32.398 EUR	130	4,4%

Primerjalni indeks dodane vrednosti na zaposlenega v dejavnosti gostinstva (I) na Ptuju (vključno Terme Ptuj) in v Sloveniji v letu:	79,7				
Primerjalni indeks dodane vrednosti na zaposlenega v gostinstvu s povp. dodano vrednostjo na zaposlenega v vseh gospodarskih dejavnostih destinacije:	59,9		70,3	+10,4 <i>Ind.točke</i>	+1,2 <i>Ind.točke</i>
Prihodki iz vseh učinkov celotne potrošnje turistov in izletnikov v destinaciji na prenočitev	146 EUR	153 EUR	168 EUR	110	1,5%

5. KROVNI RAZVOJNI MODEL – 6 POLITIK

Ptuj bo opredeljeno vizijo in strateške cilje uresničeval preko ukrepov oziroma projektov, opredeljenih na šestih (6) področjih ukrepanja (POLITIKAH) (glede na izzive in potrebne intervencije).

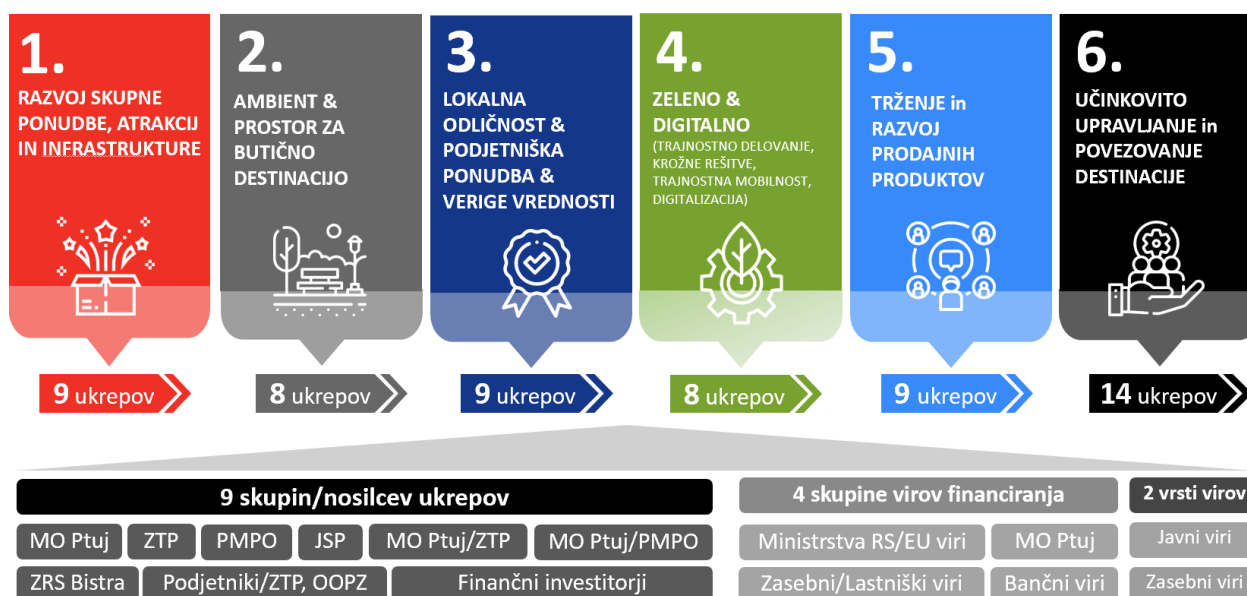
► Podrobna predstavitev politik in ukrepov je v SKLOPU 4 (Poglavje 9).

KROVNI RAZVOJNI MODEL TURIZMA NA PTUJU 2028

6 RAZVOJNIH CILJEV = 6 POLITIK/PODROČIJ UKREPANJA → 57 ukrepov

← 9 skupin/nosilcev ukrepov

← 4 skupine virov financiranja ← 2 vrsti virov financiranja



Kaj pokrivajo politike in katere premike usmerjajo?

- Politika 1 RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJ IN INFRASTRUKTURE** je temeljna razvojna politika, ki Ptuj odločno usmerja v pripravo, profesionalno upravljanje in izvedbo pomembnih naložb v infrastrukturne projekte, s katerimi bo valoriziral ključne atrakcije in danosti destinacije s ciljem dviga dodane vrednosti v turizmu in bistvenega povečanja kakovosti življenja domačega prebivalstva.
- Politika 2 AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO** je pomembna politika, preko katere izboljšujemo urejenost in podobo zgodovinskega jedra mesta Ptuj, turistične, skupne in javne infrastrukture ter valoriziramo in uveljavljamo kulturne in zgodovinske atrakcije mesta v povezavi z naravno okolico, kot vrhunskega turističnega doživetja in bivanjske izkušnje za prebivalce in obiskovalce Ptuja, po visokih standardih designa in trajnosti.
- Politika 3 LOKALNA ODLIČNOST & PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI** je temeljna platforma, preko katere razvijamo Ptuj kot dinamično lokalno poslovno okolje za turizem in kot platformo za ustvarjanje dodane vrednosti in trga za prodajo številnih izdelkov in storitev.
- Politika 4 ZELENO & DIGITALNO** podaja rešitve za zeleni in digitalni prehod destinacije in ponudnikov.
- Politika 5 TRŽENJE in RAZVOJ PRODAJNIH PRODUKTOV** opredeljuje ukrepe, ki so potrebni za bolj osredotočeno in ciljno nagovarjanje opredeljenih ciljnih segmentov.
- Politika 6 UČINKOVITO UPRAVLJANJE in POVEZOVANJE DESTINACIJE** opredeljuje pot za opolnomočenje Zavoda za turizem Ptuj z nadgradnjo in strukturiranjem modela upravljanja, ter podaja rešitve za učinkovite modele upravljanja ključnih funkcij mesta, kritično povezanih z razvojem turizma, ključnih privlačnosti mesta in kakovostjo bivanja domačega prebivalstva.

6. STRATEŠKE TRŽENJSKE OPREDELITVE

6.1 (Zunanje) ciljno tržno pozicioniranje

Pri oblikovanju vizije smo se obrnili »navznoter« – kakšen turizem želimo razvijati, pri oblikovanju tržne pozicije pa opredeljujemo, **kot kakšna destinacija želimo biti prepoznavni na trgu.**

POZOR: Koncept pozicioniranja v nadaljevanju je opredeljen na ravni koncepta in ni napisan v obliki tekstospisja ali sloganov (to je stvar izvedbene faze in se izvaja v okviru priprave komunikacijske strategije (ki je temeljni in prvi ukrep v okviru Politike 4 TRŽENJE IN RAZVOJ PRODAJNIH PRODUKTOV)).

CILJNO TRŽNO POZICIONIRANJE PTUJA – KOT KAKŠNA DESTINACIJA ŽELIMO BITI PREPOZNAVNI

**Ptuj je zelena butična
kulturno-termalna destinacija,
romantično zgodovinsko mesto sredi idiličnega podeželja,
za privlačna raziskovanja
tisočletij zgodovine in enogastronomije.
Bolj sproščena ali bolj aktivna. A vedno pristna in zapomnljiva.
Ptuj, najstarejše mesto v Sloveniji. Kjer se vse začne.**

► Udejanjanje koncepta Ptuja kot 'gateway' mesta za raziskovanje (Ptuja, zelene okolice/podeželja in širše regije).

Spodnja slika na levi povzema ključne ikone, simbole in zgodovinske elemente Ptuja, na desni pa temeljne (ključne) gradnike ponudbe.

ELEMENTI POZICIONIRANJA in CILJNA TRŽNA POZICIJA

Ptuja kot turistične destinacije

KLJUČNE IKONE, SIMBOLI, ZGODOVINA

- Tisočletja zgodovine in pojem Ptuja kot najstarejšega mesta v Sloveniji
- Staro mestno jedro
- Vinska kultura in podoba mesta in njegove okolice
- Značilna srednjeveška veduta mesta nad reko Dravo
- Antična dediščina rimskega mesta Poetovio in največja arheološka zbirka antičnih eksponatov v Sloveniji
- Kurent (etnografski lik in kurentovanje)
- Najstarejši vinski letniki (Ptujška klet)
- Največje stalno jezero v Sloveniji
- Legenda o vitezu Parzivalu v povezavi s Ptujem in okolico
- Vinograd sredi zgodovinskega mesta

Ptuj je zelena butična kulturno-termalna destinacija, romantično zgodovinsko mesto sredi idiličnega podeželja, za privlačna raziskovanja tisočletij zgodovine in enogastronomije.

Bolj sproščena ali bolj aktivna. A vedno pristna in zapomnljiva.

Ptuj, najstarejše mesto v Sloveniji. Kjer se vse začne.

Pri trženju močno izpostavljena pozicija najstarejšega mesta Slovenije

KLJUČNI GRADNIKI PONUDBE

- Ptujski grad z grajskim gričem
- Terme Ptuj (edine terme v Sloveniji neposredno ob zgodovinskem mestu)
- Ptujška klet (najstarejši vinski letniki)
- Zbirke Pokrajinskega muzeja Ptuj-Ormož
- Mestni (cerkveni) stolp z uro (najdaljše nihalo) in Povodnovim muzejem
- Dominikanski samostan z zgodovinskimi freskami in križnim hodnikom
- Minoritski samostan z atrijskim dvoriščem, freskami v refektoriju in najstarejšo knjižnico
- Dominikanski samostan (freske, podoba, prireditve)
- Svetišča boga Mitre - Mitreji
- Vinske kleti v mestu
- Uveljavljeni festivali (umetnost, kulinarika, vino, kurentovanje)
- Eno-gastronomski izleti v vinorodne pokrajine na podeželskem zaledju
- Ptujsko jezero na Dravi, največje jezero v Sloveniji – navtična dejavnost ter šport in rekreacija na vodi
- Dravska kolesarska pot
- Mestni vrh – in Pot na Mestni vrh
- Dobrote slovenskih kmetij, največja nacionalna razstava »dobrote slovenskih kmetij« za promocijo in razvoj pristne kulinarčne ponudbe
- Destinacijska doživetja vrhunske kulture, vina in zgodovinskih legend

Eno od dveh osrednjih mestnih središč in turističnih centrov Štajerske – odlično dostopno in povezano. Izhodišče za odkrivanje širše regije.

Skozi opredeljen koncept tržnega pozicioniranja izpostavljam pomemben koncept 'RAZISKOVANJA',

ki predstavlja močen in še ne izkoriščen motiv prihoda (glej produktno strategijo v naslednjem poglavju).

Osrednji motiv, na katerega navežemo vse produkte (po meri posameznih ciljnih obiskovalcev), je:

RAZISKOVANJE / ODKRIVANJE / SPOZNAVANJE / DOŽIVLJANJE.

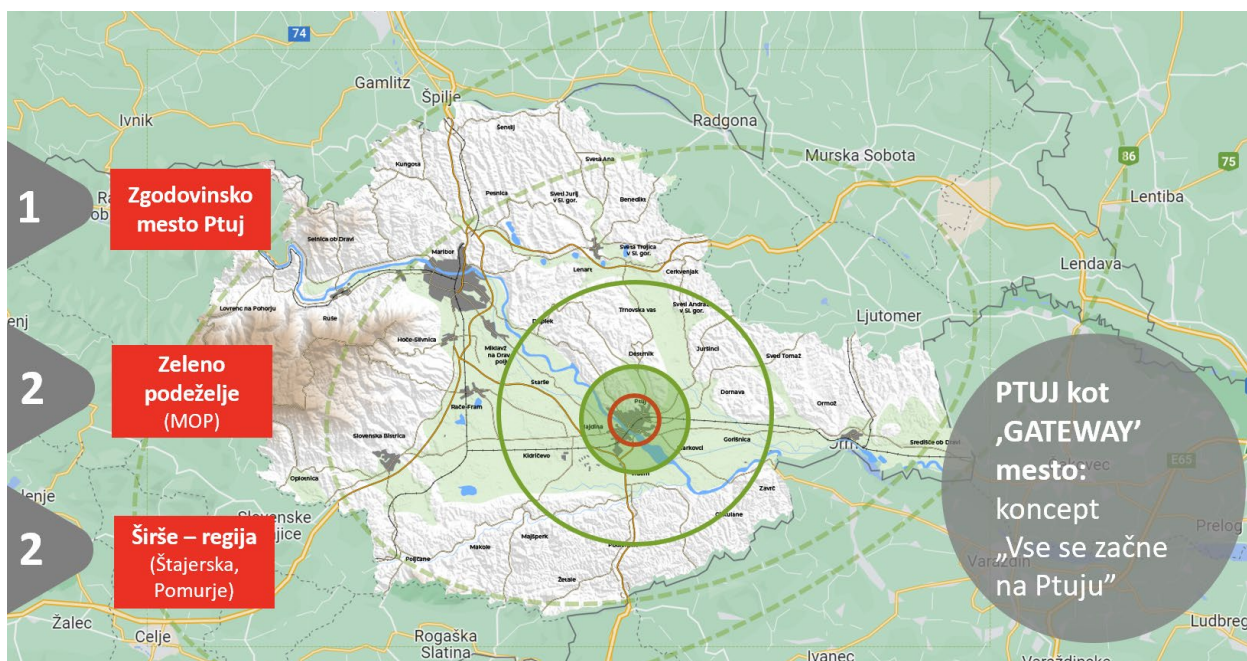
Zapisan stavek »KJER SE VSE ZAČNE« (ki ni opredeljen kot slogan!) se nanaša na 2 vidika:

PRVIČ: tisočletja zgodovine (vsi časi), ki so v naših rokah (Ptuj kot najstarejše mesto v Sloveniji), in DRUGIČ: na koncept Ptujja, kamor prideš najprej v mesto, ga spoznaš, doživiš, okusiš, a prava raziskovanja se tam šele začnejo.

Enogastronomska, kulturna, zgodovinska, kolesarska, pohodniška, termalna ...

Prvič: RAZISKOVANJE z geografskega vidika pokriva 3 »območja«:

1. Zgodovinsko mesto Ptuj;
2. Zeleno podeželje Mestne občine Ptuj;
3. Širša regija (Štajerska, Pomurje; lahko tudi širše).



Drugič: RAZISKOVANJE s tematskega oziroma produktnega vidika pokriva in vključuje vse produktne sklope Ptujja:

1. Aktivno raziskovanje (kolesarstvo, pohodništvo, golf);
2. Enogastronomsko raziskovanje (ki je lahko bolj sproščeno, lahko bi rekli tudi uživaško, ali bolj poglobljeno, v navezavi z izjemnimi zgodovinskimi zgodbami Ptujja);
3. Zgodovinsko/dediščinsko/kulturno (lahko bolj splošno ali pa zelo poglobljeno, vezano na določeno zgodovinsko obdobje Ptujja);
4. Družabno udejstvovanje – obisk prireditev in festivalov (v močni navezavi z enogastronomijo in edinstvenimi destinacijskimi doživetji);
5. Sproščeno – terme in drugi wellness ponudniki.

POZOR: Drugi produkti so vezani na posebni interes: poslovni obisk, MICE-poslovna srečanja, zdravstveni programi, športne prireditve in priprave športnikov.

2 ključna faktorja uspešnosti za udejanjanje tega koncepta sta:

1. Ustrezna podporna kreativna komunikacijsko-trženjska orodja, ki udejanjajo ta koncept;
2. Oblikovanje konkretnih prodajnih produktov (nekajurna, ideje za večdnevne programe);
3. Izbor in nagovarjanje ciljnih segmentov.

▶ Oboje je opredeljeno med ukrepi v okviru POLITIKE 4: TRŽENJE in RAZVOJ PRODAJNIH PRODUKTOV.

6.2 Produktna strategija

6.2.1 Uvod v produktno strategijo

Analiza pokaže, da je Ptuj v širši domači in tudi mednarodni javnosti v veliki, a še vedno omejeni, meri prepoznan kot zgodovinsko in najstarejše mesto v Sloveniji, mesto Kurenta in Kurentovanja, festivalov in kulturnih tradicij, mesto številnih danosti, odličnih za razvoj turizma.

Hkrati pa v svoji turistični in kulturni ponudbi destinacija Ptuj ne zagotavlja zadostnega obsega in kakovosti infrastrukture in atrakcij, ki bi valorizirale te danosti v ekonomski in družbeni vrednosti destinacije za domače podjetnike in prebivalce.

Namen produktne strategije je:

- Da skozi boljše razumevanje in jasno opredeljene prioritete na področju produktov podpremo potrebni premik v tržnem pozicioniranju oziroma poziciji Ptuja kot celoletne zelene butične kulturno-termalne destinacije;
- Da Zavod za turizem Ptuj prevzame bolj aktivno upravljanje in v partnerstvu z Mestno občino Ptuj vlaganja v urejanje ključne produktne infrastrukture ter povezovanje ter trženje obstoječih ter prepoznanih novih produktov na destinacijski ravni;
- Da pravilno osmišljeni in oblikovani prodajni produkti postanejo osnova za trženje in trženjsko komuniciranje (premik od krovne imidž promocije do zelo aktivacijske promocije, s privlačnimi konkretnimi vsebinami, produkti, programi, paketi, ki motivirajo k obisku);
- Ter da tako Zavod za turizem Ptuj kot tudi Mestna občina Ptuj nudita podporno okolje za razvoj ponudbe na podjetniški ravni – da ponudnike podpreta z razvojnimi orodji in trženjskimi kanali in jim tako pomagata pri plasiranju njihove ponudbe na trg.

6.2.2 Ocena današnje stopnje valorizacije produktov, z oceno potencialov

OPREDELITEV GLAVNIH PRIVLAČNOSTI PTUJA KOT DESTINACIJE

Privlačnosti (atrakcije), ki so ključne, pomembne ali vsaj zaznavne za uspeh in pozicioniranje Ptuja kot turistične destinacije lahko, glede na značilnosti destinacije, razvrstimo v naslednje sklope:

1. Kulturno zgodovinske privlačnosti;
2. Stalne kulturno umetniške privlačnosti;
3. Naravne in oblikovane naravne privlačnosti
4. Ustvarjene (infrastrukturne) privlačnosti;
5. Privlačnosti zgodb, literarnih del in znanih zgodovinskih osebnosti in pojavov Ptuja;
6. Dogodki in festivali kot privlačnosti.

Temeljni predpogoj za uspešnejše trženje in večjo dodano vrednost panoge je, da so te privlačnosti (1) dostopne (odpiralni časi in urejena podporna infrastruktura), (2) da motivirajo k obisku (urejenost in pozicioniranje, atraktivna programska vsebina) in (3) da ustvarjajo potrošnjo (da obiskovalcu damo možnost, da nekaj kupi).

Ključno središčno privlačnost destinacije predstavlja zgodovinsko mestno jedro Ptuja, ki je tudi varovana z Odlokom o razglasitvi nepremičnih kulturnih in zgodovinskih spomenikov na območju občine Ptuj (zadnjič sprejet v obdobju 1986-1989), ki ga tvori srednjeveška naselbina trikotnega tlorisa, formirana pod Grajskim gričem, ki sega do obrežja reke Drave na območju rimskodobnega Poetovija, kot civitas omenjena 977, od sredine 13. stol. obdana z obzidjem. Središče predstavlja mestni trg, ob njem cerkev z mestnim oz. cerkvenim stolpom in Magistratom.

Sicer je v register nepremične kulturne dediščine Ministrstva za kulturo na območju Mestne občine Ptuj³ vpisanih kar 309 enot kulturne dediščine, od katerih je 5 objektov državnega pomena: Ptujski grad, Grad Turnišče, Park gradu Turnišče, Orfejev spomenik in Tretji mitrej z rezervatom. Spomenikov lokalnega pomena je razglašanih 152, od tega jih je 132 v starem mestnem jedru.

Preden opredelimo produktno strategijo, je ključno pridobiti boljši vpogled, katere so najpomembnejše turistične privlačnosti Ptuja – kakšno je stanje danes in kakšni so potenciali v prihodnje.

OCENA STOPNJE VALORIZACIJE TURISTIČNE PONUDBE DESTINACIJE PO POSAMEZNIH VRSTAH PRIVLAČNOSTI – IN OCENA POTENCIALA ZA VEČJO VALORIZACIJO V TURIZMU

Pri ocenjevanju potenciala najpomembnejših turističnih privlačnosti v nadaljevanju **ocenjujemo njihov pomen za uspešnost delovanja na ponudbeni strani turizma in ustreznost tržnega pozicioniranja destinacije Ptuj** in jih ocenjujemo:

- ▶ Z ocenami vpliva posamezne privlačnosti na potencial razvoja in tržnega pozicioniranja turistične ponudbe v prihodnje in
- ▶ ocenami trenutne (dosedanje) valorizacije (izkoriščenosti oz. vključenosti) tega potenciala v turistični ponudbi destinacije.

Oboje ocenjujemo z ocenami v rangu od 1 do 5 (1 = nizek potencial oziroma nizka trenutna stopnja valorizacije v turizmu, 5 = zelo visok potencial oz. zelo visoka trenutna stopnja valorizacije/izkoriščenosti v turizmu).

Za vsako, na ta način ocenjeno, turistično privlačnost destinacije **izračunamo tudi stopnjo neizkoriščenega potenciala**, na način, da delimo razliko med oceno potenciala in stopnje valorizacije te privlačnosti v turistični ponudbi destinacije z oceno potenciala te privlačnosti.

Neizkoriščeni potencial posamezne privlačnosti v turizmu je prikazan kot % neizkoriščenega polnega potenciala te privlačnosti in nam pove, kako intenzivno morajo določeni deležniki v destinaciji razvijati in valorizirati posamezne vrste privlačnosti in znotraj tega konkretne privlačnosti, da bi dosegli njihovo polno vrednotenje in prispevek k dodani vrednosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj.

Za varovanje, ohranjanje in predstavitev kulturne dediščine na območju Mestne občine Ptuj skrbijo Pokrajinski muzej Ptuj-Ormož, Zavod RS za varstvo kulturne dediščine enota Maribor in Zgodovinski arhiv Ptuj.

V tabelah v nadaljevanju so podane ocene in z rdečo izpostavljene tiste, za katere je ocenjen najvišji potencial.

³ Vpogled v register je na voljo na: [Register nepremične kulturne dediščine \(situla.org\)](http://situla.org).

Tabela 7: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih kulturno zgodovinskih privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj

Kulturno zgodovinske privlačnosti	Potencial za valorizacijo v turizmu (1-5)	Ocena dosežene stopnje valorizacije v turizmu (1-5)	Neizkoriščen potencial privlačnosti
Srednjeveško mestno jedro Ptuja in značilna veduta	5	2	60%
Ptujski grad z grajskim gričem	5	2	60%
Mestni stolp s Povodnovim muzejem, urnim mehanizmom in razgledno točko	5	1	80%
Arheološka dediščina in največja zbirka antičnih eksponatov v PMPO	5	1	80%
Zbirke srednjeveške bivanjske kulture, umetniških del, glasbenih instrumentov in druge zbirke v razstaviščih na ptujskem gradu (PMPO)	5	3	40%
Dominikanski samostan - kulturno zgodovinski spomenik	4	1	75%
Minoritski samostan (z refektorijem, zgodovinsko knjižnico in arkadnim dvoriščem)	4	0,5	88%
Orfejev spomenik	5	2	60%
Mitreji - ostanki svetišča kulta Mitraizma	5	0,5	90%
Mestna hiša - arhitektonski zgodovinski spomenik	3	1	67%
Florjanov spomenik	2	1	50%
Cerkev Svetega Jurija - kulturno zgodovinski spomenik sakralne dediščine, plastike Sv., Jurija, idr.	4	1	75%
Arheološki park Panorama	4	0,5	88%
Grad Turnišče s parkom oblikovane narave	4	0	100%
Knjižnica Ivana Potrča - arhitektonski kulturno zgodovinski spomenik	3	1	67%
Ptujska klet (najstarejša klet kot zgodovinski spomenik z najstarejšim arhivskim vinom v Sloveniji in JV Evropi)	5	2	60%
Park spominov - staro ptujsko pokopališče	2,5	0,5	80%

Tabela 8: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih stalnih kulturno umetniških privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj

Stalne kulturno umetniške privlačnosti	Potencial za valorizacijo v turizmu (1-5)	Ocena dosežene stopnje valorizacije v turizmu (1-5)	Neizkoriščen potencial privlačnosti
Miheličeva galerija	4	2	50%
Galerija mesta Ptuj	3	1,5	50%
Salon umetnosti	3	1	67%
Galerija Luna	3	1	67%
Galerija Art Stays	2	0,5	75%
Galerija Florjan	2	0,5	75%
Mestno gledališče Ptuj	2	0,5	75%
Kino Ptuj (najstarejši kino)	2	0	100%
Kurentova hiša	4	2	50%

Tabela 9: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih naravnih in oblikovanih naravnih privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj

Naravne in oblikovane naravne privlačnosti	Potencial za valorizacijo v turizmu (1-5)	Ocena dosežene stopnje valorizacije v turizmu (1-5)	Neizkoriščen potencial privlačnosti
Reka Drava in Ptujsko jezero na reki Dravi	5	1	80%
Mestni vinograd pod ptujskim gradom	3	0,5	83%
Mestni vrh (vinogradniško, sprehajalno, kolesarsko območje)	4	0,5	88%
Bližina in obdanost z naravo (poljedelskega območja Ptujkega in Dravskega polja in vinogradniško in gozdnato pokrajino Haloz in Slovenskih goric)	5	1,5	70%
Območja naravnih vrednot in zavarovanih območij (Drava- Rečna loka, Stara struga, Struga, Turniška studenčnica, Hajdinska studenčnica, Nižinski gozd in travniki, Habitat Ptujsko jezero, Ribniki in nižinski gozd Podvinci, Bregova bodika, Hincejeva sekvoja, posebne Lipe in Platane v mestu)	4	0,5	88%

Tabela 10: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih ustvarjenih privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj

Ustvarjene privlačnosti	Potencial za valorizacijo v turizmu (1-5)	Ocena dosežene stopnje valorizacije v turizmu (1-5)	Neizkoriščen potencial privlačnosti
Bazenski, wellness in zdraviliški kompleks - Terme Ptuj	5	3,5	30%
Rovi pod Ptujskim gradom	3	1	67%
Konferenčno prireditveni center Dominikanski samostan	5	1	80%
Športna infrastruktura (nogometni-atletski štadion in vadbene dvorane)	3	0,5	83%
Adrenalinski park Vurberk	3	1	67%

Tabela 11: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih zgodb, literarnih del, legend, znanih zgodovinskih osebnosti in simbolov Ptuja v turistični ponudbi destinacije

Privlačnosti zgodb, literarnih del, legend, znanih zgodovinskih osebnosti in simbolov Ptuja	Potencial za valorizacijo v turizmu (1-5)	Ocena dosežene stopnje valorizacije v turizmu (1-5)	Neizkoriščen potencial privlačnosti
Ptuj kot najstarejše mesto v Sloveniji	5	2,5	50%
Marcus Antonius Primus (vodja in poveljnik severnih rimskih legij v letu 69 - prva pisna omemba Ptuja)	4	1,5	63%
Marcus Valerius Maximianus (Povezava s filmom Maximus)	4	0	100%
Viktorin Ptujski (Victorinus Poetovionensis, prvi krščanski naslovni škof, svetnik in mučenik)	4	1	75%
Legenda in roman o vitezu Parzivalu (Geografske lokacije in simboli, omenjeni v romanu v verzih Wolframa von Eschenbacha iz 13.stol., na Ptuj in v okolici)	5	0,5	90%
Gospodje Ptujski in Matilda Ptujška (ustvarjalci srednjeveške podobe in kulture Ptuja)	3	0,5	83%
Josef Ornig (uspešni ptujski župan in vinski trgovec iz preloma 19. in 20. stol.)	4	0,5	88%

Franz in Kostanza Osterberger (ptujška vinska trgovca in hotelirja)	3	0,5	83%
Alojzija Strauss (Uspešna ptujška hotelirka in organizatorica prireditelj v 19. stol.)	3	0,5	83%
Josef Kipertz (prvi pražar kave v širši regiji, uspešen trgovec in kavarnar)	3	0,5	83%
France Mihelič (prepoznaven slovenski slikar in profesor ptujške gimnazije sredi 20.stol.)	3	2	33%
Jan Oeltjen in Elsa Kasimir (ptujška in evropska slikarja in svetovna popotnika)	3	0,5	83%
Luigi Kasimir (priznani slikar grafik svetovnih metropol in Ptuja, iz priznane grafično slikarske družine Kasimir s Ptuja iz 19.in prve pol. 20. stoletja)	3	0,5	83%
Družina Herberstein (lastniki in obnovitelji Ptujškega gradu 1873 - 1945 in zbiralci umetnin in pohištva, predstavljenih v muzejskih zbirkah)	4	1	75%
Valter Leslie in rodbina Leslie (lastniki ptujškega gradu 1656 – 1802 in zbiralci cenjenih tapiserij)	4	1,5	63%
Tradicija kurentovanja, obhodov kurentov (UNESCO) in številnih tradicionalnih pustnih mask (razglasitev obredja obhodov kurentov za živo mojstrovino v interesu RS ter vpis v UNESCO-ov seznam nesnovne dediščine človeštva)	5	3,5	30%
Zgodbe ptujških vinskih trgovcev in meščanske kulture v mestu Ptuj in okoliški vinorodni pokrajini	5	1	80%

Tabela 12: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih dogodkov in festivalov kot privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj

Dogodki in festivali kot privlačnosti	Potencial za valorizacijo v turizmu (1-5)	Ocena dosežene stopnje valorizacije v turizmu (1-5)	Neizkoriščen potencial privlačnosti
Kurentovanje - etnografske in pustne karnevalske prireditve	4	2,5	38%
Poletni umetniški festivali (Art Stays, Arsana, Poezija in Vino)	3	1	67%
Zgodovinski festivali (Cesarsko kraljevi Ptuj - srednjeveške igre, Rimske igre, Meščanska kultura)	4	1	75%
Vinski festivali in dogodki (Salon Sauvignon, Veni Vidi Vino mlado, Martinovanje, Vino ni Voda, idr.)	4	1	75%
Kulinarični festivali in dogodki (Dobrote slovenskih kmetij, Kulinarična promenada, idr.)	4	1,5	63%

POVPREČJE POTENCIALA IN STOPNJE VALORIZACIJE PRIVLAČNOSTI – PO VRSTAH PRIVLAČNOSTI, S SKUPNO OCENO

V spodnji tabeli so podane še skupne ocene potenciala in ocene dosežene valorizacije – po vrstah privlačnosti. **Ocena izpostavlja visoko stopnjo privlačnosti (3,8 od 5), a res nizko stopnjo valorizacije teh privlačnosti Ptuja kot destinacije (zgolj 1,1 od 5).**

Tabela 13: Prikaz in ocena povprečne stopnje valorizacije potenciala vseh ključnih vrst privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj, po vrstah privlačnosti in povprečja vseh privlačnosti skupaj

Povprečje stopnje valorizacije privlačnosti v turizmu destinacije Ptuj, po vrstah privlačnosti in skupaj	Potencial za valorizacijo v turizmu (1-5)	Ocena dosežene stopnje valorizacije v turizmu (1-5)	Neizkoriščen potencial privlačnosti v % od celotnega potenciala
Kulturno zgodovinske privlačnosti	4,1	1,2	72%
Stalne kulturno umetniške privlačnosti	2,8	1,0	64%
Naravne in oblikovane naravne privlačnosti	4,2	0,8	81%
Ustvarjene privlačnosti	3,8	1,4	63%
Privlačnosti zgodb, literarnih del, legend in znanih zgodovinskih osebnosti in pojavov Ptuja	3,8	1,1	72%
Dogodki in festivali kot privlačnosti	3,8	1,4	63%
SKUPAJ POVPREČNO VSE VRSTE PRIVLAČNOSTI V DESTINACIJI	3,8	1,1	70%

V najmanjši meri se, glede na njihov potencial za razvoj in pozicioniranje mesta, na Ptuj valorizira (izkorišča) **potencial naravnih in oblikovanih naravnih privlačnosti** (81% stopnja neizkoriščenosti). Na drugem mestu po stopnji nezadostne valorizacije v turizmu sta privlačnost zgodb, literarnih del, legend, znanih osebnosti in simbolov Ptuja ter kulturno zgodovinske privlačnosti (oboje; 72% stopnja neizkoriščenosti).

Privlačnosti, ki so relativno sprejemljivo valorizirane v ptujski turistični ponudbi, so stalne kulturno umetniške privlačnosti (64% stopnja neizkoriščenosti), ustvarjene privlačnosti (63% stopnja neizkoriščenosti) in dogodki in festivali (63% stopnja neizkoriščenosti).

6.2.3 Struktura in pomen celostnih produktov in doživetij destinacije Ptuj

STRUKTURA IN POMEN CELOSTNIH PRODUKTOV IN DOŽIVETIJ DESTINACIJE PTUJ, KOT MOTIVOV ZA PRENOČITVE IN OBISK DESTINACIJE PTUJ

V prejšnjem sklopu smo vrednotili posamezne privlačnosti, v nadaljevnaju pa jih pretvarjamo v celostne produkte in doživetja Ptuja kot destinacije.

Posamezne atrakcije Ptuja smo razporedili razdelili v naslednje sklope celostnih produktov in doživetij:

1. Raziskovanje in uživanje kulturno zgodovinske dediščine in ambienta;
2. Vino in kulinarika;
3. Zdravje in dobro počutje (termalna doživetja);
4. Poslovna, strokovna in družabna srečanja (MICE⁴);
5. Aktivnosti v naravi in rekreacija (pohodništvo, kolesarstvo, golf) ('outdoor' ponudba);
6. Prireditve in festivali;
7. Poslovni in strokovni motivi obiska (individualni poslovni obisk);
8. Umetnost in kultura;
9. Športni dogodki in aktivno športno udejstvovanje (športni turizem, ki vključuje priprave športnikov in športne tekmovalne prireditve).

V spodnji tabeli je podana ocena glede na:

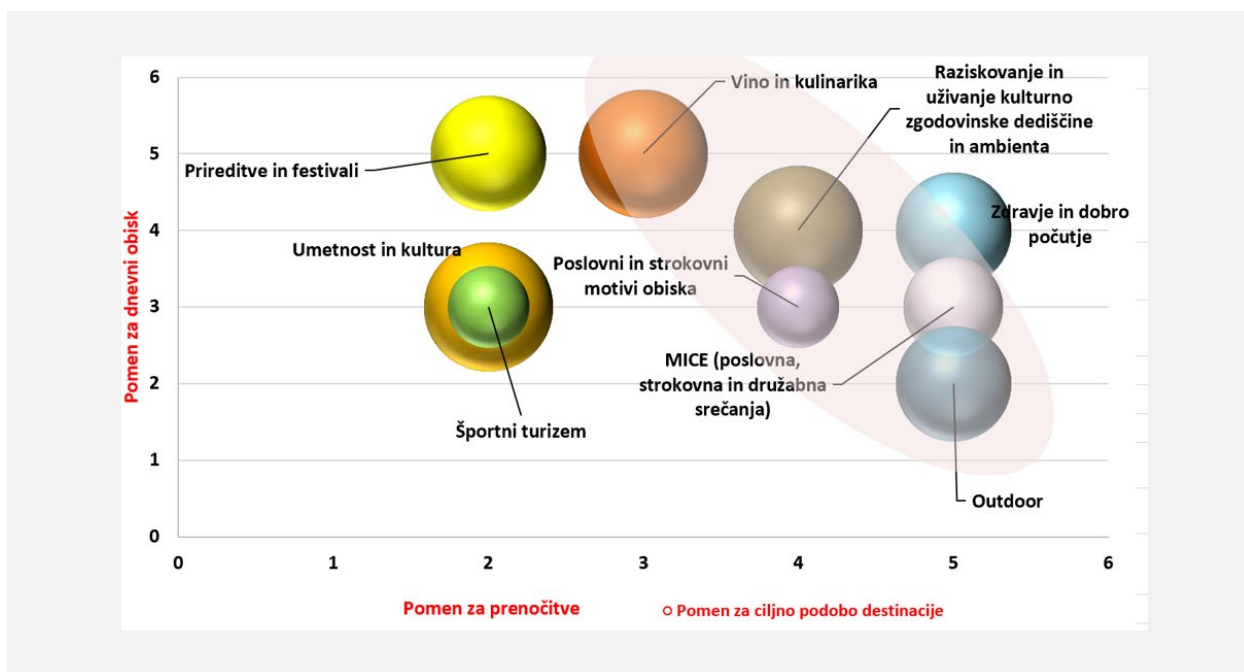
- ▶ Pomen produkta za prenočitve v destinaciji;
 - ▶ Pomen za dnevni obisk destinacije;
 - ▶ Pomen za ciljno podobo destinacije – prispevek k krepitvi ciljne tržne pozicije;
 - ▶ Opredeljen je tudi ponder pomen za uspeh (najvišji ponder ima seveda vpliv na prenočitve).
- = SKUPNA OCENA POMENA PRODUKTA ZA RAZVOJ IN TRŽENJE DESTINACIJE**

Tabela 14: Prikaz in ocena pomena posameznih celostnih produktov/doživetij/motivov za uspešnost Ptuja

Rang pomena za celostni uspeh in podobo destinacije	Polder pomena za uspeh in podobo			Skupna ocena pomena za razvoj destinacije = $\sum (Ocena\ pomena \times Ponder)$	
	Pomen za uspeh/podobo destinacije	1	0,7		0,6
	Celostni produkti/doživetja → motivi	Pomen za prenočitve v destinaciji (Ocena 1-5)	Pomen za dnevni obisk destinacije (Ocena 1-5)	Pomen za ciljno podobo destinacije (Ocena 1-5)	
1	Raziskovanje in uživanje kulturno zgodovinske dediščine in ambienta	4	4	5	9,8
2	Vino in kulinarika	3	5	5	9,5
2	Zdravje in dobro počutje (termalna doživetja)	5	3	4	9,5
4	Poslovna, strokovna in družabna srečanja (MICE)	5	3	3	8,9
5	Aktivnosti v naravi in rekreacija (pohodništvo, kolesarstvo, golf) ('outdoor')	5	2	4	8,8
6	Prireditve in festivali	2	5	4	7,9
7	Poslovni in strokovni motivi obiska (individualni poslovni obisk)	4	3	2	7,3
8	Umetnost in kultura	2	3	5	7,1
9	Športni dogodki in aktivno športno udejstvovanje (športni turizem)	2	3	2	5,3

⁴ MICE je kratica za vse segmente poslovnih srečanj: MEETINGS, INCENTIVE, CONGRESSES & EXHIBITIONS oziroma konference, kongresi, poslovna srečanja, motivacijska potovanja, team-building programi in razstave ter poslovni dogodki.

Slika 4: Prikaz pomena posameznih celostnih produktov oz. doživetij oz. motivov za uspešnost turistične ponudbe, razvoj in podoba destinacije Ptuj



OPREDELITEV PRODUKTNE MATRIKE GLEDE NA PRIVLAČNOST IN KONKURENČNOST

V spodnji tabeli so produkti ocenjeni glede na njihovo (1) **privlačnost** (koliko je trg atraktiven-privlačen), (2) **konkurenčnost** Ptuja za ta produkt (koliko smo sposobni konkurirati na tem trgu oziroma dobiti določen tržni delež), dodan pa je še (3) **element obsega kapacitet Ptuja v okviru posameznega produkta**.

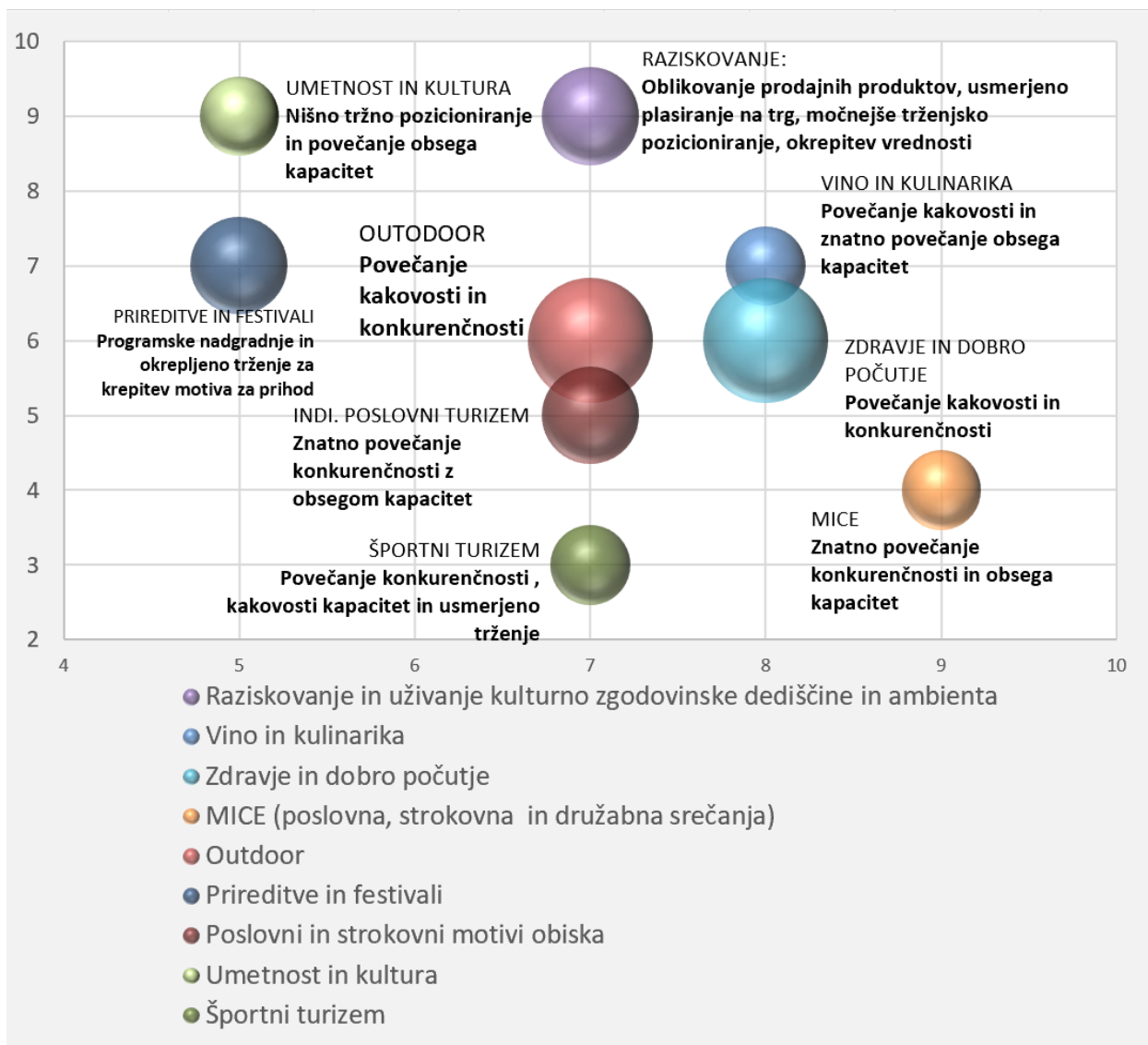
Rezultati pokažejo, da je najbolj potencialen (a še ne zadostno valoriziran) naslednji produkt: to je raziskovanje in uživanje kulturno zgodovinske dediščine in ambienta Ptuja (zgodovinskega mesta in zelene okolice oziroma podeželja, ob tem pa tudi raziskovanja širše regije, iz Ptuja). To je produkt, ki vključuje tudi druge produkte/elemente ponudbe in smo ga v prejšnjem poglavju v okviru tržnega pozicioniranja natančneje pojasnili.

► V sliki na naslednji strani so pojasnjeni tudi potrebni premiki – strategija.

Tabela 15: Prikaz in ocena konkurenčnosti, privlačnosti in obsega kapacitet destinacije Ptuj

(Obstoječi) turistični produkti destinacije	Privlačnost produkta (1-10)	Konkurenčnost Ptuja za produkt (1-10)	Obseg kapacitet za produkt v destinaciji (1-5)
Raziskovanje in uživanje kulturno zgodovinske dediščine in ambienta	7	9	3
Vino in kulinarika	8	7	2
Zdravje in dobro počutje	8	6	5
MICE (poslovna, strokovna in družabna srečanja)	9	4	2
Outdoor	7	6	5
Prireditve in festivali	5	7	3
Poslovni in strokovni motivi obiska	7	5	3
Umetnost in kultura	5	9	2
Športni turizem	7	3	2

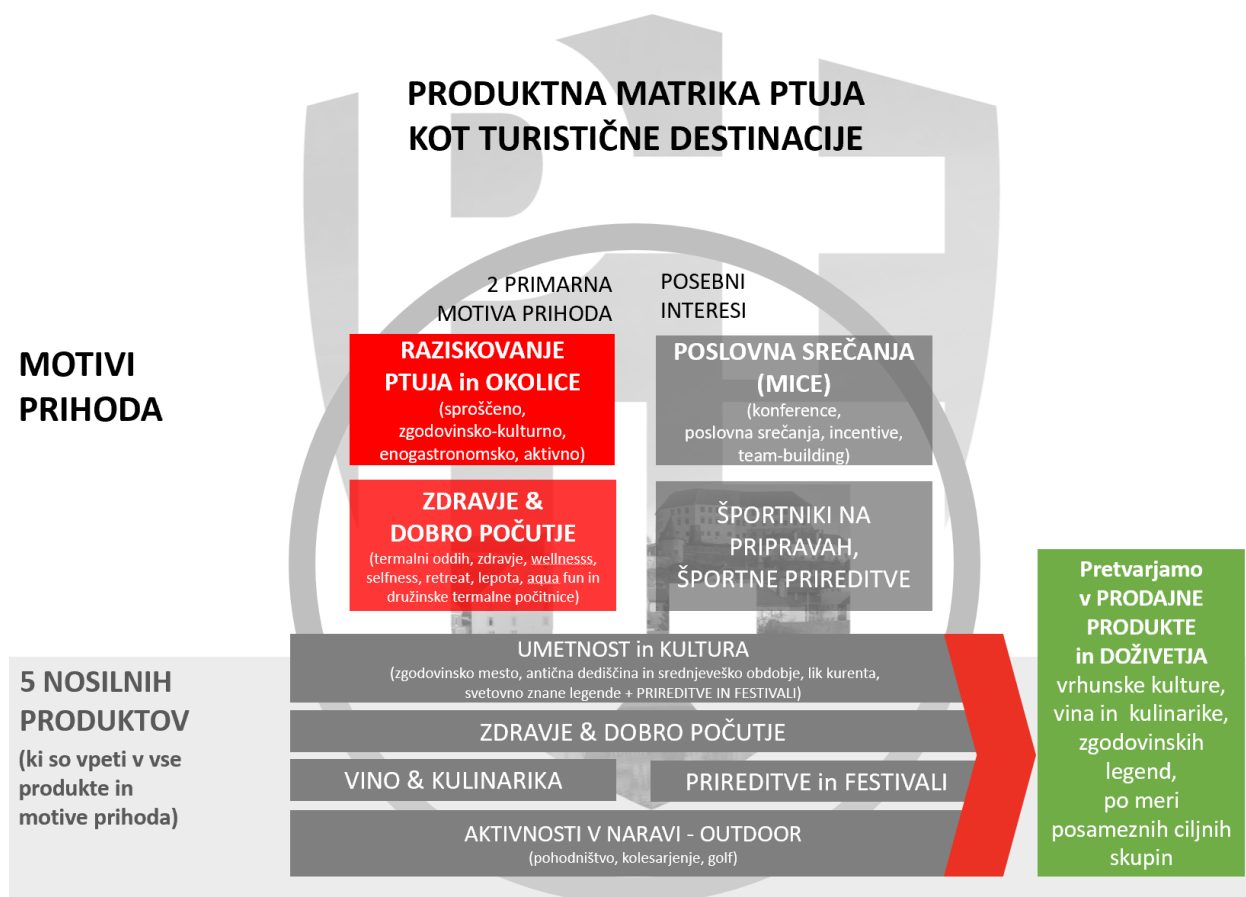
Slika 5: Prikaz pomena posameznih celostnih produktov s strategijo – potrebnimi premiki



Strategija po posameznih produktih sklopih je naslednja:

Produkti/produktni sklopi	STRATEGIJA – kaj moramo narediti, nadgraditi
Raziskovanje in uživanje kulturno zgodovinske dediščine in ambienta	► Oblikovanje prodajnih produktov, usmerjeno plasiranje na trg, močnejše trženjsko pozicioniranje, okrepitev vrednosti
Vino in kulinarika	► Povečanje kakovosti in znatno povečanje obsega kapacitet
Zdravje in dobro počutje	► Povečanje kakovosti in konkurenčnosti
MICE (poslovna, strokovna in družabna srečanja)	► Znatno povečanje konkurenčnosti in obsega kapacitet
Outdoor	► Povečanje kakovosti in konkurenčnosti
Prireditve in festivali	► Programske nadgradnje in okrepljeno trženje za krepitev motiva za prihod
Poslovni in strokovni motivi obiska	► Znatno povečanje konkurenčnosti z obsegom kapacitet
Umetnost in kultura	► Nišno tržno pozicioniranje in povečanje obsega kapacitet
Športni turizem	► Povečanje konkurenčnosti, kakovosti kapacitet in usmerjeno trženje

Produktni koncept v obliki produktne matrike Ptuja je naslednji:



PRVIČ: Izhajamo iz motivov prihoda:

- ▶ Trenutno najbolj jasno izražen in zaokrožen motiv prihoda je ZDRAVJE in DOBRO POČUTJE oziroma **TERMALNI ODDIH** (vezan prioriteto na obisk oziroma bivanje v Termah Ptuj; s številnimi podsegmenti: termalni oddih, Aquafun, Medical wellness, wellness, zdravstveni programi, poslovna srečanja; podpirajo pa ga tudi drugi ponudniki v tem segmentu). *Ključno: ta segment je močan potencialni koristnik vseh doživetij (vseh 5 produktov) – pomembno za večjo vrednost in daljše bivanje;*
- ▶ Najbolj potencialni obisk za krepitev pozicije Ptuja, je prepoznan produkt **RAZISKOVANJE PTUJA IN OKOLICE** – ki ga tvorijo preplet vsega, kar Ptuj ponuja: tako umetnost in kultura, kot tudi vino in kulinarika, raziskovanje Ptuja na kolesu, po pohodnih poteh, golf, udeležba na prireditvi ...
- ▶ Pomembni motivi prihoda so tudi **posebni interesi**, to sta:
 - ▶ **POSLOVNI TURIZEM** (MICE – organizirana poslovna srečanja in dogodki, pa tudi individualni poslovni obisk destinacije);
 - ▶ **ŠPORTNI TURIZEM** (športniki na pripravah in športne prireditve/prvenstva, tekmovanja).

Opredelili smo 5 nosilnih produktov, ki pa se zelo prepletajo in ključno – dopolnjujejo osrednje motive prihoda (tako 2 primarna motiva prihoda kot tudi posebne interese). To so:

1. **Umetnost in kultura**, ki zajema vse vidike kulturnega turizma (ožje – od kulturne dediščine, do širšega razumevanja kulturnega turizma, vključno z ambientom, spoznavanjem kulture kraja, ljudi, sodobne umetnosti, kreativnih industrij ...): ključna privlačnost Ptuja so zgodovinsko mesto, antična dediščina in srednjeveško obdobje, lik kurenta, svetovno znane legende, produkt pa podpirajo tudi prireditve in festivali, ki so sicer zaradi pomena opredeljeni še ločeno);
2. **Zdravje in dobro počutje** (kot produkt, ki prispeva enega od dveh glavnih motivov prihoda);
3. **Vino in kulinarika** (oziroma enogastronomija);
4. **Prireditve in festivali**;
5. **Aktivnosti v naravi – outdoor** (kot so pohodništvo, kolesarjenje, golf).

V spodnji shemi je še prikazan premik oziroma spremembe od produktne strategije v pretekli strategiji. Ne gre za nove produkte, gre predvsem za poenostavljen in bolj osredotočen pristop.



6.2.4 Opredelitev ciljnih segmentov in geografskih trgov

OPREDELITEV CILJNIH SEGMENTOV

Ciljni segmenti ptujskega turizma so prikazani v spodnji shemi.
Opredeljene so 3 temeljne segmentne ciljne skupine,
ki koristijo raznolike vsebine – pričakujejo integralne turistične produkte,
oblikovane v programe po njihovi meri (oziroma kreativno in učinkovito plasirane informacije).



Na ravni krovni ravni slovenskega turizma je bila pripravljena segmentacija, ki je najprej opredelila tri segmentne skupine, ki so primerljive, razumljive in izhajajo iz mednarodne temeljne segmentacije glede na primarni motiv prihoda, nato pa še 12 person slovenskega turizma.

V zgoraj predstavljenih ciljnih segmentih smo opredelili, v kateri segment spada posamezna ciljna skupina – za lažje navezovanje na krovno segmentacijo. Ti segmenti so naslednji:

- A. ACTIVITY SEGMENT** = Segmentna skupina aktivnih posameznikov = RAZISKOVALCI, ki iščejo doživetja kulture, zgodovine, narave; užitek v kulinariki in razvajanju; športne aktivnosti; rekreacija; adrenalinska doživetja.
- B. LIFESTYLE SEGMENT** = Segmentna skupina druženja z družbo ali družino = DRUŽABNIKI, kjer je v ospredju druženje z družbo ali družino: zabava in dogajanje, užitek in sprostitve v družbi; družinski mir in povezanost, aktivno preživljanje skupnega časa.
- C. WELL-BEING SEGMENT** = Segmentna skupina, ki skrbi zase v paru ali individualno = MUZE, ki jih zanima wellness, sprostitve, polnjenje baterij; umik in pobeg; spoznavanje sebe – selfness, mindfulness, detox, tudi v kombinaciji z dobro hrano in odkrivanjem.

Ptuj torej nagovori oziroma ima ponudbo za vse 3 segmente. Ključno je pravilno – ciljno usmerjeno trženje in odlično zasnovana (in trženjsko optimalno implementirana) komunikacijska strategija (vključena med ukrepe v okviru Politike 4 TRŽENJE IN RAZVOJ PRODAJNIH PRODUKTOV).

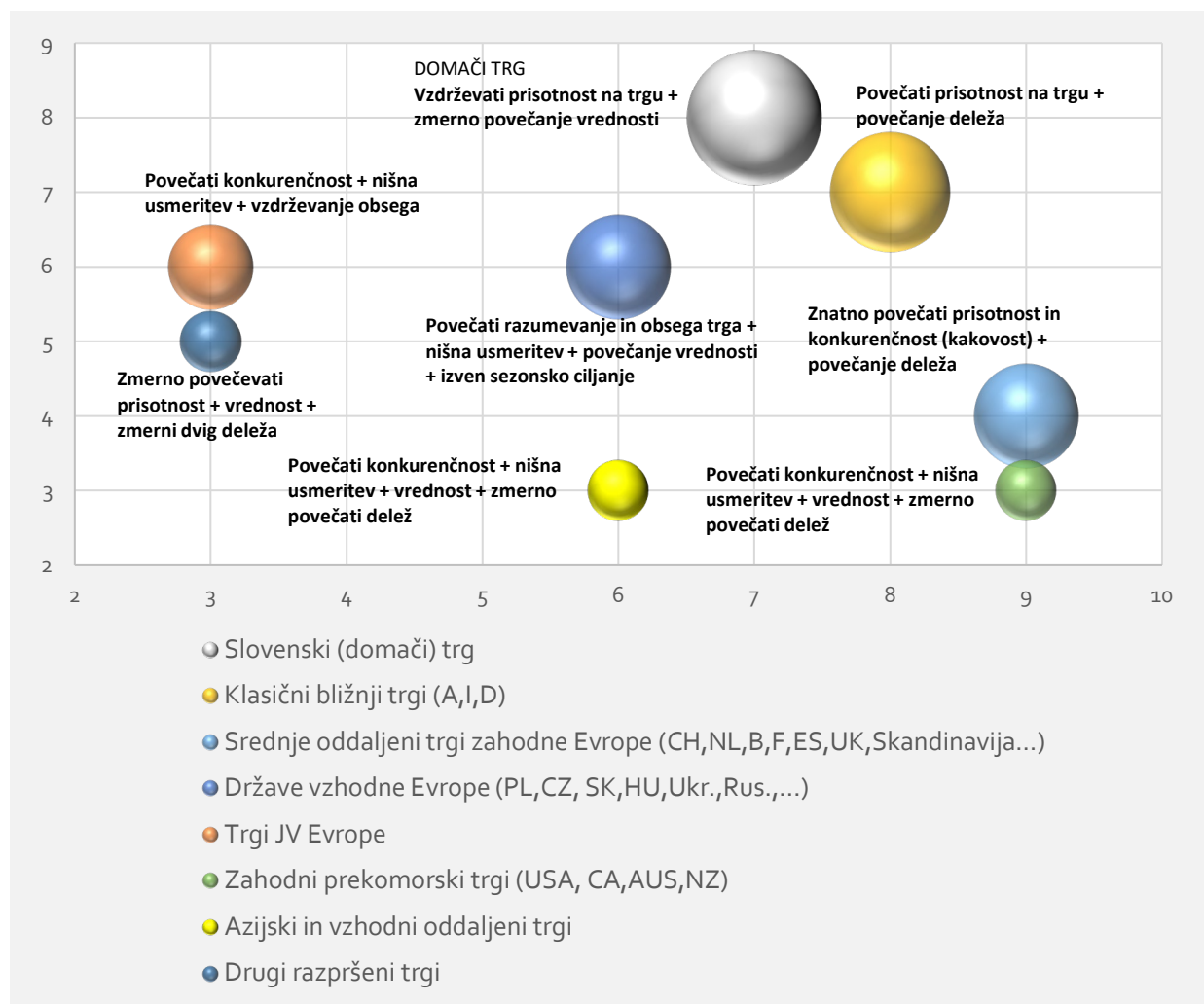
OPREDELITEV OBSTOJEČEGA STANJA IN POTENCIALA GEOGRAFSKIH TRGOV

V spodnji tabeli je po podobnem principu kot pri produktih opravljena tudi ocena privlačnosti in konkurenčnosti (geografskih) trgov, nato pa je v sliki za vsak sklop/segment trgov opredeljena strategija.

Tabela 16: Prikaz in ocena konkurenčnosti, privlačnosti in obsega trga posameznih obstoječih emitivnih turističnih trgov destinacije Ptuj

Obstoječi turistični trgi destinacije Ptuj	Privlačnost trga za destinacijo (1-10)	Konkurenčnost destinacije na trgu (1-10)	Realni obseg trga za destinacijo Ptuj (1-5)
Slovenski (domači) trg	7	8	5
Klasični bližnji trgi (A, I, D)	8	7	4
Srednje oddaljeni trgi zahodne Evrope (CH, NL, B, F, ES, UK, Skandinavija...)	9	4	3
Države vzhodne Evrope (PL, CZ, SK, HU, Ukr., Rus. ...)	6	6	3
Trgi JV Evrope	3	6	2
Zahodni prekomorski trgi (USA, CA, AUS, NZ)	9	3	1
Azijski in vzhodni oddaljeni trgi	6	3	1
Drugi razpršeni trgi	3	5	1

Slika 6: Prikaz konkurenčnosti, privlačnosti, obsega kapacitet in usmeritve razvoja posameznih obstoječih emitivnih turističnih trgov destinacije Ptuj

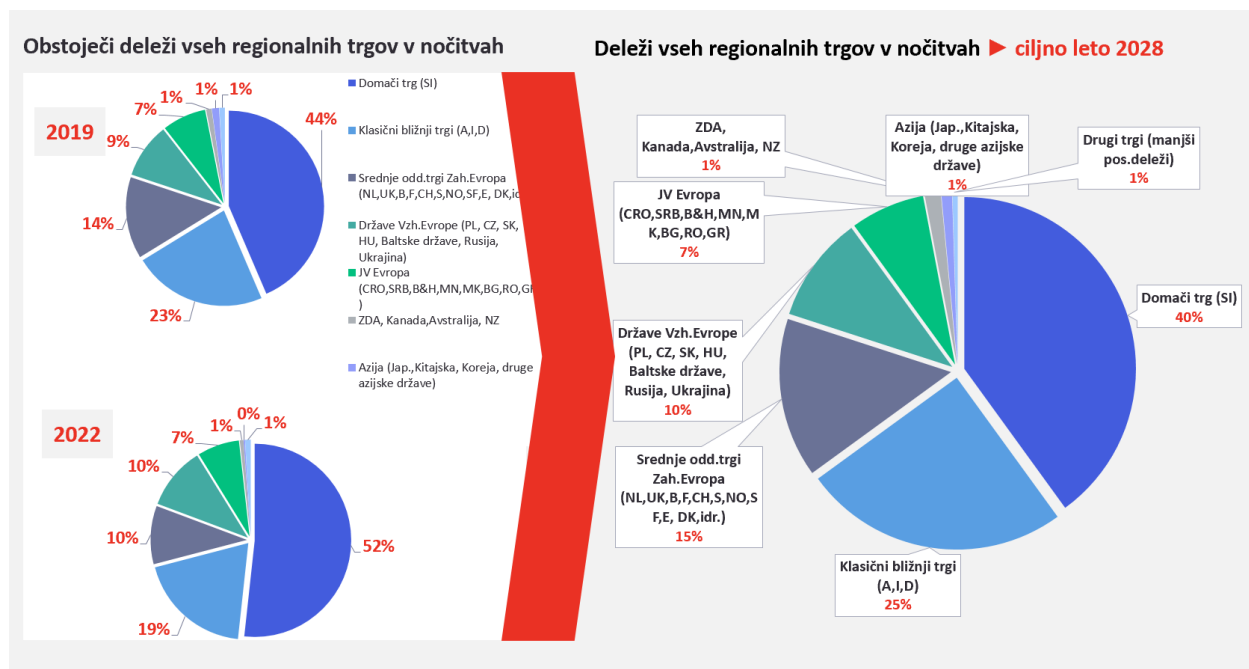


STRATEGIJA GEOGRAFSKIH TRGOV

V Prilogi 1 (ANALITIČNE PODLAGE) so pripravljene zelo natančne analize, v Prilogi 2 (AKCIJSKI NAČRT) pa so natančno razdelni ciljni geografski trgi, po vseh kazalnikih in značilnostih. V spodnjih slikah povzemamo strategijo na področju trgov, opredeljeni so tudi premiki glede na zdajšnjo strukturo trgov.

Spodnja slika prikazuje ciljnih premik skupin trgov na naslednji način – ključne značilnosti:

1. Negujemo **domači trg**, malo povečamo obseg (in okrepimo predvsem dodano vrednost, dodatno potrošnjo in obisk izven poletnih mesecev), vendar se njegov delež v strukturi v letu 2028 zmanjša (iz 44 % v letu 2022 na 40 % leta 2028);
2. Zadržimo in malo krepimo **klasične bližnje trge: Avstrija, Italija in Nemčija**;
3. Povečamo **srednje oddaljene trge zahodne Evrope** (Nizozemska, Belgija, Francija, Švica, Velika Britanija, Skandinavija ...);
4. **Negujemo trge JV Evrope** in krepimo dodano vrednost na teh trgih (prvenstveno Hrvaška, Srbija);
5. **Izkoriščamo potenciale bolj oddaljenih trgov** (pri čemer se predvsem učinkovito in usmerjeno navezujemo na aktivnosti regije – Štajerske in Slovenije).



Ciljne vrednosti po skupinah trgov ► ciljno leto 2028

Prenočitve vseh turistov po letih →	2018	2019	2020	2021	2022	Prenočitve CILJNO 2028	Prenočitve ciljno v deležih	Ciljna PDB 2028	Prihodi CILJ 2028	Prihodi ciljno v deležih
Domači trg (SI)	70.353	68.200	70.450	72.780	80.020	85.826	40,0%	3,2	26.529	31,5%
Klasični bližnji trgi (A,I,D)	32.704	35.563	10.071	12.347	29.732	53.642	25,0%	2,2	23.898	28,4%
Srednje odd.trgi Zah.Evrope (NL,UK,B,F,CH,S,NO,SF,E, DK, idr.)	18.436	21.687	5.902	17.787	15.090	32.185	15,0%	2,2	14.383	17,1%
Države Vzhodne Evrope (PL, CZ, SK, HU, Baltske države, Rusija, Ukrajina)	12.404	14.636	4.823	12.688	16.209	21.457	10,0%	2,2	9.672	11,5%
JV Evropa (CRO,SRB,B&H,MN,MK,BG,RO,GR)	11.657	11.683	5.464	10.174	10.895	15.020	7,0%	2,2	6.834	8,1%
ZDA, Kanada, Avstralija, Nova Zelandija	1.674	1.461	372	1.020	944	3.218	1,5%	2,1	1.568	1,9%
Azija (Jap.,Kitajska, Koreja, druge azijske države)	1.610	1.912	159	1.141	370	2.146	1,0%	2,9	749	0,9%
Drugi trgi (manjši posamezni deleži)	1.012	1.478	536	853	1.443	1.073	0,5%	2,1	508	0,6%
SKUPAJ VSI TRGI	149.850	156.620	97.778	128.790	154.703	214.566	100,0%	2,6	84.141	100,0%

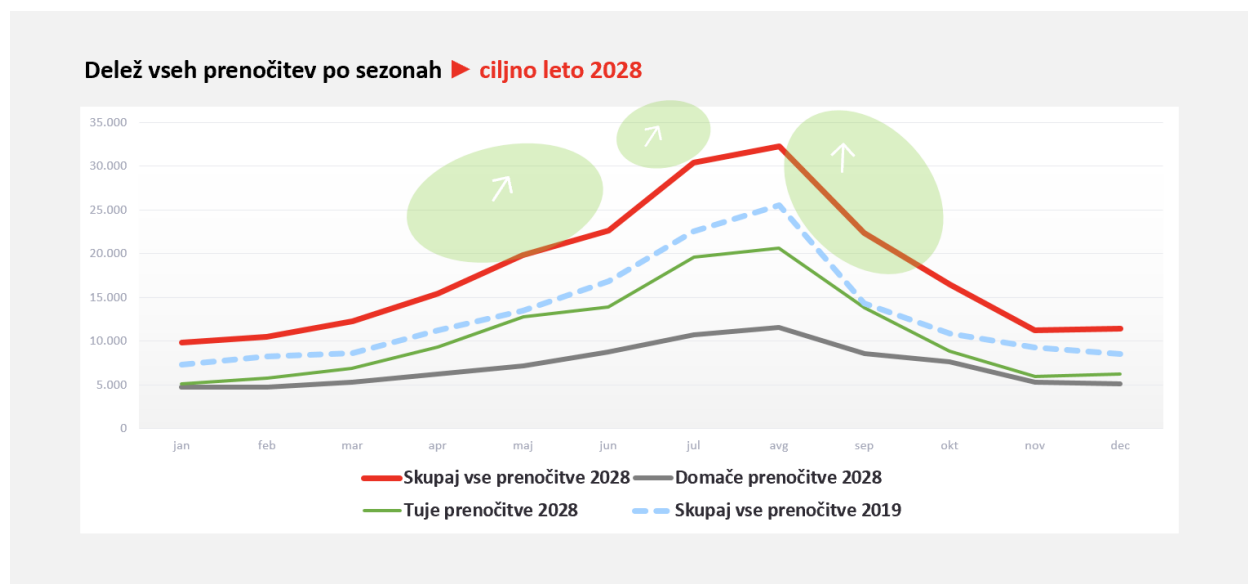
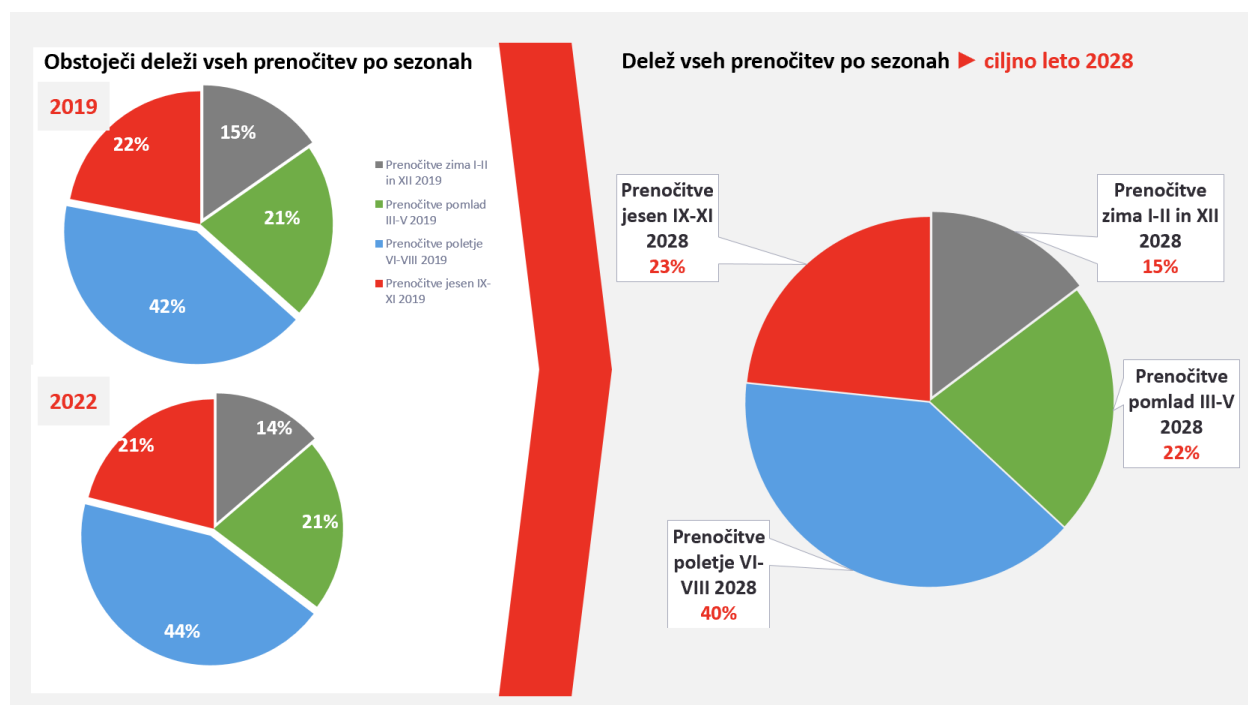
Pri trženju vodimo aktivno politiko krepitve mesecev izven poletja – ciljni premiki so prikazani v spodnjih slikah:

Sprememba deležev prenočitev posezonah je naslednja:

- ▶ Poletje (v letu 2022 = 44 %) ▶ 40 % leta 2028
- ▶ Pomlad (v letu 2022 = 21 %) ▶ 22 % leta 2028
- ▶ Jesen (v letu 2022 = 21 %) ▶ 23 % leta 2028
- ▶ Zima (v letu 2022 = 14 %) ▶ 15% leta 2028

Temeljni predpogoji za premike so:

- ▶ Nagovarjanje zahtevnejših segmentov, ki izkazujejo nadpovprečno pripravljenost za potovanje izven poletnih mesecev;
- ▶ Razvoj ponudbe, ki motivira k obisku izven poletja – kar je ključen sklop ukrepov v okviru POLITIKE 1 RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJ IN INFRASTRUKTURE, POLITIKE 3 LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI), kot tudi POLITIKE 5 TRŽENJE IN OBLIKOVANJE PRODAJNIH PRODUKTOV.



AKCIJSKI NAČRT (UKREPI)

SKLOP 4

V OSREDNJEM SKLOPU 4 OPREDELJUJEMO STRATEGIJO, UKREPE IN PROJEKTE PO 6 POLITIKAH

Politika 1: RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJ IN INFRASTRUKTURE

Politika 2: AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO

Politika 3: LOKALNA ODLIČNOST & PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI

Politika 4: ZELENO & DIGITALNO

Politika 5: TRŽENJE in RAZVOJ PRODAJNIH PRODUKTOV

Politika 6: UČINKOVITO UPRAVLJANJE in POVEZOVANJE DESTINACIJE

SKLOP 4: KAJ KONKRETNO MORAMO NAREDITI

7. POLITIKE Z UKREPI IN PROJEKTI

V tem sklopu je vsako fokusno področje delovanja oziroma POLITIKA podrobneje predstavljena.

Za vsako politiko v podpoglavjih opredelimo:

1. Specifične izzive, ki jih naslavljamo;
2. Strategijo – strateške smernice delovanja;
3. Predstavimo pričakovane premike oziroma rezultate;
4. In – osrednji del – predstavimo ukrepe: vsak ukrep je na krakto opisan, opredeljene so aktivnosti, odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator), nosilci ukrepov in podana je časovnica).

POZOR: finančna ocena in viri financiranja so predstavljeni v Prilogi 2 – AKCIJSKI NAČRT (Excel format dokumenta).

PREDSTAVITEV POLITIK IN UKREPOV

6 RAZVOJNIH CILJEV = 6 POLITIK/PODROČIJ UKREPANJA → 57 ukrepov



Za njihovo realizacijo je podan indikativni predlog prednostnih in drugih projektov in nalog, kot so prepoznani v času nastajanja te strategije (in akcijskega načrta). Zaradi izredno spremenljivega okolja se bodo projekti in naloge v izvedbeni fazi smiselno prilagajali in nadgrajevali, lahko pa se bodo pojavljali novi, ki bolje naslavljajo postavljene cilje – a strateški ovir politike ostaja trden, saj je zastavljen bolj dolgoročno.

7.1 Politika 1: RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJE IN INFRASTRUKTURA (9 ukrepov)



PREGLED UKREPOV (RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJ IN INFRASTRUKTURE)



KLJUČNI IZZIVI (RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJ IN INFRASTRUKTURE)

1. Ptuj je v širši domači in tudi mednarodni javnosti v veliki, a še vedno omejeni, meri prepoznan kot zgodovinsko in najstarejše mesto v Sloveniji, mesto Kurenta in Kurentovanja, festivalov in kulturnih tradicij, mesto številnih danosti, odličnih za razvoj turizma. Hkrati pa v svoji turistični in kulturni ponudbi destinacija Ptuj ne zagotavlja zadostnega obsega in kakovosti infrastrukture in atrakcij, ki bi valorizirale te danosti v ekonomski in družbeni vrednosti destinacije za domače podjetnike in prebivalce.
2. Prepoznavnost in dodana vrednost, ki jo generira ptujski turizem, je na veliko nižji ravni od kakovosti in pomena zgodovinskih, kulturnih in naravnih danosti destinacije. Ptuj zaradi tega tudi zaostaja v razvojni dinamiki turistične dejavnosti.

3. Pomen posameznih, za turizem sicer odličnih, danosti ni predstavljen in valoriziran v ustreznih sodobnih in kakovostnih oblikah in kapacitetah turistične in kulturne ponudbe, zaradi česar tudi podjetniki ne morejo slediti z vlaganji v zasebno turistično ponudbo, posledično se generira tudi manj in nižje plačanih delovnih mest, zaradi česar se mesto spopada tudi z negativnimi demografskimi gibanji in slabšim razvojnim statusom.
4. Osnovne turistične privlačnosti destinacije Ptuj so v zelo majhni meri valorizirane v turizmu. Prihodki in dodana vrednost, ki se generirajo iz naslova turističnih privlačnosti Ptuja, so na prenizki ravni, po drugi strani pa so stroški za vzdrževanje in varovanje kulturne dediščine in naravnega okolja izredno visoki.
5. Zgodovinsko mestno jedro Ptuja je, kljub edinstvenosti, lepoti in številnim zgodovinskim posebnostim, razen v poletnih mesecih, v veliki meri prazno, brez prebivalcev in podjetniške ponudbe in služi le še kot čudovita kulisa za občasne prireditve in festivale.
6. Kompleks Ptujskega gradu je valoriziran v kulturni in turistični funkciji zgolj v osrednjem Palaciju in delu JV trakta gradu, ves ostali del pa je brez pravih programov in dejavnosti, ki bi ustvarjale dodano vrednost.
7. Največja arheološka zbirka v Sloveniji, ki jo hrani PMPO, je že več kot deset let nedostopna za ogled in celo ogrožena z »začasnim« deponiranjem v vlažnih kletih. Mesto ne razpolaga z razstaviščem, v katerem bi lahko na sodoben način predstavilo antično dediščino mesta, prav na kateri je bil že pred 130 leti ustanovljen »ptujski mestni muzej« in se tudi znanstveno mednarodno pozicioniralo na tem področju.
8. Kljub najdaljši tradiciji in zgodovini Ptuja in okolice na področju vinske kulture na Slovenskem in tudi velikem pomenu le-te v evropskem prostoru, mesto ne razpolaga z dovolj privlačno, dostopno in udarno ponudbo vinske kulture v najširšem smislu. Druga mesta in okolja v Sloveniji, ki imajo veliko manj dolgo tradicijo in pomen ter tudi kakovost rastišč v svojem okolju, z iniciativami na tem področju prehitevajo Ptuj.
9. Kakovost ponujenega doživetja destinacije Ptuj za turiste in izletnike ni na ravni, ki bi zagotavljala ustrezno cenovno pozicioniranje, ustrezen obseg obiska v vseh sezonah in posledično dodano vrednost za turistične ponudnike v javnem in zasebnem sektorju Ptuja.
10. V razvoj in valorizacijo turističnih (kulturnih, zgodovinskih, naravnih) privlačnosti v preteklosti ni bilo resnih in fokusiranih vlaganj, ki bi destinaciji Ptuj lahko zagotovile konkurenčnost, širšo prepoznavnost in višjo dodano vrednost. Mesto Ptuj tudi ni v zadostni meri infrastrukturno in v obliki turističnih produktov povezano z naravnih podeželskim okoljem.
11. Brez večjih naložb v kakovost, privlačnost, dostopnost in tudi zmerno povečanje obsega ponudbe Ptuj in njegovi deležniki ne bodo mogli ustvariti rezultatov in dodane vrednosti na vse bolj zahtevnem in konkurenčnem turističnem trgu (dodane vrednosti se ne da ustvariti brez naložb, znanja o upravljanju in vloženega dela in vztrajnosti).
12. Pomanjkanje ključnih, prioritarnih, kvalitetno zastavljenih in vodenih (upravljanih) strateških projektov je najpomembnejši izziv za dvig konkurenčnosti turistične ponudbe destinacije in dvig kakovosti življenja domačega prebivalstva.

STRATEGIJA (RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJ IN INFRASTRUKTURE)

► Ptuj se odločno usmerja in fokusira v pripravo, profesionalno upravljanje in izvedbo naložb v infrastrukturne projekte, s katerimi bo valoriziral ključne atrakcije in danosti destinacije s ciljem dviga dodane vrednosti v turizmu in bistvenega povečanja kakovosti življenja domačega prebivalstva.

1. Fokus na infrastrukturnem razvoju in ekonomski ter družbeni valorizaciji ključnih atrakcij in vrednot destinacije, ki postanejo generator dodane vrednosti za razvoj turizma, podjetniških aktivnosti in višje kakovosti bivanja domačega prebivalstva.
2. Oblikovanje in izvajanje uspešnih programov in projektov na trajnostnih principih in sinergijah med usklajenimi in uravnoveženimi javnimi in zasebnimi viri financiranja razvoja.

3. V fokus naložbenega ciklusa postavljamo osrednjo atrakcijo Ptuja, ki je njegovo zgodovinsko mestno jedro s Ptujskim gradom, grajskim kompleksom in številnimi privlačnimi zgodbami tisočletij.
4. Zgodovinsko mestno jedro Ptuja na trajnostni način, z valorizacijo zgodovinskega obstoječega stavbnega fonda, oblikujemo kot najprivlačnejše butično mesto za kakovostno bivanje, podjetniško dejavnost, številne javne in zasebne storitve, trgovino, živahno kulturno umetniško dogajanje in turistično dejavnost, ki na kakovostni ravni sobiva z interesi domačega prebivalstva.
5. Za vodenje in razvoj projekta »Zgodovinsko mestno jedro« angažiramo in vlagamo obstoječe nepremično premoženje v lasti MO Ptuj v zgodovinskem mestnem jedru in ga po optimalnih in konkurenčnih poslovnih modelih razvijamo skupaj s kapitalom zasebnih partnerjev, vlagateljev in specialistov. Zaradi pomena kompleksnega projekta Zgodovinsko mesto Ptuj, se skupaj angažiramo za njegovo spremljanje in usmerjanje in oblikujemo profesionalne ekipe za njegovo upravljanje.
6. V partnerstvu z državo urejamo celoten grajski kompleks in mu dajemo nove funkcije in vrednost. V zgodovinskih prostorih grajske žitnice ob podpori države urejamo sodobno arheološko razstavišče, državnega in mednarodnega pomena in prostore za znanstveno raziskovalno delo na področju arheologije, s ciljem postati središče privlačnosti, informacij in strokovnih srečanj s področja arheologije.
7. Načrtujemo in urejamo mednarodno vrhunsko atrakcijo na področju vinske kulture in kulinarike in jo povezujemo z zaledjem vinogradniške pokrajine v širšem okolju Ptuja.
8. Intenzivno načrtujemo in urejamo parkirna mesta in manjše garažne hiše na robu središča zgodovinskega mestnega jedra, ki bodo omogočile zagon življenja in dodano vrednost zgodovinskemu mestnemu jedru Ptuja.
9. Obnavljamo in dajemo nov smisel in vrednost posameznim objektom in vrhunskim privlačnostim v zgodovinskem mestnem jedru, ki jih povezujemo z močnimi zgodbami družin in posameznikov, ki so ustvarjali Ptuj skozi tisočletja, s ciljem oblikovanja kvalitetnega življenjskega prostora sodobnih potreb za domače prebivalstvo in vrhunskega doživetja za turiste in izletnike
10. Mesto Ptuj povezujemo s trajnostno infrastrukturo z zaledjem idiličnega podeželja in omogočamo domačemu prebivalstvu in turistom aktivno doživljanje stika med kulturno ponudbo in podobo mesta in umirjenim zelenim podeželjem.
11. Oblikujemo odločne aktivnosti in ekipe za pridobivanje javnih, zasebnih in namenskih (državnih, EU in mednarodnih) virov financiranja infrastrukturnih projektov

PRIČAKOVANI REZULTAT (RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJ IN INFRASTRUKTURE)

Ptuj valorizira svoje danosti in prednosti na področju zgodovinske pozicije, kulturno-zgodovinskih objektov in privlačnosti, tradicije vinske kulture, etnografske dediščine podeželja in ugodne geoprometne lege v vrhunski in sodobni ponudbi infrastrukture in storitev, ki privlačnosti in tradicije mesta nadgradijo z visoko dodano vrednostjo in kakovostjo bivanja.

Ptuj postane prepoznan kot najbolj propulzivno zgodovinsko mesto in turistična destinacija, obdana z idiličnim podeželjem, kjer se avtentična doživetja turistov in izletnikov prepletajo z visoko kakovostjo življenja domačega prebivalstva in živahnega in mednarodno odprtega podjetniškega okolja.

Zgodovinsko mestno jedro Ptuja je urejeno in postane vrhunska bivanjska in turistična atrakcija, središče z javnimi funkcijami in servisnimi storitvenimi dejavnostmi za širše okolje in goste mesta, vrhunsko središče za stik s tradicijo in zgodovino s sodobnimi muzejskimi storitvami, visoko kvalitetno in doživljajsko kulturno-zgodovinsko, kulinarično, enološko in umetniško turistično središče s kakovostno specifično butično turistično ponudbo nastanitvev, raznoliko kulinarično ponudbo in vinsko kulturo, središče za doživljanje umetnosti, kulture in naravnega okolja in manjšimi centri dobrega počutja in zdravja, središče lepe kulture in ustvarjalnosti s številnimi festivali in dogodki, ki dopolnjujejo stalno ponudbo mesta, živahno podjetniško okolje in priljubljena destinacija za srečanja s številnimi podjetniškimi pobudami in specifično trgovsko in obrtno dejavnostjo in ne nazadnje visoko kvalitetno udobno bivalno in rezidencialno okolje v zgodovinskem in kulturnem ambientu za domačine in mednarodne prebivalce, ki bodo prispevali k razvoju, ustvarjalnosti in podobi zgodovinskega mesta Ptuj.

Z izgradnjo in navezavo infrastrukture kolesarskih poti na povezovalne in daljinske kolesarske steze in drugih trajnostnih mobilnostnih in promentih rešitev je mesto Ptuj povezano z idiličnim naravnim podeželskim zaledjem in širšo regijo, ki ponuja aktivnosti in razširitev doživetja za goste in kakovostne aktivnosti za domačine, kar še dodatno prispeva k podaljšanju dobe bivanja turistov in povečanju dodane vrednosti.

PREDSTAVITEV UKREPOV Z INDIKATIVNIMI PROJEKTI (RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJE IN INFRASTRUKTURA)

V Prilogi 2 AKCIJSKI NAČRT (Excel preglednica) so za vsak projekt/sklop aktivnosti opredeljeni nosilci, podana je prioriteta izvajanja, okvirna ocena stroška izvedbe ter indikativni viri financiranja.

U1.1	<p>ARHEOLOŠKO RAZSTAVIŠČE S CELOVITO UREDITVIJO OBJEKTOV NA GRAJSKEM GRIČU: Sodobno multimedijско razstavišče s privlačnim, celostnim in edukativnim prikazom toka starejše zgodovine naselja in mesta Ptuj v kontekstu evropskih in svetovnih dogajanj v teh časih in originalnih eksponatov iz teh obdobj. Mednarodno izobraževalno in strokovno raziskovalno središče in izhodiščna točka za odkrivanje in raziskovanje lokacij in prikazov arheološke dediščine na terenu (in situ).</p> <p>Ukrep/projekt obsega tudi celovito ureditev objektov na grajskem griču (Bivša konjušnica JV trakt, zahodni stolp, sodni stolp in vhodne (info) objekte na Raičevi ulici), kot del celovite rešitve muzejsko raziskovalne dejavnosti na grajskem griču.</p> <p>Aktivnosti za izvedbo projekta:</p> <ol style="list-style-type: none"> i. Usklajevanje z MK (lokacija, financiranje, program) s strani PMPO, MO Ptuj, podpora tudi ZTP in drugi deležniki ii. Izdelava programa upravljanja in programsko-projektne naloge iii. Priprava idejne zasnove projekta (grajska žitnica in drugi objekti na grajskem griču) iv. Izdelava projektne in kulturno varstvene dokumentacije v. Pridobivanje gradbenih dovoljenj vi. izgradnja projekta, izbor in usposabljanje osebja vii. Zagon upravljanja in trženja projekta/dejavnosti viii. Intenzivno tržno komuniciranje projekta s strani PMPO in ZTP ter vključevanje v turistične produkte in pakete s strani ZTP <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): PMPO</p> <p>Nosilci ukrepov: PMPO ↔ MO Ptuj ↔ Ministrstvo za kulturo RS</p> <p>Časovnica: 2023–2026</p>
-------------	--

U1.2	<p>MESTNI/CERKVENI STOLP z edinstvenim urnim mehanizmom, razstavo o zgodovini stolpa in razgledno točko (tudi v navezavi na ukrep 1.6).</p> <p>Aktivnosti za izvedbo projekta:</p> <ol style="list-style-type: none"> i. Usklajevanje MO Ptuj ↔ ŽPSJ ↔ ZTP (program, financiranje, pravno-poslovna razmerja pri financiranju in upravljanju) ii. Določitev programa upravljanja in projektne naloge ureditve iii. Načrtovanje in pridobivanje dovoljenj za poseg/rekonstrukcijo iv. Izvedba projekta rekonstrukcije in usposabljanje osebja za vodenje v. Zagon upravljanja in trženja projekta/dejavnosti (Partnerstvo ŽPSJ ↔ ZTP) <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj / ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ Župnija Ptuj Sv. Jurij (ŽPSJ)</p> <p>Časovnica: 2023–2024</p>
-------------	---

<p>U1.3</p>	<p>GRAJSKI GRIČ: Program in izvedba urejanja grajskega griča in objektov na grajskem griču ter priprava modela in postopkov za oddajo JV grajskega stolpa oziroma trakta za ureditev kakovostne kulinarične/gostinske ponudbe (tudi v navezavi na ukrep 1.6.)</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Določitev projektne naloge in zasnove celostne ureditve ter programa urejanja in vzdrževanja kompleksa grajskega griča v skladu s kulturno varstvenimi smernicami s strani PMPO po predhodni uskladitvi smernic in rešitev z MO Ptuj, ZTP, Odborom iz ukrepa 6.6. in Ministrstvom za kulturo RS ii. Vzporedno; oblikovanje poslovno-pravnega in varstvenega modela za pridobitev izvajalca za upravljanje gostinske dejavnosti v JV stolpu (traktu) ptujskega gradu iii. Redno financiranje, vzdrževanje in urejanje grajskega griča in dostopov na ptujski grad (izvajalec: JSP, službe PMPO ali izbrani zasebni izvajalec) v skladu s sprejetim programom in izvajanje nadzora na rezultati iv. Vzporedno; v skladu s potrjenim poslovno pravnim in varstvenim modelom, izvedba razpisa za pridobitev izvajalca gostinske dejavnosti v JV stolpu (traktu) Ptujkega gradu <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): PMPO</p> <p>Nosilci ukrepov: PMPO ↔ MO Ptuj ↔ JSP ↔ ZTP</p> <p>Časovnica: 2023–2025</p>
<p>U1.4</p>	<p>MUZEJ VINSKE KULTURE: Muzej vinske kulture Ptuja, Slovenske Štajerske, Slovenije in dežel nekdanje Avstro Ogrske, kot/in središče parka vinske kulture v vinorodni okolici (tudi v navezavi na ukrep 1.6.).</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Analiza možnosti in sprejem odločitve o pravno-poslovnem modelu možnosti realizacije projekta (Javno, JPP, Zasebno) ii. Dogovor o lokaciji Muzeja Vinske Kulture (Kompleks Ptujke kleti na Vinarskem trgu ali Fürstova hiša ali Ptujki Grad ali podobno) iii. Določitev projektne naloge ureditve sodobnega muzeja z navezavo na mednarodno okolje in partnerje, poslovnega načrta s finančnim načrtom in programa upravljanja iv. Izdelava projektne dokumentacije za načrtovano lokacijo in pridobivanje dovoljenj za poseg/rekonstrukcijo v. Kandidatura projekta na namenske vire financiranja in partnerstva v slovenskem in mednarodnem okolju vi. Zaključek finančne konstrukcije s partnerskimi in namenskimi EU in državnimi viri financiranja vii. Izgradnja/ureditev projekta viii. Vzporedno z ureditvijo/izgradnjo; izbor in usposabljanje osebja za vodenje in operativno delo v projektu ix. Zagon upravljanja in trženja projekta/dejavnosti (Partnerstvo: Izbrani izvajalec ↔ MO Ptuj ↔ ZTP ↔ PMPO ↔ Vinarji, mednarodno <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj</p> <p>Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ PMPO ↔ ZTP ↔ ZGAP ↔ Združenje vinarjev in vinogradnikov</p> <p>Časovnica: 2024–2027</p>
<p>U1.5</p>	<p>CELOSTEN PROJEKT MESTO MUZEJ: »Zgodbe Ptujskih hiš« in projekt »Ptuj (kot celotno zgodovinsko mestno jedro) – mesto muzej in mesto zgodb vseh časov« in vsebinski (interierski) del ureditve Ptujke mestne zgodovinske zbirke (Mestni Muzej Ptuj) v Dominikanskem samostanu ; v navezavi na ukrepe 1.6., 6.2. in 6.10.</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Določitev predloga vsebinske zasnove, tehnično izvedbene projektne naloge ter načrta upravljanja in vzdrževanja disperzirane mestne muzejske postavitve projekta »Zgodbe ptujskih hiš« s strani PMPO in ZGAP

<ul style="list-style-type: none"> ii. Določitev predloga vsebinske zasnove, tehnično izvedbene projektne naloge ter načrta upravljanja in vzdrževanja projekta Mestni Muzej Ptuj – Mestna zgodovinska zbirka s strani PMPO in ZGAP iii. Uskladitev zasnove obeh podprojektov z MO Ptuj, ZTP in Odborom iz ukrepa 6.6 iv. Lociranje virov namenskih sredstev za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in aplikacija na vire v. Izvedba podprojektov s strani PMPO v sodelovanju z ZGAP in izbranimi izvajalci vi. Intenzivno tržno komuniciranje ob otvoritvi in v obdobju uporabe projekta s strani ZTP in PMPO vii. Vzdrževanje in upravljanje vsebin projekta s strani PMPO v sodelovanju z ZGAP in vključevanje projekta s strani ZTP v doživetja mesta za turiste, obiskovalce in domačine
Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): PMPO
Nosilci ukrepov: PMPO ↔ MO Ptuj ↔ ZGAP ↔ ZTP
Časovnica: 2023–2025

U1.6	CELOSTEN PROJEKT ZGODOVINSKO MESTO PTUJ: Celosten projekt & program »Zgodovinsko mesto Ptuj« (glej podrobnejši načrt na koncu poglavja); navezava na Ukrepe 6.13
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i> <ul style="list-style-type: none"> i. Izdelava registra in kataloga nepremičnin v lasti MO Ptuj in lastniške strukture drugih nepremičnin v zgodovinskem jedru mesta Ptuj ii. Izdelava Glavnega načrta ("Master plan"-a) razvoja zgodovinskega mestnega jedra Ptuja iii. Izdelava Razvojnega naložbenega programa in modela upravljanja projekta "Zgodovinsko mesto Ptuj" iv. Pridobivanje namenskih virov financiranja in izbora finančnih in/ali strateških zasebnih investitorjev (Opcija: Izvedba mednarodnega razpisa za ciljno vodeno prodajo posameznih nepremičnin) v. Ustanovitev nepremičninskega sklada/družbe "Zgodovinsko mesto Ptuj (Opcija: Podpis pogodb o razvojno pogojeni ugodni prodaji posameznih nepremičnin zasebnim investitorjem) vi. Fazna izvedba projekta in razvojni preobrat v oživitvi in aktivno upravljanje projekta »Zgodovinsko mesto Ptuj« vii. Glej podroben opis posameznih korakov za Ukrepe 1.6.); navezava na model upravljanja v Ukrepu 6.13
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): Finančni investitorji (Kordinira MO Ptuj)
	Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ JSP ↔ PMPO ↔ ZTP ↔ Pristojna Ministrstva ↔ Finančni investitorji
	Časovnica: 2023–2028

U1.7	PARKIRNA MESTA IN MIRUJOČ PROMET: Parkirna mesta in mirujoči promet v mestu (v navezavi na Ukrepe 1.6.)
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i> <ul style="list-style-type: none"> i. Analiza in predlog lokacij in kapacitiranja mirujočega prometa v zgodovinskem jedru Ptuja v različnih oblikah in nivojih, glede na načrtovani razvojni model mesta (Ukrepe 1.6) in prihodnji prometni režim, s strani JSP ii. Uskladitev zasnove projekta z MO Ptuj, ZTP in Odborom iz ukrepa 6.6 iii. Lociranje virov namenskih sredstev za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in aplikacija na vire s strani MO Ptuj in JSP iv. Fazna izvedba projekta s strani JSP v sodelovanju z MO Ptuj in zapiranjem finančnih konstrukcij v. Upravljanje in vzdrževanje parkirnih mest s strani JSP ob nadzoru MO Ptuj
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): JSP
	Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ JSP (vključiti v okvir projekta Zgodovinsko mesto Ptuj)

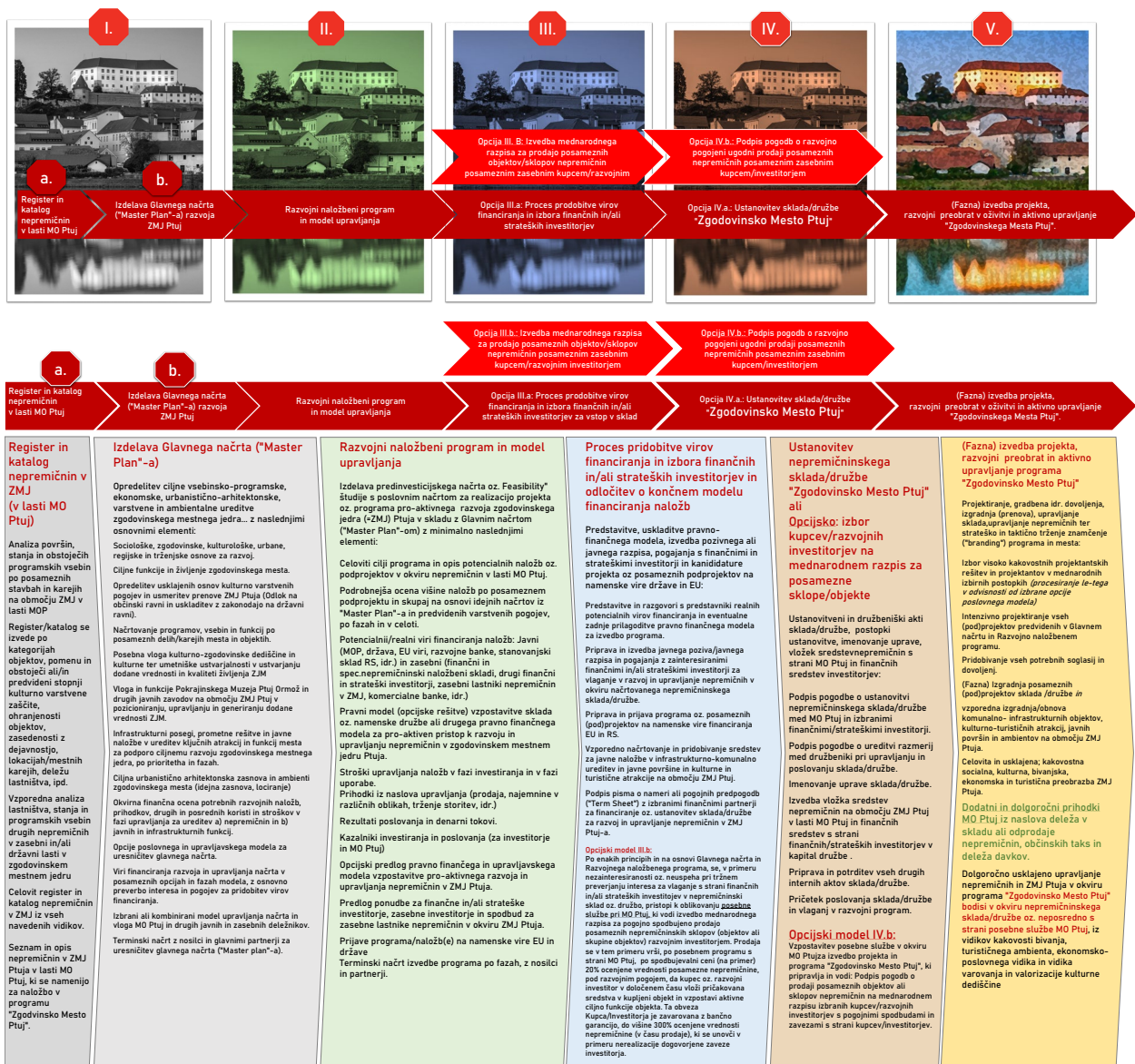
	Časovnica: 2023–2028
U1.8	<p>STARA STEKLARSKA – PROSTOR KULTURNE USTVARJALNOSTI: Stara Steklarska - Prostor kulturne ustvarjalnosti s programi interakcij med domačimi ustvarjalci in turisti (Upravljanje z dejavnostmi, ki generirajo stik med kulturno ustvarjalnostjo domačinov, obiskovalci in turisti)</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava predloga (dela) programa upravljanja objekta Stare steklarske z dejavnostmi, ki omogočajo interakcijo med ustvarjalnostjo domačih javnosti in mladih z obiskovalci in turisti s strani zadolženega upravljavca (ki ga določi MO Ptuj) ii. Uskladitev predloga programa z ZTP in člani odbora iz Ukrepa 6.6 iii. Lociranje in pridobivanje virov namenskih sredstev za sofinanciranje potrjenega programa (Ministrstva RS, EU viri) in aplikacija na vire s strani MO Ptuj ali upravljavca Stare steklarske iv. Redno letno izvajanje programa v sodelovanju z ZTP in MO Ptuj in vključevanje programa v informiranje turistov, obiskovalcev in domačih javnosti s ciljem interakcij med temi deležniki <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj</p> <p>Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ CID ↔ MGP ↔ ZTP</p> <p>Časovnica: 2023–2028</p>
U1.9	<p>KOLESARSKÉ POTI: Razvoj kolesarskih poti v mestu in neposrednem zaledju in navezava na kolesarske poti do krajev v okolici in daljinske kolesarske poti</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Analiza in priprava predloga tras za vzpostavitev dodatnih označenih kolesarskih poti v različnih nivojih urejenosti za povezavo središča mesta z bližnjo naravno okolico in tudi navezavo na medkrajevne in daljinske kolesarske poti s strani MO Ptuj v sodelovanju z ZTP in JSP ii. Lociranje virov namenskih sredstev za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in aplikacija na vire s strani MO Ptuj iii. Pospešena fazna izvedba projekta s strani MO Ptuj in v skladu z dinamiko zapiranja finančnih konstrukcij iv. Upravljanje in vzdrževanje kolesarskih poti s strani JSP ob nadzoru MO Ptuj in usklajevanju z ZTP <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj</p> <p>Nosilci ukrepov: MO Ptuj</p> <p>Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)</p>

Na naslednji strani je podrobneje predstavljen osrednji strateški projekt, to je 1.6: CELOSTEN PROJEKT ZGODOVINSKO MESTO PTUJ





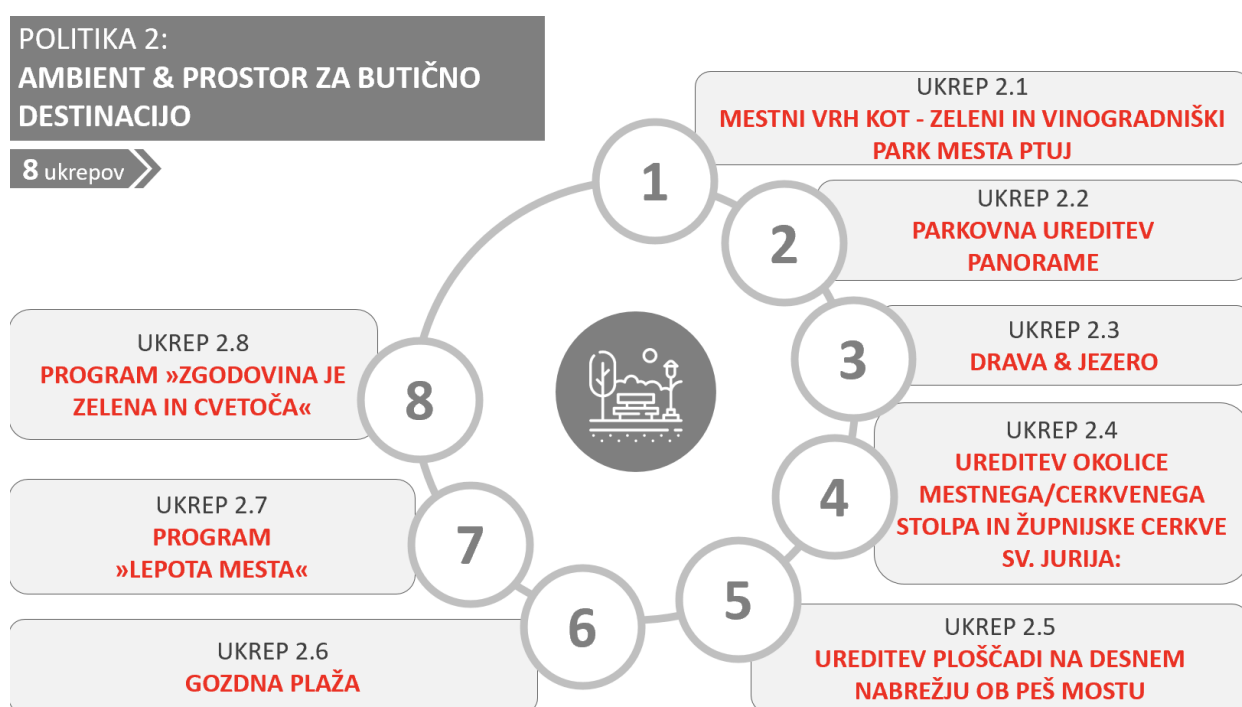
Zgodovinsko Mesto Ptuj/Historic City of Ptuj



7.2 Politika 2: AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO (8 ukrepov)



PREGLED UKREPOV (AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO)



KLJUČNI IZZIVI (AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO)

1. Prenizka kakovost, urejenost ambiena in dostopnost ključnih turističnih privlačnosti destinacije
2. Nizka dodana vrednost (in kakovost) ponudbe na Ptuj, še posebej v izletniškem segmentu turizma
3. Mesto Ptuj, v svoji turistični ponudbi in tudi v razpoložljivosti za domače prebivalstvo, ne ponuja dovolj možnosti za aktivnosti v naravi, kljub temu, da je Ptuj mesto v objemu narave in idiličnega podeželja na svojem pragu in da je bil v svoji uspešni zgodovini vedno živlensko povezan s podeželskim in naravnim zaledjem.
4. Središče mesta ima urejenih premalo trajnostnih povezav in razvite ponudbe, za sprehajalce in kolesarje ali tudi avtomobilske izletnike, že z najbližjim zaledjem Mestnega vrha, ki je del MO Ptuj in predstavlja zeleni in vinogradniški park na pragu Ptuja

5. Mesto ne načrtuje celovito in ne izvaja dovolj odločno urejanja parkovnih površin in zelenih elementov in oaz mesta s čemer izgublja na prijetnosti ambienta in kakovosti bivanja
6. Standardi urejanja, čiščenja in varovanja podobe mesta (komunalna oprema, idr.) niso na zadostni ravni za visoke cilje in dodano vrednost, ki jo destinacija Ptuj želi doseči
7. Javni in zasebni lastniki hiš v zgodovinskem mestnem jedru (pri čemer res tudi ni veliko aktivnih prebivalcev, zaradi stanja v zgodovinskem središču mesta) ne skrbijo in ne urejajo dovolj kakovostno pročelij hiš z ocvetličanjem, urejanjem fasad, čiščenjem pred hišami, hodniki, ipd.
8. Kljub vrhunski privlačnosti območja griča Panorama ob Ptujskem gradu, zaradi njegove pozicije in pogledov, ki se ponujajo nanj in z njega proti Gradu in okolici mesta in odkritih bogatih arheoloških najdb ter zastavljenih ciljev, da se na Panorami uredi arheološki park, še vedno ni zastavljenih jasnih in odločnih programskih vsebin, projekta in aktivnosti, ki bi ta vrhunski ambient ki združuje bogato kulturno-zgodovinsko temo, naravo in razgledno točko na robu samega zgodovinskega mestnega jedra, uresničili v doglednem času.
9. Reka Drava in Ptujsko jezero (kot največja vodna površina v kontinentalnem delu Slovenije), ki sta sestavni del značilne vedute in ambienta mesta Ptuj še vedno nista dovolj povezana z mestom in dovolj aktivno vključena v življenje in turistično ponudbo mesta.
10. Območje od zgodovinskem mestnem jedru Ptuja, na levem bregu reke Drave ob mestnem parku do Pristanišča Ranca na Ptujskem jezeru, ki je pomembno parkovno območje in sprehajališče je degradirano po kakovosti, urejenosti in vzdrževanju
11. Desni breg reke Drave, nasproti znamenite in značilne srednjeveške vedute mesta Ptuj, do starega mostu čez Dravo, z najlepšim pogledom na mesto, je popolnoma neovrednoten v turizmu in glede na pomen te lokacije tudi neustrezno urejen

STRATEGIJA (AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO)

► Izboljšujemo urejenost in podobo zgodovinskega jedra mesta Ptuj, turistične, skupne in javne infrastrukture ter valoriziramo in uveljavljamo kulturne in zgodovinske atrakcije mesta v povezavi z naravno okolico, kot vrhunskega turističnega doživetja in bivanjske izkušnje za prebivalce in obiskovalce Ptuja, po visokih standardih designa in trajnosti.

1. Postavljamo visoke standarde urejenosti ambienta, lepote in okolja mesta Ptuj in še posebej zgodovinskega mestnega jedra, ki ga apliciramo v dolgoročnem programu urejanja mesta.
2. Mestno središče povezujemo z zelenim in podeželskim zaledjem in širšo okolico.
3. Mestni vrh opredeljujemo kot zeleni in vinogradniški park mesta ter vrhunski ambient in rekreacijsko cono za prebivalce mesta in turiste v katerem tudi spodbujamo podjetnike in domačine, da vzpostavijo ponudbo storitev, ki bo dopolnjevala in generirala dodano vrednost k ambientu in rekreacijski ponudbi Mestnega vrha.
4. Območje Panorame načrtujemo in pospešeno urejamo kot arheološko in parkovno območje za potrebe predstavljanja bogate arheološke dediščine, strokovno raziskovalno delo na področju arheologije in parkovni ambient za sprehode rekreacijo namenjeno domačemu prebivalstvu, turistom in strokovnim javnostim.
5. Zgodovinsko mestno jedro, turistično ponudbo in rekreacijske interese domačega prebivalstva aktivno povezujemo z reko Dravo in Ptujskim jezerom.
6. Parkovno in sprehajalno območje ob levem bregu reke Drave med zgodovinskim mestnim jedrom in pristaniščem Ranca na Ptujskem jezeru opredeljujemo in urejamo kot visoko kakovostno urejeno parkovno sprehajališče ob reki, ki povezuje mesto z reko in ptujskim jezerom in predstavlja eno od pomembnih ambientalnih privlačnosti destinacije.
7. Urejamo in valoriziramo najlepše poglede na veduto mesta Ptuj s parkovno ureditvijo in komunalno opremo na nabrežju ob desnem bregu reke Drave.
8. Vzpostavljamo dolgoročni program spodbujanja in urejanja zelenih, parkovnih in cvetočih ambientov mesta.

PRIČAKOVANI REZULTAT (AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO)

Mesto Ptuj vzpostavi in izvaja visoke standarde lepote, urejanja in vzdrževanja privlačnih ambientov mesta in življenjskega okolja. Središče mesta je trajnostno povezano z naravnim zaledjem in okolico mesta. Mesto spodbuja tudi prebivalce in podjetnike, da s svojimi aktivnostmi prispevajo k lepoti mesta in prijetnemu bivanjskemu okolju, ki tvori dodatno privlačnost in povečuje konkurenčnost Ptuja kot turistične destinacije.

Ptuj pridobi raznolike manjše in večje parkovne površine oz. zelene ambiente v središču zgodovinskega mestnega jedra in vrhunsko sprehajalno parkovno ureditev od zgodovinskega mestnega jedra ob levem bregu reke Drave do Ptujskega jezera. Mesto in njegova turistična ponudba je aktivno povezana z reko in Ptujskim jezerom. Območje ob desnem bregu reke Drave nasproti mestnega jedra je parkovno in komunalno urejeno, da omogoča prijetno občudovanje najlepšega pogleda na znamenito srednjeveško mestno veduto. Središče mesta se aktivno, s kolesarskimi in sprehajalnimi potmi poveže z Mestnim vrhom, kjer se tudi razvije ponudba turističnih storitev in enogastronske ponudbe za domače prebivalstvo, turiste in izletnike.

Grič Panorama je urejen kot arheološki park s primerno parkovno zazelenitvijo in sprehajalnimi potmi, ob katerih so razstavljeni replike arheoloških eksponatov in prikazane »in situ« najdbe iz območja Panorame, kjer po fazah potekajo tudi arheološka raziskovalna dela, vse s ciljem dokončne ureditve »in situ« prikaza arheoloških najdb in stalno parkovno ureditvijo, razgledno točko na okolico ter butično ponudbo gostinskih in kulinarčnih storitev za obiskovalce. Arheološka raziskovalna dela in predstavitve najdb so del dejavnosti PMPO in širšega doživetja arheološkega razstavišča urejenega v grajski žitnici v bližnjem grajskem kompleksu.

PREDSTAVITEV UKREPOV IN INDIKATIVNIH PROJEKTOV (AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO)

V Prilogi 2 AKCIJSKI NAČRT (Excel preglednica) so za vsak projekt/sklop aktivnosti opredeljeni nosilci, podana je prioriteta izvajanja, okvirna ocena stroška izvedbe ter indikativni viri financiranja.

U2.1	<p>MESTNI VRH KOT ZELEN IN VINOGRADNIŠKI PARK MESTA PTUJ: Mestni vrh – zeleni in vinogradniški park mesta Ptuj - pohodniške, tematske in kolesarske poti in butična kulinarčno-enološka gostinska ponudba (tudi navezava na Ukrep 1.9.)</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> i. Priprava predloga tras in točk privlačnosti in kulinarčno-enološke turistične ponudbe za vzpostavitev dodatnih označenih pohodniških in kolesarskih (krožnih) tematskih poti med središčem mesta in območjem Mestnega vrha za dnevne sprehode in izlete domačinov in turistov s strani ZTP v sodelovanju s turističnimi ponudniki, JSP in MO Ptuj ii. Pospešitev zasebnih ponudnikov za vzpostavitev butične kulinarčno-enološke ponudbe na območju Mestnega vrha (vsaj 2 do 3 ponudniki do konca strateškega obdobja) iii. Lociranje virov namenskih sredstev za sofinanciranje infrastrukturnega dela projekta in po možnosti tudi zasebnih ponudnikov (Ministrstva RS, EU viri) in aplikacija na vire s strani MO Ptuj ob sodelovanju ZTP in JSP iv. Pospešena fazna izvedba projekta s strani MO Ptuj v sodelovanju z JSP in ZTP in v skladu z dinamiko zapiranja finančnih konstrukcij v. Upravljanje in vzdrževanje kolesarskih poti s strani JSP ob nadzoru MO Ptuj in trženjskih aktivnostih s strani ZTP" <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ MO Ptuj ↔ JSP</p> <p>Časovnica: 2023–2025 (delno že v izvajanju)</p>
-------------	--

<p>U2.2</p>	<p>PARKOVNA UREDITEV PANORAME: Panorama - arheološko edukativna – parkovna ureditev (navezava na Ukrep 1.1.)</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava programske projektne naloge in projektne zasnove za projekt Panorama kot arheološko edukativne, raziskovalne in parkovne ureditve v navezavi na ukrep 1.1., s strani PMPO v sodelovanju z MO Ptuj in ZTP ii. Usklajevanje in preučitev možnosti so-financiranja z MK in MGTŠ (program, so-financiranje, dinamika) s strani ZRS Bistra, MO Ptuj in PMPO iii. Izdelava programa razvoja in upravljanja, poslovnega načrta in programske-projektne naloge projekta Panorama v fazah s strani PMPO po pooblastilu MO Ptuj iv. Priprava idejne zasnove projekta in projektne in kulturno varstvene dokumentacije v. Pridobivanje gradbenih dovoljenj oz. dovoljenj za posege v prostor s strani MO Ptuj v sodelovanju z PMPO vi. Izgradnja oz. ureditev projekta izbor in usposabljanje osebja za vodenje po projektu (PMPO) vii. Zagon upravljanja in trženja projekta/dejavnosti s strani PMPO tudi v izobraževalne in raziskovalne namene viii. Intenzivno tržno komuniciranje projekta s strani PMPO (strokovno, raziskovalne, izobraževalne dejavnosti) in ZTP s vključevanjem v turistične produkte in pakete <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj / PMPO</p> <p>Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ ZVKD ↔ PMPO ↔ Pristojna Ministrstva ↔ JSP ↔ ZTP</p> <p>Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)</p>
<p>U2.3</p>	<p>DRAVA & JEZERO: Dostop in aktivna vključitev privlačnosti in aktivnosti na reki Dravi in jezeru: Ranca na jezeru ↔ Dravska ulica in parkovno območje ob reki Dravi med tema točkama kot »Lungo Fiume Istorico«, v turistično ponudbo destinacije, delno v navezavi na Ukrep 1.6.</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava programa upravljanja lokacije Ranca in programske projektne naloge nadgradnje ureditve območja dostopnosti Rance s celotnim območjem od Rance do Dravske ulice (do peš mostu) v mestu kot parkovno sprehajališče v dolžini 1,8 km ob reki Dravi in zgodovinskem mestu »Lungo Fiume Storico« ii. Priprava celovite programske projektne naloge in zasnove ureditve zgornjega dela Dravske ulice (bivši Koteks, ruševine) z dostopom do reke Drave in aktivnostmi na reki in javno-zasebnim programom ureditve območja s ciljem navezave na Ukrep 1.6. iii. Usklajevanje in preučitev možnosti in pogojev so-financiranja iz državnih in EU virov (program, so-financiranje, dinamika) s strani ZRS Bistra in MO Ptuj iv. Priprava idejne zasnove projekta Dravske ulice in projektne in kulturno varstvene dokumentacije v. Pridobivanje gradbenih dovoljenj oz. dovoljenj za posege v prostor s strani MO Ptuj oz. v okviru Ukrepa 1.6 vi. Zagon upravljanja, vzdrževanja (JSP) in aktivnim vključevanjem projekta v uporabo domačinov in v turistična doživetja in ambiente destinacije Ptuj s strani ZTP <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj</p> <p>Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ JSP ↔ ZVKD ↔ DEM ↔ ZTP ↔ BD Ranca ↔ Turistični ponudnik</p> <p>Časovnica: 2023–2028</p>
<p>U2.4</p>	<p>UREDITEV OKOLICE MESTNEGA/CERKVENEGA STOLPA IN ŽUPNIJSKE CERKVE SV. JURIJA: Parkovno-komunalna ureditev okolice Mestnega/Cerkvenega stolpa in Župnijske cerkve Sv. Jurija kot butični mestni zgodovinski »Park Sv. Viktorina« ali »Park Sv. Jurija« med Povodnovim muzejem, Mestnim/cerkvenim stolpom, Župnijsko cerkvijo zavetnika Ptuja Sv. Jurija in Mestnim Gledališčem (s klopmi, razsvetljava in komunalno ter drugo opremo) - v navezavi na ukrep 1.2. in 1.6</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> i. Priprava programsko projektne naloge ureditve ambienta (talne obdelave, hortikultura, razsvetljava, komunalna ambientalna oprema, vključitev zgodovinskih spomenikov in Povodnovega muzeja) in nadgradnje funkcionalnosti parkovne površine med cerkvijo Sv. Jurija, Cerkvemim/Mestnim stolpom in MGP, kot Zgodovinskega mestnega parka (lokacija neposredno ob t.i. Povodnovem muzeju arheoloških eksponatov), s strani MO Ptuj v sodelovanju z ŽPSJ, JSP, ZTP, PMPO in ZVKD ii. Lociranje virov namenskih sredstev za sofinanciranje infrastrukturnega dela projekta (Ministrstva RS, EU viri) in aplikacija na vire s strani MO Ptuj, oz. drugega nosilca, ob sodelovanju ZTP, JSP in PMPO iii. Pospešena fazna izvedba projekta s strani MO Ptuj v sodelovanju z JSP, ŽPSJ in v skladu z dinamiko zapiranja finančne konstrukcije iv. Upravljanje in vzdrževanje parka s strani JSP ob nadzoru MO Ptuj in komunikacijskih aktivnostih do domačih in turističnih javnosti s strani ZTP
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj / ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ Župnija Ptuj Sv. Jurij (ŽPSJ) ↔ JSP ↔ ZVKD ↔ PMPO
	Časovnica: 2024–2026

U2.5	UREDITEV PLOŠČADI NA DESNEM NABREŽJU OB PEŠ MOSTU: Hortikulturno urejena ploščad s klopami s pogledom na veduto Ptuja na desnem obrežju reke Drave ob peš mostu
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> i. Priprava programsko projektne naloge ureditve ambienta (talne obdelave, hortikultura, razsvetljava, komunalna ambientalna oprema s klopami, ipd.) kot razglednega parka na veduto Ptuja na zahodni in vzhodni strani obrežja reke Drave ob peš mostu, s strani JSP v sodelovanju z ZTP in MO Ptuj ii. Lociranje virov namenskih sredstev za sofinanciranje infrastrukturnega dela projekta (Ministrstva RS, EU viri) in aplikacija na vire s strani JSP, MO Ptuj, oz. drugega nosilca, ob sodelovanju ZTP iii. Pospešena izvedba projekta s strani JSP v sodelovanju z MO Ptuj in ZTP in v skladu z dinamiko zaprtja finančne konstrukcije iv. Upravljanje in vzdrževanje parka s strani JSP ob nadzoru MO Ptuj in komunikacijskih aktivnostih do domačih in turističnih javnosti s strani ZTP"
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): JSP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ JSP
	Časovnica: 2023–2024

U2.6	GOZDNA PLAŽA: Gozdna plaža ob reki Dravi v bližini Term Ptuj, kot prostor za počitek in piknike za turiste in domače prebivalstvo (vzdrževanje in upravljanje)
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> i. Priprava načrta upravljanja in vzdrževanja in programsko projektne naloge eventualne nadgradnje ureditve ambienta in funkcionalnosti ureditve območja kot prostora "Gozdne plaže" za preživljanje prostega časa (tudi piknikov) ob reki s pogledom na veduto Ptuja, s strani JSP v sodelovanju z ZTP, Terme Ptuj in MO Ptuj ii. Lociranje in dogovor o virih sredstev za (so)financiranje letnega vzdrževanja in upravljanja projekta (MO Ptuj in zasebni viri, Terme Ptuj) iii. Pospešena izvedba projekta s strani JSP v sodelovanju z ZTP, Terme Ptuj in MO Ptuj in v skladu z dinamiko dogovora o (so) financiranju upravljanja in vzdrževanja projekta iv. → Upravljanje in vzdrževanje "Gozdne plaže" s strani JSP ob nadzoru MO Ptuj in Aorista komunikacijskih aktivnostih do domačih in turističnih javnosti s strani ZTP in do gostov Term Ptuj s strani Terme Ptuj
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): JSP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ JSP ↔ Terme Ptuj ↔ Turistični ponudniki
	Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)

<p>U2.7</p>	<p>PROGRAM »LEPOTA MESTA«: Program »Lepota mesta« – dodatno spremljanje, estetsko ambientalno urejanje, poenotenje standardov izveskov in usmerjevalno označevalnih tabel (QR kode), fasade, vzdrževanje in čiščenje zgodovinskega mesta</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. "Usklajevanje MO Ptuj ↔ JSP ↔ ZTP ↔ Lastniki/upravljalci objektov (program, financiranje, pravno-poslovna razmerja pri financiranju in upravljanju) ii. Načrtovanje faz izvedbe in kritičnih lokacij urejanja, pravnih in osnov in potrebnih dovoljenj za posege ob sodelovanju s skupino za znamčenje iz Ukrepa 6.6. iii. Načrtovanje (grafično, industrijsko) manjkajočih komunalnih in zunanjih elementov, standardov izveskov in seznama in usmeritev za ureditev kritičnih fasad v mestu. iv. Novelacija odlokov / usmeritev s strani MO Ptuj vključno z modelom sofinanciranja ureditve fasad in izveskov zgradb v lasti zasebnih lastnikov v. Načrt izvedbe projekta in javno komuniciranje projekta/programa vi. Redno letno izvajanje programa s strani JSP in MO Ptuj ob koordinaciji z ZTP in nadzor leta s strani MO Ptuj <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): JSP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ JSP ↔ Lastniki/upravljalci objektov in Turistični ponudniki (v partnerstvu z ZTP)</p> <p>Časovnica: 2023–2028</p>
<p>U2.8</p>	<p>PROGRAM »ZGODOVINA JE ZELENA IN CVETOČA«: Program „Zgodovina je zelena in cvetoča – urbani parkovni in cvetoči ambienta mesta</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Dogovor potrditev oblikovanja in imenovanja posebne 5-7 članske skupine zainteresirane javnosti in domačih strokovnjakov (od katerih je en član tudi iz skupine iz Ukrepa 6.6.) za usmerjanje programa v dogovoru med MOP, JSP in ZTP. (Skupina deluje pri MO Ptuj) ii. → MO Ptuj / JSP, ob mnenju posebne skupine iz prve alineje, angažirata strokovnjaka - Arborista za strokovno operativno vodenje programa (v okviru JSP) iii. Priprava programske projektne naloge ureditve ambientov mesta (izbira lokacij, urbana hortikultura, nasadi, drevesa v mestu in okolici, parkovne ureditve, ocvetličanje fasad, ulic, vključitev arheoloških eksponatov - kopije originalov), ob usmeritvah posebne skupine iz prve alineje in angažiranega arborista ob koordinaciji z MO Ptuj, JSP, ZTP, PMPO in ZVKD iv. Lociranje virov financiranja programa (zasebni lastniki, proračun MO Ptuj) in modelu sofinanciranja posegov na kritičnih/ključnih lokacijah s strani zasebnih lastnikov v. Izvedbeno upravljanje in vzdrževanje urejanja zelene in ocvetličene podobe mesta s strani JSP ob nadzoru MO Ptuj, aktivnem sodelovanju z zasebnimi lastniki in komunikacijskih aktivnostih do domačih in turističnih javnosti s strani ZTP <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ JSP ↔ Lastniki objektov in Turistični ponudniki (v partnerstvu z ZTP)</p> <p>Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)</p>

8.3 Politika 3: LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI (9 ukrepov)



PREGLED UKREPOV (LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI)



KLJUČNI IZZIVI (LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI)

1. Premajhen obseg in prodornost podjetniške ponudbe v turizmu destinacije (avtentična doživetja, kulinarika, dodatne storitve, izstopajoče zgodbe).
2. Nizka dodana vrednost (in kakovost) turistične ponudbe na Ptuj, še posebej v izletniškem segmentu turizma. Turistični ponudniki ne dosegajo zadostnega obsega prometa in dodane vrednosti.
3. Slabo izkoriščanje povezav in potencialov širše destinacije – regije (skupni produkti, promocija, mobilnost-povezave) – za okrepitev dolžine bivanja in privlačnosti.
4. Okrevanje podjetniškega turističnega in gostinskega sektorja po krizi COVID-19 in varnostni ter energetske krizi - povrnitev trgov ter vitalnosti in odpornosti ptujskega turizma na znižanje trgov in povečanje stroškov poslovanja.

5. Gostinski sektor z nizko dodano vrednostjo in nižjimi plačami zaposlenih v primerjavi s povprečjem gostinstva v Sloveniji – posledica je odliv kadrov v druge dejavnosti in v tujino in posledično tudi skrajševanje delovnega časa in nižja kakovost storitev v dejavnosti.
6. Dostopnost turistične gostinske ponudbe v določenih obdobjih.
7. Prenizek delež lokalnih surovin, hrane in pijač in drugih izdelkov in kratkih dobavnih verig v gostinski in drugi turistični in s turizmom povezani dejavnosti destinacije Ptuj.
8. Kakovost, avtentičnost in dodana vrednost nastanitvenih gostinskih kapacitet.
9. Zastarelost določenih delov zdraviliško turistične in termalno rekreacijske ponudbe Term Ptuj.
10. Številne prireditve in festivali, ki se dogajajo na Ptuj, predvsem v poletnem času, so v premajni meri usklajeni s turističnimi ponudniki in nezadostno vključeni v turistično ponudbo in posledično ne generirajo turističnega obiska, prenočitev (izjema: Kurentovanje) in potrošnje saj so v veliko večji meri namenjeni domačemu in okoliškemu prebivalstvu.
11. Destinacija in turistični ponudniki dosegajo premalo učinkov in dodane vrednosti iz naslova tranzitnih potnikov in izletniških obiskovalcev Ptuja.
12. Notranja konsolidacija vseh skupin deležnikov o razumevanju vrednot in potencialih Ptuja ter potrebi po sodelovanju in razumevanju širših učinkov turizma.
13. Domače prebivalstvo je v premajhni meri vključeno v sooblikovanje podobe in pozicioniranja destinacije Ptuj.

STRATEGIJA (LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI)

► **Ptuj razvijamo kot dinamično lokalno poslovno okolje za turizem in kot platformo za ustvarjanje dodane vrednosti in trga za prodajo številnih izdelkov in storitev.**

Pri razvoju nastanitvenih kapacitet se le zmerno usmerjamo v povečanje obsega kapacitet, predvsem pa v znatnejše povečanje kakovosti nastanitvev v tiste z višjo dodano vrednostjo in primarno v okviru prenov obstoječega stavbnega fonda. Ključno je povečanje pestrosti in obsega gastronomske ponudbe in dodatne s turizmom povezane ponudbe. Predvsem je ciljna podpora višji kakovosti in dodatni ponudbi kulinarčnih, rekreacijskih, zdravstvenih, kozmetičnih, specializiranih trgovskih, ter dodatnih storitev v turizmu v mestu..., ki so namenjeni tako domačemu prebivalstvu kot turistom. Privabljamo podjetnike, spodbujamo naložbe, krepimo (zelene) in edinstvene lokalne verige vrednosti in projektov med turizmom in ostalimi panogami, skozi vzpostavljanje prodajno nabavnih verig med mestom Ptuj, turističnimi ponudniki in podeželjem v okolici mesta in širši regiji.

1. Intenzivno pospešujemo in spodbujamo razvoj obsega in kakovosti kulinarčne ponudbe v destinaciji.
2. Zavzemamo se in aktivno delujemo za dvig kakovosti in gostoljubnosti storitev vseh turističnih storitev
3. Uvajamo standarde ptujske kakovosti in gostoljubnosti v turizmu in gostinstvu s katerimi se bomo k ptujski odličnosti zavezali vsi deležniki v javnem in zasebnem sektorju.
4. Kakovost storitev spodbujamo s ciljem dviga dodane vrednosti in boljših pogojev poslovanja in dela za vse deležnike na ponudbeni strani ptujskega turizma.
5. Spodbujamo in vzpostavljamo pogoje za povezovanje turističnih ponudnikov in lokalnih dobaviteljev v kratke lokalne dobavne verige s ciljem povečanja pristnosti in kakovosti storitev do gostov, trajnosti ponudbe in dodane vrednosti za vse deležnike v destinaciji.
6. Organiziramo in ponovno vzpostavljamo ptujsko tržnico lokalnih/regionalnih dobrot in izdelkov.
7. Postopno in zmerno širimo obseg nastanitvenih kapacitet, pospešujemo kakovost, avtentičnost, butičnost in dodano vrednost storitev.
8. Pospešujemo vlaganja v posodobitev zdraviliško-termalne rekreacijske infrastrukture v Termah Ptuj in spodbujamo širitev butične ponudbe dobrega počutja in zasebnih zdravstveno-zdraviliških storitev.
9. Izvajamo vrednotenje številnih prireditev in festivalov, predvsem v poletnem času, s ciljem nadgradnje in usklajevanja prireditvene dejavnosti z interesi turističnih ponudnikov, značilnostmi in sezonskosti turizma na Ptuj ter posledično večji stopnji vključevanja festivalov in prireditev v turistične in izletniške programe, ponudbe in pakete.
10. Povečujemo specializacijo, kakovost, konkurenčnost in dodano vrednost pri trženju in izvajanju ponudb in storitev za tranzitne in izletniške goste.

- 11.** Aktivno vključujemo domače prebivalstvo v razvoj, pozicioniranje in uveljavljanje Ptuja kot visoko kakovostne turistične destinacije in življenjskega okolja v skladu s strateško vizijo in poslanstvom.

PRIČAKOVANI REZULTAT (LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI)

Turistični ponudniki na Ptuju delujejo v povprečju z visokimi standardi kakovosti in gostoljubnosti, ki so jih sami zastavili v svoji zavezi k odličnosti in kakovosti in se v velikem delu povezujejo v lokalne in regijske verige. Dodana vrednost in poslovna uspešnost ptujskih turističnih ponudnikov je nadpovpečna v primerjavi s povprečjem v enaki panogi v Sloveniji. Na Ptuju deluje veliko število manjših specializiranih gostinskih ponudnikov kulinarike, ki privabljajo zraven domačinov tudi veliko število izletnikov in turistov. Ptuj zaradi dviga kakovosti in števila kulinaričnih ponudnikov postane prepoznan kot destinacija za kulturne gurmane, romantične uživalce in gurmanska in vinska srečanja, ki uživajo v kulturnem butičnem ambientu zgodovinskega mesta, ob spremljanju festivalskega dogajanja ali idilične naravne okolice v zaledju mesta.

Z uveljavljanjem strategije in izvedbo prvih uspešnih ukrepov se obstoječim turističnim ponudnikom kulinarike pridružijo dodatni specializirani ponudniki, ki z nižnimi ponudbami in butičnim obsegom kapacitet pridobivajo povsem nove goste in postopno širijo kulinarični trg destinacije. Turistični ponudniki so zavezani standardom ptujske kakovosti, z vzpostavljanjem lokalnih verig pa tudi vse večje avtentičnosti ponudbe. Na Ptuju ponovno uspešno deluje tržnica lokalnih in regijskih dobrot, ki jo obiskujejo tudi turisti in izletniki iz drugih krajev. Tržnica deluje kot del kratke dobavne verige s ptujskimi kulinaričnimi ponudniki, ki aktivno sodelujejo pri njenem delovanju. Na osnovi pestre gostinske, kulinarične in druge turistične ponudbe je razvita tudi višja vrednost tranzitnih potnikov in izletniških obiskovalcev na Ptuju.

Z zavezo odličnosti se znatno dvigne tudi kakovost nastanitvene ponudbe, ki se z izboljšanjem zasedenosti kapacitet postopno tudi širi z novimi kapacitetami, delno pri obstoječih ponudnikih in delno z vstopom novih manjših butičnih ponudnikov nastanitve. Na osnovi vlaganj v razvoj je na višji ravni kakovosti in pestrosti ponudbe doživetij tudi termalna-zdraviliška in rekreacijska ponudba v Termah Ptuj. Prebivalci mesta aktivno spremljajo, sodelujejo in vplivajo na usmerjanje razvoja in prepoznavnost Ptuja kot turistične destinacije visoke kakovosti, kot gostje, uporabniki in promotorji destinacije.

PREDSTAVITEV UKREPOV (LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI)

V Prilogi 2 AKCIJSKI NAČRT (Excel preglednica) so za vsak projekt/sklop aktivnosti opredeljeni nosilci, podana je prioriteta izvajanja, okvirna ocena stroška izvedbe ter indikativni viri financiranja.

U3.1	ENOGASTRONOMSKA PONUDBA: Pospeševanje razvoja, kakovosti, obsega in dostopnosti stalne kulinarične in enološke ponudbe v destinaciji (dodatni ponudniki, prenova in dvig kakovosti obstoječih)
	<p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava načrta večletnega programa usmeritev in izvedbenih ukrepov za pospeševanje razvoja obsega in kakovosti stalne zasebne kulinarične in enološke ponudbe, s strani ZTP v sodelovanju z OOPZ, MO Ptuj in strokovnjaki s tega področja. ii. Priprava predloga primernih in razpoložljivih lokacij in prostorov v mestu in okolici za vzpostavitev kakovostne, predvsem butične kulinarične in enološke ponudbe vključno z spodbujanjem zasebnih lastnikov zgradb/lokacij, da poiščejo in pritegnejo izvajanje kakovostne kulinarične dejavnosti v svoje prostore iii. Usklajevanje in preučitev možnosti so-financiranja ukrepa oz. programa z javnimi namenskimi viri in razvojnimi bankami (program, so-financiranje, dinamika) s strani MO Ptuj, ZRS Bistra in OOPZ

iv.	Podpora in svetovanje zasebnim izvajalcem kulinarčne in enološke dejavnosti v destinaciji pri pridobivanju gradbenih dovoljenj oz. dovoljenj za posege v prostor in obratovanje s strani MO Ptuj v sodelovanju z ZTP in drugimi javnimi službami/zavodi
v.	Intenzivno tržno komuniciranje projekta s strani ZTP (obstoječi in novi ponudniki in njihova ponudba) z aktivnim vključevanjem projekta v uporabo domačinov in v turistična doživetja destinacije Ptuj
Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): Podjetniki/Investitorji v turizmu (koordinira ZTP, OOPZ)	
Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ Izvajalci/Kulinarčni in enološki ponudniki	
Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)	

U3.2	PROGRAM (KBZ) »KAKOVOST PTUJA«: Standardi »Kakovost Ptuja« in zaveza k odličnosti in gostoljubnosti za gostinske, turistične storitve in doživetja za dvig dodane vrednosti - uvedba lokalne kolektivne blagovne znamke (KBZ)
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> i. S strani ZTP, ob sodelovanju skupine iz Ukrepa 6.6., se izvedejo usklajevalni sestanki s turističnimi ponudniki iz različnih področij o uvedbi standardov in zaveze za »Kakovost Ptuja« za dvig dodane vrednosti ii. Priprava programske naloge standardi in zaveza za »Kakovost Ptuja«, s strani ZTP v sodelovanju s skupino iz Ukrepa 6.6. in turističnimi ponudniki (uvedba lokalne kolektivne blagovne znamke kakovosti turističnih doživetij Ptuja) iii. Implementacija lokalne znamke in zaveze za ""Kakovost Ptuja"" (gre tako za interno zavezo h kakovosti turistične ponudbe kot eksterno obljubo do zunanjih ciljnih javnosti) iv. Imenovanje posebne 5 članske komisije za spremljanje, nadzor in podeljevanje znamke Ptuja posameznih ponudnikom (eden od članov je član skupine iz Ukrepa 6.6.) v. Enkrat letno, podeljevanje pravice do uporabe znamke in spremljanje in nadzor podeljenih znamk s strani posebne komisije na javni prireditvi pod pokroviteljstvom ZTP in MO Ptuj vi. Interno in eksterno tržno komuniciranje in uporaba znamke in zaveze za »Kakovost Ptuja« v komunikacijski in produktni politiki in ukrepih s strani ZTP
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ OOPZ Ptuj ↔ Turistični ponudniki ↔ Turistično vodniki
	Časovnica: 2023–2024

U3.3	VERIGE VREDNOSTI – PTUJ IN ŠTAJERSKA: Vzpostavitev verige vrednosti med proizvajalci izdelkov, hrane in pijač v regiji, zgodbami in turističnimi ponudniki Ptuja (širša povezava v Štajersko kulinarčno-enološko verigo – Okusi Štajerske); lokalni karakter, kakovost in trajnost – lokalna znamka v povezavi z ukrepom 3.2
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> i. Izvedba usklajevanja med ZTP OOPZ, KGZ Ptuj, turistično gostinskimi ponudniki ter izbranimi dobavitelji iz širšega območja destinacije o možnosti povečanja obsega lokalnih dobavno prodajnih verig (v regiji) ii. Oblikovanje in imenovanje 3 članske skupine (ZTP, KGZ, OOPZ) za usmerjanje in vodenje programa iii. Oblikovanje programa lokalnih nabavno prodajnih verig vrednosti in kakovosti s povezavo in navezavo na Ukrep 3.2. v okviru te politike s strani ZTP, ob sodelovanju v prvi alineji navedenih partnerjev iv. Oblikovanje internega kataloga ponudnikov posameznih surovin, pridelkov, izdelkov in storitev iz lokalnega in regijskega okolja, ki sodelujejo v programu in pospeševanje lokalnih/regionalnih nabavno-prodajnih partnerstev v. Usklajevanje in proučitev možnosti sofinanciranja programa s strani namenskih virov financiranja (Ministrstva, EU viri) in sodelovanja zasebnih partnerjev vi. Navezava programa v širše regijske povezave (Okusi Štajerske, ipd.)

	<p>vii. Izvajanje in koordinacija programa s strani skupine ZTP/KGZ/OOPZ in aktivno vključevanje programa v produktne in tržno komunikacijske ukrepe s strani ZTP in posameznih turističnih ponudnikov</p> <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ OOPZ Ptuj ↔ KGZ Ptuj ↔ Turistični ponudniki ↔ Dobavitelji</p> <p>Časovnica: 2023–2028</p>
U3.4	<p>TRŽNICA DOBROT PTUJA IN PODEŽELJA: Tržnica dobrot in izdelkov Ptuja in ptujskega podeželja - občasne tematske tržnice, ki prerastejo v stalne, s ponudbo pridelkov in izdelkov s Ptuja in okoliškega podeželja namenjene domačinom, obiskovalcem in turistom</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Sestanki/usklajevanja in preučitev možnosti z dobavitelji, kmeti, pridelovalci in proizvajalci, za stalno ali občasno sodelovanje na tržnici dobrot in izdelkov z okolice Ptuja in regije Navezava na Ukrep 3.3. in vključitev posebne skupine iz tega Ukrepa JSP zagotovi stojnice za dobavitelje/kmete, ki so tematsko usklajene (pridelki morajo biti vzgojeni in pridelani iz okoliškega podeželja oz. regije) in sklene pogodbena razmerja z dobavitelji, kmeti, proizvajalci Lociranje virov namenskih sredstev za sofinanciranje projekta/programa (Ministrstva RS, EU viri, zasebni viri) in v sodelovanju z ZRS Bistra Ptuj aplikacija na vire s strani JSP (MO Ptuj), oz. drugega nosilca, ob sodelovanju ZTP, KGZ Ptuj in OOPZ Ptuj Izvajanje programa v obliki vsaj občasnih (rednih) ali stalnih tržnic dobrot, usklajenih med potrebami domače javnosti in turistov in izletnikov na Ptuju <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): JSP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ JSP ↔ KGZ Ptuj ↔ OOPZ Ptuj ↔ Dobavitelji, Kmetje</p> <p>Časovnica: 2024–2028</p>
U3.5	<p>DVIG KAKOVOSTI NASTANITVENE PONUDBE: Dvig kakovosti nastanitvene turistične ponudbe in postopna širitev obsega kapacitet za višjo dodano vrednost</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Na osnovi tržnih gibanj in trendov prihodov in prenočitev turistov v destinaciji se ugotovi potrebe trga in ciljnega razvoja, oceni stanje nastanitvenih objektov s strani ZTP v sodelovanju z podjetniki/investitorji v turizmu in predvsem potrebe po prenovah in dvigu kakovosti storitev in postopni širitvi obsega kapacitet (upoštevata se strateške opredelitve glede naložb v turistične nastanitvene objekte) Lociranje virov namenskih sredstev za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri, zasebni viri in razvojne/komercialne banke) v sodelovanju med ZTP, ZRS Bistra in podjetniki in investitorji in izvedba aplikacije na vire s potrebno dokumentacijo Podpora obstoječim podjetnikom, nosilcem nastanitvene dejavnosti pri aplikaciji na vire financiranja (ZTP in ZRS Bistra Ptuj) in pridobivanju prostorskih pogojev in lokacij za naložbe v postopno širitev obsega kapacitet (MO Ptuj in ZTP) Izvedba naložb, prvenstveno v dvig kakovosti obstoječih nastanitvenih kapacitet in postopno povečanje obsega kapacitet, predvsem višje kakovosti in butičnega karakterja Navezava na Ukrep 3.2. in Ukrep 6.9. za zagotovitev profesionalnih, pristnih storitev in usposobljenosti osebja, ki delujejo na področju turizma s strani ponudnikov nastanitvenih obratov v sodelovanju z ZTP Intenzivno spremljanje in vključevanje nastanitvenih turističnih kapacitet v pospeševanje prodaje in promoviranje turistične ponudbe destinacije s strani ZTP in aktivnostih turističnih ponudnikov v skladu s standardi kakovosti iz Ukrepa 3.2.) <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): Podjetniki/Investitorji v turizmu (koordinira ZTP, OOPZ)</p> <p>Nosilci ukrepov: Ponudniki nastanitvenih turističnih storitev/Investitorji ↔ ZTP ↔ MO Ptuj</p> <p>Časovnica: 2023–2028</p>

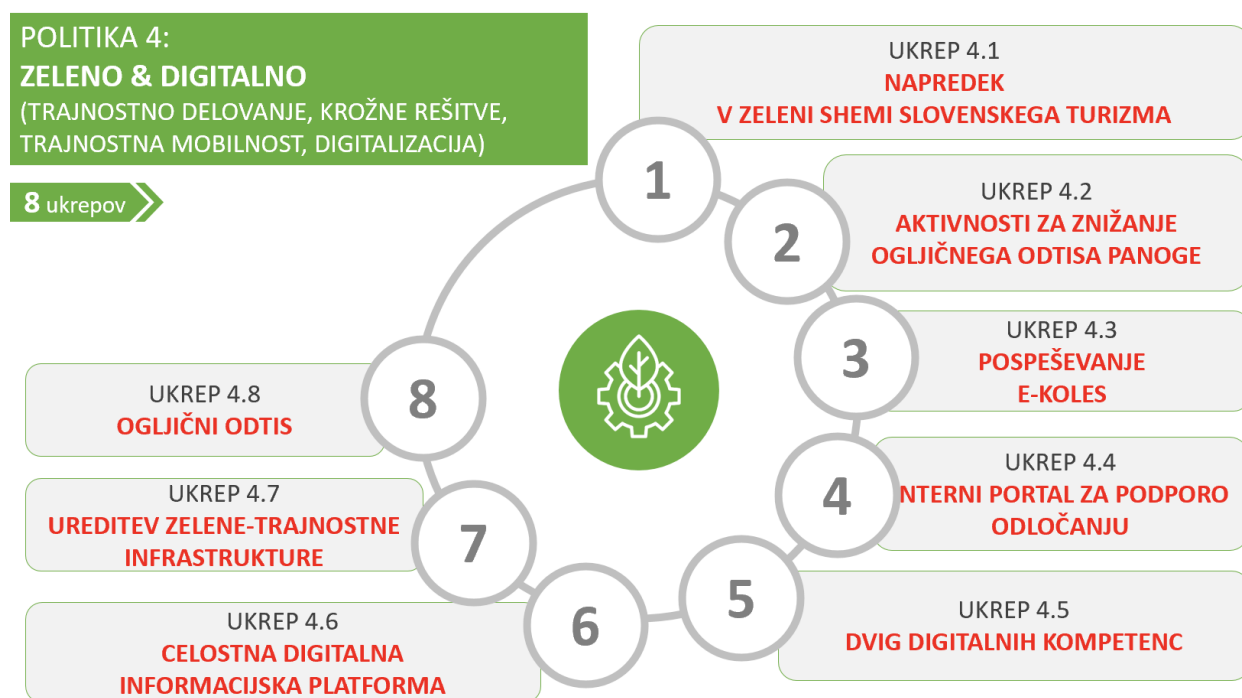
<p>U3.6</p>	<p>DVIG KAKOVOSTI ZDRAVILIŠKO-.WELLNESS IN REKREACIJSKE PONUDBE: Dvig kakovosti in delno povečanje kapacitet in pestrosti storitev zdraviliške, termalno rekreacijske in wellness ponudbe za oblikovanje kakovostne ponudbe butične zdraviliško turistične destinacije Ptuj</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Zaradi relativne dotrajanosti infrastrukture in ponudbe zdraviliških, termalnih in wellness storitev se izvede raziskava trga (potrebe in želje potencialnih gostov) in razvije inovativne in sodobne storitve (edinstvena in nepozabna izkušnja) s strani obstoječih ponudnikov zdraviliških, termalnih in wellness storitev ob iniciativi in podpori s strani ZTP ii. Lociranje virov namenskih sredstev za sofinanciranje zdraviliški, termalnih in wellness naložbenih projektov (Ministrstva RS, EU viri, razvojne/komercialne banke) v sodelovanju med ZTP, ZRS Bistra in podjetniki in investitorji in izvedba aplikacije na vire s potrebno dokumentacijo iii. Izvedba projektov dviga kakovosti in inovativne zdraviliške, termalne in wellness infrastrukture in storitev višje kakovosti. iv. Ponudniki zagotovijo profesionalne storitve in usposobljenosti osebja, ki delujejo na področju zdraviliških, termalnih in wellness storitev v navezavi na Ukrep 3.2. in Ukrep 3.3. v. Intenzivno trženje zdraviliških, termalnih in wellness storitev s strani ponudnikov v intenzivnejšem sodelovanju z ZTP pri komuniciranju in pospeševanju prodaje celostne turistične ponudbe destinacije in graditvi podobe butične zdraviliško-turistične destinacije tudi v navezavi na Ukrep 5.1., Ukrep 5.2., Ukrep 5.8., Ukrep 6.3. in Ukrep 6.6. <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): Podjetniki/Investitorji v turizmu (koordinira ZTP, OOPZ)</p> <p>Nosilci ukrepov: Ponudniki zdraviliških, termalno rekreacijskih in wellness turističnih storitev/Investitorji ↔ ZTP ↔ MO Ptuj</p> <p>Časovnica: 2024–2028</p>
<p>U3.7</p>	<p>NADGRADNJA PRIREDITVENO-FESTIVALSKEGA PROGRAMA: Turistična valorizacija, nadgradnja in priprava modela in programa upravljanja in povečanja dodane vrednosti prireditvene in festivalske dejavnosti s podporo obstoječim in novim prireditvam, ki prispevajo k ciljni viziji in podobi destinacije - navezava na Ukrep 5.8., Ukrep 6.1. in Ukrep 6.11</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava izvedbenega programsko-finančno-organizacijskega modela za nadgradnjo turistične valorizacije prireditvene in festivalske dejavnosti, s strani ZTP v sodelovanju z MO Ptuj in usklajevanju z obstoječimi organizatorji prireditev in festivalov na Ptuj ii. Programski in drugi elementi modela morajo prispevati k izgradnji v strategiji opredeljenega ciljnega pozicioniranja destinacije Ptuj in dvigu dodane vrednosti. sezonalizacije in podaljšanju povprečne dobe bivanja turistov iii. V modelu se za angažiranje javnih sredstev upoštevajo tako vidiki doseganja pozicioniranja in delovanja turistične destinacije kot tudi interesi domačih javnosti iv. Za ciljno opredeljeno prireditveno dejavnost se s strani MO Ptuj vsako leto v skladu z navedenim modelom v prvi in drugi alineji pripravijo natančno ciljnimi razpisi s pogoji in odgovornostmi za sofinanciranje izvedbe prireditev, festivalov in dogodkov, ki prispevajo k ciljnemu pozicioniranju in učinkom dodane vrednosti vključno z upoštevanjem učinkov za zadovoljevanje potreb domačega prebivalstva v. Ob koncu vsakega leta se izvede ovrednotenje uspešnosti in učinkovitosti prireditev in festivalov iz vidika prispevka k strateškim, ekonomskim, družbenim in okoljskim ciljem destinacije Ptuj in iz tega naslova ustrezna prilagoditev izvajanja tega Ukrepa <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ Izvajalci prireditev in festivalov</p> <p>Časovnica: 2023–2025 (delno že v izvajanju)</p>

<p>U3.8</p>	<p>PROGRAM ZA TRANZITNE in IZLETNIŠKE OBISKOVALCE: Oblikovanje storitev, ponudb in programov višje dodane vrednosti za tranzitne goste in izletniške obiskovalce</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava izvedbenega načrta za doseganje višje dodane vrednosti iz naslova izletniških obiskovalcev in tranzitnih gostov v destinaciji Ptuj s strani ZTP v sodelovanju z PMPO, turističnimi ponudniki in turističnimi vodniki ii. Izvedbeni načrt se pripravi v skladu s strateškimi opredelitvami, ciljnim pozicioniranjem in znamko destinacije Ptuj. Navezava na druge Ukrepe (1.1., 1.2., 1.4., 1.5., 2.1., 2.3., 2.5., 2.6., 3.1., 3.4., 3.6., 3.7., 5.3., 5.4., 5.8., 6.2., 6.3., 6.5.) iii. Oblikovanje konkretnih ponudb programov, paketov in doživetij po posameznih ciljnih skupinah izletniških obiskovalcev, posebej za individualne obiskovalce in posebej za organizirane skupine iv. Oblikovanje ponudbe doživetij in storitvenih paketov za tuje tranzitne goste s pospeševanjem prenočitev in dodatnih storitev v destinaciji s ciljem podaljševanja bivanja in vračanja gostov. v. Izdelava promocijskega materiala s strani ZTP za izletniške obiskovalce in za tranzitne goste (predvsem digitalna in tudi tiskana verzija) z vključevanjem partnerjev, turističnih ponudnikov in vodnikov vi. Nadgradnja sistema za opozarjanje, vodenje, usmerjanje in označevanje za tranzitne goste (Avtoceste → Destinacija → Ponudniki in atrakcije) z fizičnimi oznakami in kombinacijami z digitalnim načinom usmerjanja in promocije. vii. Intenzivno tržno komuniciranje ponudb za izletniške obiskovalce s strani ZTP na slovenskem in mednarodnih trgih ter drugih turističnih destinacijah v Sloveniji viii. Lociranje virov za sofinanciranje (Ministrstva RS, EU viri, STO) in aplikacija na vire <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ PMPO ↔ Turistični ponudniki ↔ Turistični vodniki</p> <p>Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)</p>
<p>U3.9</p>	<p>PROGRAM KREPITVE PONOSA IN GOSTOLJUBJA – DO PREBIVALCEV: Program »Ptujčanke in Ptujčani – ponosni in gostoljubni gostitelji ter varuhi in ambasadorji tisočletij«; navezava na Ukrep 6.9</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Dogovor potrditev oblikovanja in imenovanja posebne 5-7 članske skupine zainteresirane javnosti in domačih strokovnjakov (od katerih je en član z skupine iz Ukrepa 6.6.) za usmerjanje programa v dogovoru med MOP, JSP in ZTP; skupina deluje pri MO Ptuj ii. MO Ptuj / JSP, ob mnenju posebne skupine iz prve alineje, angažirata strokovnjaka - Arborista za strokovno operativno vodenje programa (v okviru JSP) iii. Priprava programske projektne naloge ureditve ambientov mesta (izbira lokacij, urbana hortikultura, nasadi, drevesa v mestu in okolici, parkovne ureditve, ocvetličanje fasad, ulic, vključitev arheoloških eksponatov - kopije originalov), ob usmeritvah posebne skupine iz prve alineje in angažiranega arborista ob koordinaciji z MO Ptuj, JSP, ZTP, PMPO in ZVKD iv. Lociranje virov financiranja programa (zasebni lastniki, proračun MO Ptuj) in modelu sofinanciranja posegov na kritičnih/ključnih lokacijah s strani zasebnih lastnikov v. Izvedbeno upravljanje in vzdrževanje urejanja zelene in ocvetličene podobe mesta s strani JSP ob nadzoru MO Ptuj, aktivnem sodelovanju z zasebnimi lastniki in komunikacijskih aktivnostih do domačih in turističnih javnosti s strani ZTP <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ JSP ↔ Lastniki objektov in Turistični ponudniki (v partnerstvu z ZTP)</p> <p>Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)</p>

7.4 Politika 4: ZELENO & DIGITALNO DELOVANJE (8 ukrepov)



PREGLED UKREPOV (ZELENO & DIGITALNO DELOVANJE)



KLJUČNI IZZIVI (ZELENO & DIGITALNO DELOVANJE)

1. Zaostajanje na področju trajnosti in digitalizacije v turizmu.
2. Nizka dodana vrednost (in kakovost) turistične ponudbe na Ptuju.
3. Zaostajanje v razvojni dinamiki turistične dejavnosti v destinaciji Ptuj.
4. Učinkovitost upravljanja in trženja destinacije je nižja zaradi prenizke stopnje digitalizacije in počasnejšega ali preveč posrednega dostopanja do prodajnih kanalov, podatkov in izmenjave informacij med različnimi ravnmi deležnikov v turizmu.
5. Turistični ponudniki zaradi nižje stopnje digitalizacije ne dosegajo zadostnega obsega prometa in dodane vrednosti.
6. Nizka učinkovitost rabe energije povečuje stroške turističnih ponudnikov.
7. Destinacija Ptuj kot celota ne dosega dovolj visokih ocen na področju trajnosti v Zeleni shemi slovenskega turizma, zaradi česar ne more izkoriščati dobre ocene v programu certificiranja »Slovenia Green« za ugodnejše tržno pozicioniranje in višanje dodane vrednosti na trgu.

8. Delovanje celotne destinacije Ptuj ni zadostno prilagojeno trajnostnemu konceptu in konceptu pametne destinacije, kar znižuje konkurenčnost in dodano vrednost na sodobnih in zahtevnejših turističnih trgih.
9. V destinaciji je samo en turistični ponudnik certificiran z okoljskim znakom.
10. V destinaciji ni urejena zadostna, turistom dostopna infrastruktura za polnjenje e-vozil vseh vrst.
11. Komunalna opremljenost destinacije s posodami za odpadke na javnih prostorih (ulicah, parkih in trgih) navzven ne nakazuje na urejenost in trajnost delovanja (ločeno zbiranje odpadkov, ipd.) .
12. Podjetniki in zaposleni v turizmu destinacije Ptuj niso zadostno usposobljeni za digitalno delovanje. (upravljanje, odločanje in trženje).
13. Javni dostop do hitrega interneta na območju destinacije je relativno omejen.
14. Destinacija ne spremlja ogljičnega odtisa turistične dejavnosti, na osnovi česar bi lahko ponudniki in celotna destinacija spremljali ogljični odtis svoje dejavnosti in ustrezno ukrepali in dosegli tudi znižanje določenih stroškov ob hkratnem znižanju ogljičnega odtisa in pozitivnem učinku na pozicioniranje in trženje svoje ponudbe na zahtevnejših trgih

STRATEGIJA (ZELENO & DIGITALNO DELOVANJE)

► **Uvajamo rešitve za zeleni in digitalni prehod destinacije in ponudnikov – aktivno vodimo proces zelene in digitalne transformacije za manjši ogljični odtis, povečanje kakovosti in prijetnosti doživetja in bivanja v destinaciji ter za povečanje učinkovitosti turističnega gospodarstva in podjetništva ter pametne destinacije v celoti.**

1. Uvajamo trajnostne standarde za destinacijo Ptuj in se zavezujemo k napredku v trajnosti delovanja.
2. Aktivneje pristopamo k zvišanju ocene v programu certificiranja trajnosti turističnih destinacij in turističnih ponudnikov »Slovenia Green« v zeleni shemi slovenskega turizma.
3. Uvajamo aktivnosti za merjenje in spremljanje ogljičnega odtisa ptujskega turizma in se zavezujemo k zniževanju ogljičnega odtisa na enoto ustvarjenega učinka v turizmu in učinkovitejši rabi energije s ciljem znižanja stroškov poslovanja in dviga dodane vrednosti.
4. Uvajamo aktivnosti na področju pospeševanja digitalizacije poslovanja, podpore odločanju pri upravljanju, trženja in usposabljanju zaposlenih v turistični dejavnosti, s ciljem povečanja učinkovitosti in dodane vrednosti turizma v destinaciji na vseh ravneh.
5. Načrtujemo, pospešujemo in izvajamo naložbe v trajnostno infrastrukturo in storitve v destinaciji.
6. Razvijamo koncept in celosten pristop s ciljem vzpostavitve pametne turistične destinacije.

PRIČAKOVANI REZULTAT (ZELENO & DIGITALNO DELOVANJE)

Destinacija Ptuj je certificirana z najmanj srebrnim znakom v shemi »Slovenia Green« in najmanj trije turistični ponudniki so uspešno vključeni v eno od nacionalnih ali mednarodnih certifikacijskih shem na področju trajnosti.
Destinacija ima zastavljene tudi svoje standarde trajnosti po katerih se ravna deležniki v javnem in zasebnem sektorju in posledično učinkoviteje upravljajo z resursi.
Zaradi upoštevanja trajnostnih standardov se destinacija in njeni deležniki tudi uspešneje tržijo na zahtevnejših segmentih in dosegajo v povprečju višje cene.
Vse to omogoča ptujskim ponudnikom ustvarjanje višje dodane vrednosti.

Sprejeti in uvedeni so trajnostni standardi ptujskega turizma, ki so jim zavezani ključni turistični ponudniki iz javnega in zasebnega sektorja. Destinacija je aktivno in uspešno vključena v certifikacijsko shemo »Slovenia Green« v kateri napreduje. Deležniki v ptujskem turizmu so med seboj povezano v merjenju ogljičnega odtisa ptujskega turizma in vsakega ponudnika posamezno, na osnovi česar izvajajo ukrepe za znižanje stroškov poslovanja in tržno valorizacijo svoje trajnostne politike na osnovi česar se tudi celotna destinacija pozicionira kot trajnostna in pametna destinacija. Na ravni destinacije je razvit in deluje skupni portal oziroma digitalna platforma za podporo odločanju v turizmu, informiranje in čim bolj neposredno prodajno trženje ponudbe posameznih ponudnikov in skupnih paketov destinacije. Na območju mesta in

okolice je urejena turistom dostopna mreža polnilnic za vse vrste e-vozil. Mesto ima urejeno komunalno opremo na javnih prostorih za ločeno zbiranje odpadkov in trajnostna navodila in opozorila na vseh javnih mestih. Ponudniki podjetniki in zaposleni v turizmu so usposobljeni za učinkovito uporabo digitalnih orodij in veščin za ve ravni delovanja v turizmu, na osnovi usposabljanj in »on-line« podpore, ki je organizirana na ravni destinacije.

PREDSTAVITEV UKREPOV (ZELENO & DIGITALNO DELOVANJE)

V Prilogi 2 AKCIJSKI NAČRT (Excel preglednica) so za vsak projekt/sklop aktivnosti opredeljeni nosilci, podana je prioriteta izvajanja, okvirna ocena stroška izvedbe ter indikativni viri financiranja.

<p>U4.1</p>	<p>NAPREDEK V ZSST: Trajnostni standardi ptujskega turizma in napredek v Zeleni shemi slovenskega turizma</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava načrta za trajnost (cilji, aktivnosti in načrti) v skladu s standardi ZSST (Slovenia Green) in uvajanje trajnostnih praks (upravljanje energije, vode, odpadkov, hrane, informiranje in spodbujane turističnih ponudnikov k trajnostnemu delovanju, komuniciranje z domačimi javnostmi o pomenu in razvoju trajnostnih modelov, vključevanje lokalnih posebnosti v turistično ponudbo, vzpostavljanje lokalnih dobavnih verig, ipd.), s strani ZTL v sodelovanju z MO Ptuj, JSP, KPP in turističnimi ponudniki in splošnimi domačimi javnostmi ii. Usposabljanje zaposlenih (seznanitev z zeleno shemo z namenom izvajanja trajnostne prakse) in sodelovanje z lokalno skupnostjo (ohranjanje ravnovesja med razvojem turizma in trajnostjo okolja, lokalne kulture, interesov lokalnega prebivalstva in ekonomije v destinaciji) iii. Določitev skrbnika ZSST za destinacijo Ptuj, ki deluje pri ZTP iv. Pridobiti certifikat ZSST višje stopnje (vsaj srebrni znak Slovenia Green za destinacijo in vsaj en ponudnik nastanitev z znakom Slovenia Green) in redno spremljati in evalvirati dejavnosti in ukrepe za trajnost s strani ZTP v sodelovanju s turističnimi ponudniki, pri čemer se ponudniki vzpodbujajo za vstop v ZSST in pridobitev znaka Slovenia Green v. Lociranje virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri in MO Ptuj) in turistično gospodarstvo in partnerji <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ JSP ↔ KPP ↔ Turistični ponudniki</p> <p>Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)</p>
<p>U4.2</p>	<p>ZNIŽANJE OGLIČNEGA ODTISA PANOGE: Znižanje negativnih emisij v okolje za višjo vrednost turizma in kakovost življenja</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Prepoznati vire emisij (dejavnosti, ki povzročajo največ emisij in koliko) in uvajanje ekoloških praks (energijska učinkovitost, uporaba obnovljivih virov energije, racionalna raba vode), s strani MO Ptuj v sodelovanju z ZTP, JSP, turističnimi ponudniki in prebivalstvom ii. Promovirati ekološke storitve (električna avtomobilska polnilna mesta, gostinske storitve na bazi lokalnih sestavin) s strani MO Ptuj v sodelovanju z ZTP, JSP, turističnimi ponudniki in prebivalstvom iii. Usposabljanje zaposlenih v turizmu in povezanih dejavnostih in prebivalstva (seznanitev s pomenom zniževanja emisij) in sodelovanje z lokalno skupnostjo (vključevanje v ekološke prakse kot je recikliranje, varčevanje z energijo) iv. Digitalne oblike in tiskane izdaje praktičnega priročnika za znižanje emisij v okolje (v CO2 ekv.) in izboljšanje kakovosti okolja in znižanje stroškov. v. Lociranje virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri, MO Ptuj in zasebni viri)

Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj
Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ JSP ↔ ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ Poslovni subjekti ↔ Prebivalstvo
Časovnica: 2023–2028

U4.3	POSPEŠEVANJE E-KOLES: Pospesevanje uporabe in izposoje e-bike in koles za odkrivanje in doživetja Ptuja in okolice
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava projektne naloge lokacij za izposajo e-koles (uporaba sistema izposoje, mobilna aplikacija), s strani ZTP v sodelovanju z MO Ptuj in specializiranimi ponudniki e-koles ii. Izposojevalec e-kolesa pridobi ob izposoji s strani specializiranega ponudnika kupon, ki ga lahko izkoristi pri lokalnih turističnih ponudnikih iii. Intenzivno tržno komuniciranje projekta s strani ZTP (na lokalnem in širšem območju) in MO Ptuj s vključevanjem v turističnih ponudnikov iv. Lociranje virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in aktivnim vključevanjem projekta v uporabo domačinov in tujcem in v turistična doživetja destinacije Ptuj
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ Specializirani ponudniki e-bike
	Časovnica: 2023–2025

U4.4	INTERNI PORTAL ZA PODPORO ODLOČANJU: Digitalizacija spremljanja tržnih trendov in uspešnosti ter kazalnikov razvoja ptujskega turizma (interni portal za podporo odločanju)
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i> <ul style="list-style-type: none"> i. Izvedba projektne naloge, s strani ZTP v sodelovanju z MO Ptuj, za izvedbo programa vzpostavitve vsebin in aplikacije za digitalizirano spremljanje analiz, kazalnikov in trendov razvoja turizma v destinaciji, Sloveniji in Evropi za podporo odločanju tako vodstvu destinacije, vsem javnim institucijam, posameznim turističnim ponudnikom in potencialnim investitorjem, ii. Navezava na Ukrepe 4.5. in Ukrepe 4.6. iii. Izvedba poziva ali javnega razpisa za izvajalca za izvedbo programa iv. Izvedba projekta in vzpostavitev programa v. Upravljanje, komuniciranje do ciljnih javnosti in vzdrževanje programa s strani ZTP ob nadzoru MO Ptuj vi. Sprotno usposabljanje človeških virov, partnerjev in turističnih ponudnikov, ki bodo skrbeli za vnos podatkov in koriščenje sintetiziranih podatkov vii. Lociranje namenskih virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in zasebnih virov
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki
	Časovnica: 2024–2026

U4.5	DVIG DIGITALNIH KOMPETENC: Usposabljanje turističnih ponudnikov, zaposlenih v turizmu in drugih deležnikov za uporabo digitalnih orodij vodenja, trženja, upravljanja ponudbe in medsebojnega povezovanja, navezava na Ukrepe 6.9
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i> <ul style="list-style-type: none"> i. Izvajanje večletnega programa usposabljanja in izobraževanja podjetnikov in zaposlenih pri turističnih ponudnikih na področju sodobnih digitalnih orodij pri upravljanju in trženju turistične ponudbe ii. → Navezava tudi na Ukrepe 4.4. in 4.6. (usposabljanje za orodja iz teh ukrepov)

	<p>iii. → Oblikovanje spletnega mesta in E-mailinga za tekoče obveščanje turističnih ponudnikov glede novosti in pomembnih vidikov razpoložljivih digitalnih orodij za podporo odločanju, upravljanju in trženju</p> <p>iv. Lociranje virov za sofinanciranje projekta iz naslova namenskih virov (Ministrstva RS, EU viri) in zasebnih virov financiranja programa"</p>
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ Drugi deležniki v turizmu
	Časovnica: 2024–2028

U4.6	<p>CELOSTNA DIGITALNA INFORMACIJSKA PLATFORMA: Optimizacija in intenziviranje celostne digitalne platforme informiranja domačinov, izletnikov in turistov, trženja, pospeševanja prodaje in rezervacijskega sistema ptujskega turizma (tudi označbe in QR kodiranje-povezovanje z bazami podatkov, ipd.)</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Izdelava programske projektne naloge s strani ZTP, v sodelovanju s turističnimi ponudniki in strokovnjaki, za vzpostavitev celostne digitalne platforme ptujskega turizma za informiranje, tržno komuniciranje, in prodajno trženje (rezervacijski sistem) destinacije kot celote in posameznih turističnih ponudnikov destinacije Ptuj do ciljnih javnosti, izletnikov in turistov in tudi medsebojno interno komuniciranje v okviru destinacije ii. Oblikovanje močne baze podatkov v okviru digitalne platforme tako za potrebe eksternega komuniciranja do turistov in izletnikov kot internega komuniciranja in potreb pri upravljanju in trženju na strani ponudnikov iii. V okviru digitalne platforme ptujskega turizma se uredi tudi označevanje atrakcij, spomenikov in ponudnikov s QR sistemom in povezavo z bazo podatkov na digitalni platformi za podrobnejše informacije, predstavitev in rezervacije in usmerjanje turističnih tokov iv. Intenzivno tržno komuniciranje projekta s strani ZTP (na lokalnem in širšem območju) in MO Ptuj s vključevanjem v turističnih ponudnikov v. Lociranje virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in aktivnim vključevanjem projekta v uporabo domačinov in tujcem in v turistična doživetja destinacije Ptuj " <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki</p> <p>Časovnica: 2023–2026</p>
-------------	--

U4.7	<p>UREDITEV ZELENE-TRAJNOSTNE INFRASTRUKTURE: Ureditev zelene-trajnostne infrastrukture v destinaciji (električni polnilniki za e-vozila ob vseh parkirnih mestih in garažah, koši za smeti /s kreativno CGP destinacije/ za ločeno zbiranje odpadkov, močnejši in vsem dostopen javni Wi-Fi v mestu za promocijo vsebin turistične ponudbe tujim gostom, ipd.)</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava projektne naloge za ureditev zelene-trajnostne infrastrukture in konkretnih lokacij za e-polnilnice (določitev parkirnih površin, garaž, drugih lokacij za e-polnilnice), hitrejši in vsem dostopen Wi-Fi v celotnem mestu preko katerega se lansirajo tudi osnovne informacije o privlačnostih mesta za tuje turiste ob vstopu in košev oz. posod za ločeno odlaganje odpadkov na javnih površinah s kreativno podobo vezano na trajnostne cilje destinacije in CGP destinacije, s strani JSP v sodelovanju z ZTP, MO Ptuj in posvetovanju s turističnimi ponudniki, ii. Pridobivanje dovoljenj za posege in izbira izvajalca s strani JSP v sodelovanju z MO Ptuj iii. Izgradnja in montaža električnih polnilnikov, hitrejšega javno dostopnega Wi-Fi v mestu in namestitve posod za odpadke na izbranih lokacijah
-------------	--

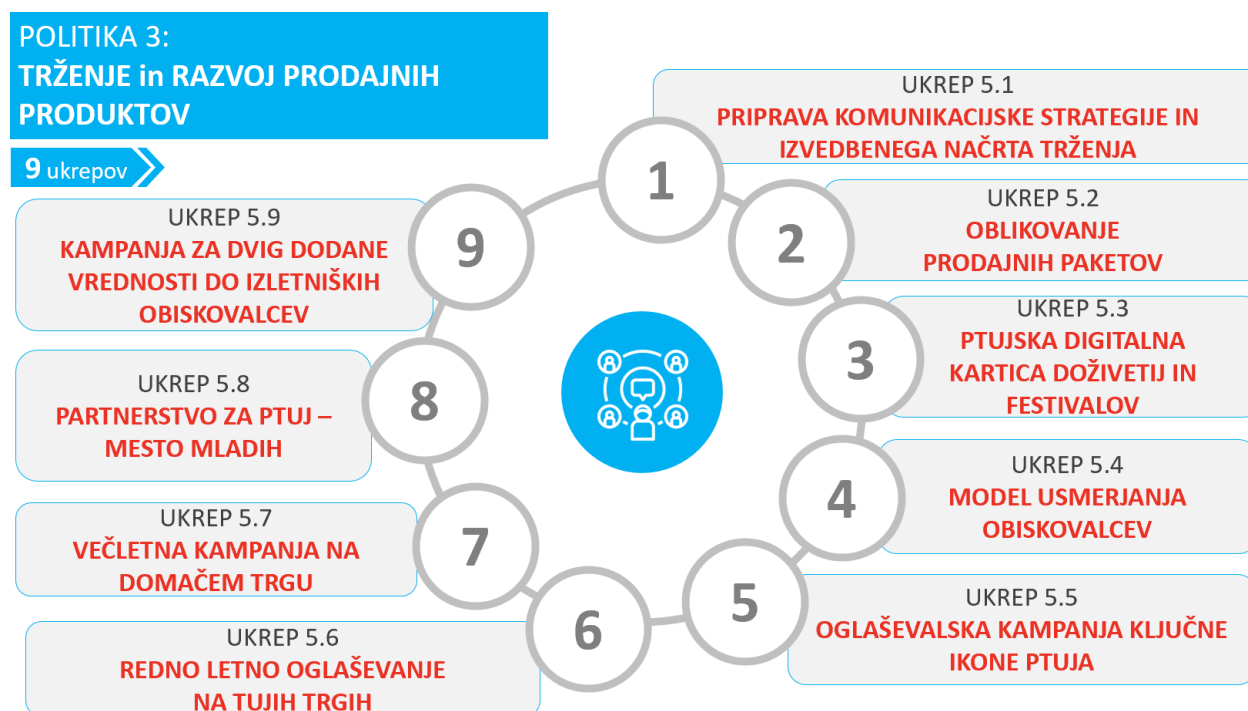
	iv. Lociranje namenskih virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in zasebnih virov."
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): JSP
	Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ JSP ↔ ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ Poslovni subjekti
	Časovnica: 2024–2028

U4.8	OGLIČNI ODTIS: Izračun in tekoče spremljanje ogljičnega odtisa ptujskega turizma (digitalno podprta rešitev) – informiranje turističnih ponudnikov in javnosti ter vključevanje v tržno komuniciranje in pozicioniranje
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> i. V prvi fazi priprava modela za izračun ocene ogljičnega odtisa turistične dejavnosti v destinaciji Ptuj na osnovi uveljavljenih strokovnih predpostavk in dejanskih značilnosti turističnega prometa v destinaciji Ptuj, s strani ZTP in strokovnih izvajalcev ii. → V drugi fazi priprava modela integralnega spremljanja ogljičnega odtisa ptujskega turizma na osnovi realnih izmerjenih podatkov o porabi energentov, količini odpadkov, porabi vode in strokovnega modela izračuna ogljičnega odtisa oz. emisij merjenih v kg. oz. tonah CO2 ekvivalenta, ki se preračunajo na posamezne enote (prenočitev, gosta, prihodek od turizma, ipd.) iii. Vzpostavitev partnerstva pri integralnem spremljanju emisij oz. ogljičnega odtisa ptujskega turizma med ZTP (MO Ptuj), JSP, KPP in dobavitelji energentov, vode idr. in posameznimi turističnimi ponudniki. iv. Lociranje namenskih virov za sofinanciranje projekta in programa (Ministrstva RS, EU viri) v. Redno spremljanje ogljičnega odtisa na različnih ravneh in oblikovanje povprečnih kazalnikov, za obdobja minimalno 1 meseca, glede na različne enote relevantne za spremljanje okoljskih učinkov turizma v destinaciji Ptuj in informiranje turističnih ponudnikov, splošnih javnosti vi. Sprotno informiranje turističnih ponudnikov, javnih institucij in zavodov o stanju ogljičnega odtisa ptujskega turizma s ciljem zniževanja le tega v skladu z zastavljenimi strateškimi cilji ter valorizacija te aktivnosti v tržnem komuniciranju, napredovanju v ZSST in trajnostnem pozicioniranju destinacije.
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ Turistični ponudniki
	Časovnica: 2024–2026

7.5 Politika 5: TRŽENJE IN RAZVOJ TRŽENJSKIH PRODUKTOV DESTINACIJE PTUJ (9 ukrepov)



PREGLED UKREPOV (TRŽENJE IN RAZVOJ TRŽENJSKIH PRODUKTOV DESTINACIJE PTUJ)



KLJUČNI IZZIVI (TRŽENJE IN RAZVOJ TRŽENJSKIH PRODUKTOV DESTINACIJE PTUJ)

1. Še vedno nejasen profil destinacije – kaj je Ptuj kot zaokrožena destinacija prihoda, kaj ponuja, zakaj priti na Ptuj za nekaj dni.
2. Destinacija ne trži oblikovanih turističnih produktov in paketov in nima oblikovanega modela in izvedbenih instrumentov za skupno in organizirano trženje in pospeševanje prodaje turističnih ponudb destinacije.
3. Učinkovitost upravljanja in trženja destinacije je nižja zaradi prenizke stopnje digitalizacije in počasnejšega ali Dejstvo, da je Ptuj najstarejše mesto v Sloveniji, še ni trženjsko valorizirano.
4. Obstoječim obiskovalcem na Ptuj (segment zdravja in dobrega počutja) ponuditi bolj privlačno izkušnjo – motiviranje za raziskovanje mesta, ponudbe in okolice (ključno za podaljšanje bivanja); nujni pogoj so kakovostni in razpoložljivi, organizirani produkti.

5. Podaljšanje bivanja – pritegniti več gostov, ki ostanejo dlje časa in iščejo bolj izkustveno, avtentično, lokalno in poglobljeno izkušnjo.
6. Potreba po poenotenju in razumevanju ključnih ciljnih segmentov destinacije med ponudniki (za koga je Ptuj, kaj izpostavljamo na krovni komunikacijski ravni) – kaže se potreba po novi komunikacijski strategiji.
7. Destinacijska znamka (vizualno prenovljena, vendar potrebna natančno razdelati komunikacijsko strategijo in jo pretvarjati v poenotena sporočila na ravni vseh ponudnikov).
8. Še nezadostno izkoriščanje lokacije in karakterja destinacije (vpetost v regijo), koncept 'gateway' mesta za raziskovanje zelenega podeželja in okolice/regije.

STRATEGIJA (TRŽENJE IN RAZVOJ TRŽENJSKIH PRODUKTOV DESTINACIJE PTUJ)

► Moderniziramo trženje in bolj učinkovito, bolj usmerjeno in bolj partnersko nastopamo na trgu.

1. Z jasno komunikacijsko strategijo, ki podpira vizijo, produktni portfelio destinacije in tržno pozicioniranje, komunikacijsko dodelavo trženjskih orodij in njihovim učinkovitim upravljanjem vzpostavljamo kakovostno osnovo za sodobno trženje (kombinacija off-line in on-line orodij – s poudarkom na trženju skozi kakovostne vsebine, domišljeno komunikacijo, s sodelovanjem v okviru regije Štajerska in zgodovinskih mest Slovenije in v tesnem partnerstvu s turističnimi ponudniki).
2. Razdelamo (odlično) komunikacijsko strategijo in na tej osnovi postavimo jasno strategijo komuniciranja, ključnih sporočil, tona komuniciranja, potrebnih podpornih orodij, paketov/programov, doživetij. Proces vodimo s turističnimi ponudniki – partnerji!
3. Krepimo (razvijamo ponudbo) in trženje ponudbe, ki omogoča obisk izven poletja, na osnovi privlačno »zapakiranih« produktov, paketov, programov, ki nagovarjajo jasne ciljne segmente.
4. Pri trženju močno izpostavljamo pozicijo najstarejšega mesta v Sloveniji.
5. Učinkovito se navezujemo na krovne (STO) promocijske aktivnosti, z uporabo sodobnih digitalnih orodij in platform.
6. Izboljšujemo proces skupnega načrtovanja in izvajanja promocije – za večjo vključenost vseh zainteresiranih ponudnikov in bolj učinkovito nastopanje destinacije kot povezane celote.
7. Trženjske aktivnosti na tujih trgih učinkovito preusmerjamo na trženje preko regije Štajerska. Znotraj le-te Ptuj krepimo svojo

PRIČAKOVANI REZULTAT (TRŽENJE IN RAZVOJ TRŽENJSKIH PRODUKTOV DESTINACIJE PTUJ)

**Ptuj je kreativno in učinkovito izkoristil svoje izjemne danosti in konkurenčne prednosti.
Uspešno, vidno in prepoznavno se je pozicioniral kot zelena butična
kulturno-termalna destinacija, z romantičnim zgodovinskim mestom sredi idiličnega podeželja,
za privlačna raziskovanja tisočletij zgodovine in enogastronomije.
Bolj sproščena ali bolj aktivna. A vedno pristna in zapomnljiva.**

Ptuj v praksi izkoristi svojo pozicijo kot enega od dveh osrednjih mestnih središč in turističnih centrov Štajerske (poleg Maribora) – ki je odlično dostopno in povezano; zato razvije koncept 'gateway' mesta. Bivanje na Ptuj, uživanje v termalnem oddihu, raziskovanju kulture, obiskovanju prireditev in festivalov – in seveda raziskovanju zelenega podeželja in regije. Razvija, izvaja, komunicira in uspešno prodaja edinstvena prodajna doživetja.

PREDSTAVITEV UKREPOV (TRŽENJE IN RAZVOJ TRŽENJSKIH PRODUKTOV DESTINACIJE PTUJ)

V Prilogi 2 AKCIJSKI NAČRT (Excel preglednica) so za vsak projekt/sklop aktivnosti opredeljeni nosilci, podana je prioriteta izvajanja, okvirna ocena stroška izvedbe ter indikativni viri financiranja.

<p>U5.1</p>	<p>PRIPRAVA KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE IN IZVEDBENEGA NAČRTA TRŽENJA: Oblikovanje izvedbenega načrta trženja turistične ponudbe destinacije Ptuj s kreativnimi zasnovami in konstantami tržnega komuniciranja in nadgrajeno znamko turistične podobe Ptuja (v skladu s strateškimi opredelitvami, vizijo in ciljnim tržnim pozicioniranjem: "Gateway to get away", »Vse se začne na Ptuju«, »Na Ptuju so vsi časi zdaj«, »Najstarejše mesto v Sloveniji«, Kaj je Lifestyle Ptuja?, idr.)</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava komunikacijske strategije, ki pretvarja koncept tržnega pozicioniranja v kreativna sporočila, ki učinkovito podpirajo trženjske cilje ii. Priprava izvedbenega načrta trženja turistične destinacije Ptuj (prodajne poti po posameznih trgih in segmentih turistov in izletnikov, načrt komuniciranja po posameznih trgih in segmentih, komunikacijske konstante, krovno kreativno tržno pozicioniranje destinacije, CGP idr.) v skladu s sprejeto Strategijo, s strani ZTP v sodelovanju in usklajevanju s turističnimi ponudniki iii. Informiranje turističnih ponudnikov in domačih javnosti o vsebini in rešitvah sprejetega izvedbenega načrta trženja s strani ZTP iv. Izvajanje letne analize stanja in načrta za prihodnje leto, glede na izvedbeni načrt trženja destinacije Ptuj in sprejeto Strategijo v. Lociranje in aplikacija namenskih virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki</p> <p>Časovnica: 2023–2024</p>
<p>U5.2</p>	<p>OBLIKOVANJE PRODAJNIH PAKETOV: Oblikovanje ključnih turističnih produktov in ponudb/paketov ptujskega turizma s ciljem podaljšanja PDB in dviga dodane vrednosti – Mesto Ptuj in naravno zaledje</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava projektne naloge za oblikovanje ključnih turističnih produktov/ponudb/paketov destinacije Ptuj v skladu z opredelitvami v Strategiji, za organizirane skupine in individualne goste, s strani ZTP v sodelovanju s turističnimi ponudniki, turističnimi vodniki in drugimi deležniki ii. Strokovna in kreativna izdelava turističnih produktov/ponudb/paketov s strani ZTP in angažiranjem strokovnega svetovalca iii. Aktivno sodelovanje s turističnimi ponudniki vključenimi v izvedbo produktov/ponudb/paketov pri plasiranju in posodabljanju ponudb s strani ZTP iv. Intenzivno tržno komuniciranje in pospeševanje prodaje produktov s strani ZTP na domačem in mednarodnih trgih v. Lociranje namenskih virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ Turistično vodniki</p> <p>Časovnica: 2023–2024</p>
<p>U5.3</p>	<p>PTUJSKA DIGITALNA KARTICA DOŽIVETIJ IN FESTIVALOV: »Ptujška digitalna kartica doživetij«/ »Ptuj Experience Card« - v navezavi na ukrep pod točko 2. V okviru te politike se kreativno in izvedbeno uredi, kot skupni paket, ki vključuje: vstopnine, parkiranje, izposojo (e-)koles, izbrano gostinsko ponudbo v ptujskih lokalih, idr. Kot podprojekt: »Ptujška Festivalna kartica doživetij«/«Ptuj Festival & Experience Card« (tudi v času Kurentovanja).</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava programskih vsebin, poslovno finančnih pravnih in organizacijskih rešitev projekta ptujške digitalne kartice doživetij - spletne aplikacije za pametne telefone, s strani ZTP v sodelovanju z JSP, PMPO, turističnimi ponudniki in drugimi deležniki

	<ul style="list-style-type: none"> ii. Določiti storitve in proizvode vključene v kartice doživetij in dogovoriti vse pogoje z izvajalci storitev in ponudniki izdelkov iii. Izvedba digitalne aplikacije in kreativne podobe kartice doživetij v skladu z strateškimi opredelitvami in AWAY izvedbenim načrtom trženja iv. Izobraževanje vseh vključenih turističnih ponudnikov o storitvah in produktih ter načinu izvajanja storitev v okviru kartice doživetij v. Navezava na Ukrepe: 1.1, 1.2, 1.4, 3.7, 3.8, 4.3, 4.6, 4.7, 5.1, 5.4, 5.8 vi. Intenzivno tržno komuniciranje produkta s strani ZTP (na lokalnem in širšem območju) in MO Ptuj s vključevanjem v turističnih ponudnikov vii. Lociranje virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri)
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ PMPO ↔ JSP ↔ Turistični ponudniki ↔ MO Ptuj
	Časovnica: 2024–2026

U5.4	<p>MODEL USMERJANJA OBISKOVALCA: Vzpostavitev interne (trženjske) mreže ponudbe in trženjskega modela za učinkovito usmerjanje obiskovalca (za večjo potrošnjo in dodano vrednost izkušnje – ko je gost že v destinaciji)</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Izvedba in vzpostavitev trženjske mreže ponudnikov destinacije Ptuj, s strani ZTP v sodelovanju z javnimi zavodi in institucijami in s turističnimi ponudniki, s ciljem, da se pri vsakem ponudniku nahajajo in pridobijo sistematsko predstavljene informacije o drugih raznovrstnih ponudnikih v destinaciji z namenom medsebojnega pospeševanja prodaje ii. Pritegniti čim večje število partnerjev (ponudnikov turističnih storitev in izdelkov v destinaciji) vključenih v projekt, za učinkovito medsebojno delovanje trženjskega modela medsebojnega mrežnega pospeševanja prodaje, s strani ZTP iii. V čim večji meri vključiti digitalne načine posredovanja informacij ob nujnih klasičnih promocijskih načinih iv. Predstavitev izvedenega modela za medsebojno pospeševanje prodaje turističnim ponudnikom in drugim ponudnikom izdelkov in storitev v destinaciji v. Spremljanje učinkovitosti izvajanja projekta s strani ZTP vi. Lociranje namenskih virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in zasebnih lastniških virov
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ PMPO ↔ Turistični ponudniki ↔ Ponudniki drugi storitev in izdelkov v destinaciji
	Časovnica: 2024–2024

U5.5	<p>OGLAŠEVALSKA KAMPANJA KLJUČNE IKONE PTUJA: Večletna informacijsko oglaševalska kampanja »ključne ikone Ptuja« in promocija življenjskega stila ("Lifestyle-a) Ptuja" za dvig prepoznavnosti in dodane vrednosti ptujskega turizma na ciljnih nišnih segmentih mednarodnih trgov in domačem trgu (v skladu s strateškimi opredelitvami, v navezavi na naravno okolje)</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Priprava terminskega načrta, ciljev, ključnih vsebin (ikon in »lifestyle«-a) in kreativne zasnove posebne kampanje s strani ZTP, v sodelovanju s turističnimi ponudniki, ob angažiranju strokovnega izvajalca, v skladu z opredelitvami v Strategiji ii. Izvedba oglaševalske kampanje in promocije »Life style«-a Ptuja na določeno izbranih medijih (poudarek na e-medijih) v Sloveniji in ciljnih tujih trgih in segmentih, s strani ZTP in izbranega izvajalca iii. Po oz. v okviru opravljene oglaševalske kampanje meriti posredno in neposredno učinkovitost kampanje s strani ZTP oz. izbranega izvajalca
-------------	---

iv.	Oglaševalska kampanja se načrtuje za izvedbi v obdobju 2024–2026
v.	Lociranje namenskih virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in zasebnih virov financiranja
Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP	
Nosilci ukrepov: ZTP ↔ PMPO ↔ ZGAP ↔ Turistični ponudniki ↔ Turistično vodniki	
Časovnica: 2024–2026	

U5.6	REDNO LETNO OGLAŠEVANJE NA TUJIH TRGIH: Redna letna oglaševalska kampanja ptujskega turizma ciljno usmerjena na tuje nišne segmente in trge za dvig prepoznavnosti, ciljno pozicioniranje in pospeševanje prodaje; <i>navezava na ukrepe 5.1, 5.2 in 5.5</i>
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i>
	i. Priprava terminskega načrta, ciljev, ključnih vsebin in kreativne zasnove kampanje s strani ZTP, v sodelovanju s turističnimi ponudniki, ob angažiranju strokovnega izvajalca, v skladu z opredelitvami v Strategiji
	ii. Opredelitev nišnih segmentov in ciljnih območij kampanje na tujih trgih Avstrije, Nemčije in Italije in eventualnih drugih držav
	iii. Cilj kampanje je predvsem doseči sezonalizacijo, dvig dodane vrednosti in prepoznavnosti ptujske turistične ponudbe in destinacije Ptuj
iv. Izvedba oglaševalske kampanje na izbranih tujih trgih in nišnih segmentih preko izbranih medijev (poudarek na e-medijih), s strani ZTP in izbranega izvajalca	
v. Po oz. v okviru opravljene oglaševalske kampanje meriti posredno in neposredno učinkovitost kampanje s strani ZTP oz. izbranega izvajalca	
vi. Oglaševalska kampanja se izvaja in prilagaja na okoliščine vsako leto	
vii. Lociranje in aplikacija namenskih virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in zasebnih virov financiranja	
Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP	
Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ PMPO	
Časovnica: 2023–2028	

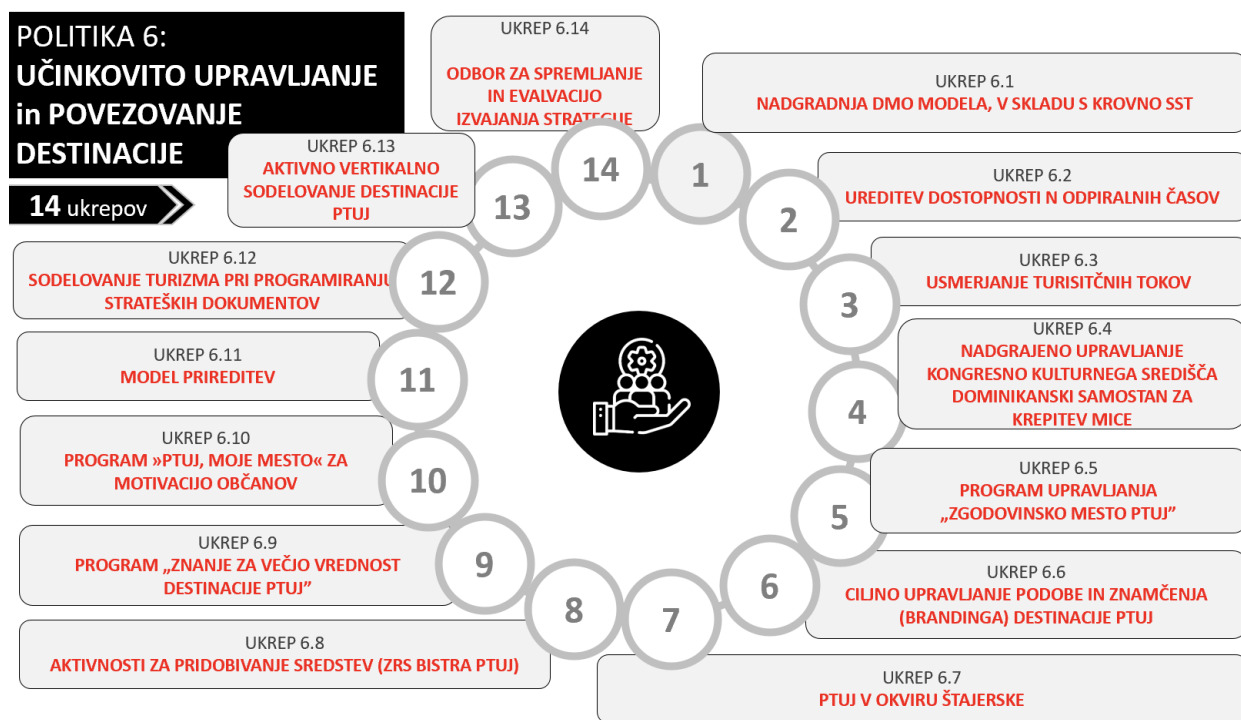
U5.7	VEČLETNA KAMPANJA NA DOMAČEM TRGU: Večletna Informacijsko oglaševalska kampanja za dvig prepoznavnosti, pozicioniranje in pospeševanja prodaje na slovenskem trgu; <i>navezava na ukrepe 5.1, 5.2 in 5.5</i>
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i>
	i. Priprava terminskega načrta, ciljev, ključnih vsebin in kreativne zasnove kampanje s strani ZTP, v sodelovanju s turističnimi ponudniki, ob angažiranju strokovnega izvajalca, v skladu z opredelitvami v Strategiji za domači trg in pozicioniranje destinacije Ptuj na domačem trgu
	ii. Opredelitev nišnih segmentov in ciljnih območij kampanje na domačem trgu
	iii. Cilj kampanje je doseči sezonalizacijo, dvig dodane vrednosti in prepoznavnosti ptujske turistične ponudbe in destinacije Ptuj na domačem trgu in med Slovenci
iv. Izvedba oglaševalske kampanje na izbranih nišnih segmentih v Sloveniji preko izbranih medijev (poudarek na e-medijih), s strani ZTP in izbranega izvajalca	
v. Po oz. v okviru opravljene oglaševalske kampanje meriti posredno in neposredno učinkovitost kampanje s strani ZTP oz. izbranega izvajalca	
vi. Oglaševalska kampanja se izvaja in prilagaja na okoliščine vsako leto	
Dogovor o sofinanciranju kampanje s strani zasebnih virov financiranja (turistični ponudniki in partnerji)"	
Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP	
Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ PMPO	
Časovnica: 2023–2025	

<p>U5.8</p>	<p>PARTNERSTVO ZA PTUJ – MESTO MLADIH: »Partnerstvo za Ptuj – mesto mladih« med ZTP, CID, Nevladnimi organizacijami in MO Ptuj in priprava ter izvedba akcijskega načrta za turizem mladih v destinaciji Ptuj; <i>navezava na ukrepe 5.6, 5.7 in 5.9</i></p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Doseči dogovor in oblikovati »Partnerstvo za Ptuj - mesto mladih« med ZTP, CID, Nevladnimi organizacijami in MO Ptuj in pripravo akcijskega načrta za turizem mladih v destinaciji Ptuj ii. Definirati mlade kot posebno ciljno pod-skupino in jo razdeliti na ustrezne segmente ali kot podsegmente znotraj posameznih segmentov iii. V oglaševalskih aktivnostih predstavljati Ptuj tudi kot destinacijo za mlade in ta koncept tudi ustrezno vključevati v tržno pozicioniranje in komuniciranje destinacije iv. Oblikovati zemljevid »Mladi za mlade« (po vzoru Maribora in skupnosti mest USE-it) v. Oblikovati festivalske pakete (v sodelovanju ali kot predlog nosilcev festivalov in turističnih ponudnikov) in pripraviti posebne ugodnosti za mlade (prevozi SŽ, prevozi iz bližnjih mest v času dogodkov, ipd.) vi. Izmenjave mladih iz pobratenih mest, spodbujanje sodelovanja na projektih več sodelovanja, projektov vii. Sodelovanje z agencijami za mlade v času Kurentovanja in drugih festivalov viii. Oblikovati koncept in vzpostaviti Sobo pobega (v javni ali zasebni iniciativi) ix. Doseči dogovor o financiranju in vzpostavljanju turističnih aktivnosti in ponudbe za mlade v destinaciji <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ CID ↔ Nevladne organizacije ↔ MO Ptuj</p> <p>Časovnica: 2024–2028</p>
<p>U5.9</p>	<p>KAMPANJA ZA DVIG DODANE VREDNOSTI DO IZLETNIŠKIH OBISKOVALCEV: Oblikovanje in trženje programov in paketov višje vrednosti za izletniške obiskovalce in učinkovitejše vključevanje prireditev in festivalov v ponudbo za turiste in izletnike (sinergije in uskladitev med interesi domačega prebivalstva, turisti in izletniki na področju prireditev in festivalov); <i>navezava na Ukrep 6.3</i></p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Oblikovanje poldnevni in celodnevni turistični programov in paketov višje dodane vrednosti (več vključenih vsebin in doživetij) oblikovanih za različne ciljne skupine individualnih in organiziranih izletniških obiskovalcev destinacije Ptuj, s strani ZTP v sodelovanju s PMPO, turističnimi ponudniki in drugimi deležniki destinacije Ptuj na ponudbeni strani izletniških programov ii. Poudarek tudi na oblikovanju posebnih izletniških programov z vključenimi dogodki tradicionalnih festivalov in prireditev v sodelovanju in usklajevanju z organizatorji festivalov, prireditev in drugimi deležniki v turistični ponudbi destinacije in upoštevanju interesov domačega prebivalstva pri prireditvah in festivalih s ciljem pozitivne interakcije med domačim prebivalstvom in izletniki, obiskovalci prireditev iii. Vključevanje izletniških programov, pomembnih dogodkov in festivalov v krovno tržno komuniciranje, pozicioniranje destinacije in pospeševanje prodaje načrtovano v drugih Ukrepih povezanih s trženjem iv. Vzpostavitev kavinega prodajnega trženja izletniških programov/paketov (vključno z dogodki in festivali) v sodelovanju z izbranim incoming agentom; navezava na Ukrep 6.3 v. Vsakoletno prilagajanje in posodabljanje ponudb/paketov za izletniške obiskovalce in obiskovalce festivalov in prireditev vi. Lociranje virov za namensko sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in zasebnih virov financiranja (turistični ponudniki, partnerji) <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ PMPO ↔ Turistični vodniki</p> <p>Časovnica: 2023–2025 (delno že v izvajanju)</p>

7.6 Politika 6: UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE (14 ukrepov)



PREGLED UKREPOV (UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE)



KLJUČNI IZZIVI ((UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE)

1. Učinkovitost upravljanja destinacije iz vidika stabilnosti, sredstev, kadrov, ključne destinacijske management funkcije, vloge prireditvene dejavnosti idr.
2. Notranja konsolidacija vseh skupin deležnikov o razumevanju vrednot in potencialih Ptuja ter potrebi po sodelovanju in razumevanju širših učinkov turizma.
3. Nizka dodana vrednost (in kakovost) turistične ponudbe na Ptuju.
4. Zaostajanje v razvojni dinamiki turistične dejavnosti v destinaciji Ptuj.
5. Učinkovitost upravljanja in trženja destinacije je nižja zaradi nepovezanosti in neusklajenosti delovanja posameznih deležnikov.
6. Zaradi nestabilnosti v upravljaljskih strukturah in različnih prioritetah razporejanja sredstev je še vedno relativno nejasno pozicioniranje in nizka stopnja valorizacije ključnih prednosti in privlačnosti Ptuja.
7. Prenizka kakovost, urejenost in dostopnost ključnih turističnih privlačnosti destinacije je posledica neustrezno delujočih in neusklajenih upravljaljskih struktur.

8. Izredno visoka sezonskost turističnega prometa je v pomembnem delu posledica slabega upravljanja turističnih tokov v času in prostoru.
9. Model delovanja, upravljanja in programskih prioritet Zavoda za turizem Ptuj še ni prilagojen usmeritvam za delovanje zavoda kot destinacijske management organizacije (DMO) v skladu z usmeritvami in standardi opredeljenimi v Strategiji slovenskega turizma 2022–2028 za vodilne turistične destinacije.
10. Nižja dostopnost posameznih pomembnih delov turistične ponudbe za turiste in izletnike je posledica slabega upravljanja in koordinacije turistične ponudbe.
11. Nizka dodana vrednost izletniškega in tranzitnega turizma na Ptuj zahteva jasnejše upravljske posege v usmerjanje in segmentiranje teh vrst turističnih tokov.
12. Konferenčna in celotna »MICE« dejavnost v kongresno kulturnem središču Dominikanska samostan ni zaživela, predvsem iz upravljskega vidika.
13. Izredno slabo stanje nepremičnega premoženja na območju zgodovinskega mestnega jedra Ptuja, ki predstavlja osredno privlačnost destinacije, in nizka aktivacija in valorizacija le-tega, kjer je MO Ptuj lastnik znatnega dela tega stavbnega fonda, kaže na pomanjkanje ustreznega modela upravljanja in razvoja tega premoženja.
14. Povezovanje v ožje in širše destinacijske in regijske povezave z drugimi kraji in destinacijami za dvig dolžine in obsega doživetja turistov.
15. Lociranje in upravljanje s pridobivanjem namenskih virov na ravni države, EU in zasebnih virov za (so)financiranje nujnih obsežnih projektov, programov in naložb za razvoj turizma.
16. Upravljanje s kadri, znanjem in spretnostmi za dvig kakovosti turističnih storitev v destinaciji in doseganje višje dodane vrednosti.
17. Aktivacija prebivalcev za sodelovanje in podporo projektom in ukrepom za razvoj turizma.
18. Upravljanje in usmerjanje prireditev in festivalov kot dela turistične ponudbe destinacije.
19. Aktivna vključenost turističnih deležnikov destinacije pri oblikovanju strateških in prostorsko planskih dokumentov razvoja.
20. Sodelovanje destinacije z nacionalnimi institucijami in organi, produktnimi združenji in mednarodna partnerska sodelovanja.
21. Upravljanje in spremljanje realizacije strategije razvoja turizma.

STRATEGIJA (UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE)

► Opolnomočenje Zavoda za turizem Ptuj z nadgradnjo in strukturiranjem modela upravljanja, prioritet delovanja, dvigom kompetenc in večjo koordinacijsko upravljsko in trženjsko vlogo, med vsemi deležniki, pri upravljanju in mednarodnem pozicioniranju Ptuja kot vrhunske turistične destinacije, tudi na osnovi digitalizacije procesov, ter temu ustreznim obsegom in viri financiranja. Uvedba učinkovitih modelov upravljanja ključnih funkcij mesta, kritično povezanih z razvojem turizma, ključnih privlačnosti mesta in kakovostjo bivanja domačega prebivalstva.

1. Zavod za turizem Ptuj (ZTP) razvijamo kot sodobno destinacijsko management organizacijo (DMO) vodilne destinacije Ptuj, v skladu z usmeritvami in standardi opredeljenimi v Strategiji slovenskega turizma 2022-2028 in izvedbenimi ukrepi pristojnega ministrstva in Slovenske Turistične Organizacije na tem področju. Ohranjamo institucionalno samostojnost ZTP in dodajamo večjo vlogo turističnega gospodarstva in drugih ključnih deležnikov pri soupravljanju in programskem usklajevanju delovanja.
2. Aktivno usklajujemo in koordiniramo časovno dostopnost in odpiralne čase privlačnosti in funkcij, ki jih upravljajo javni zavodi in kulinarčne zasebne ponudbe v mestu v ključnih obdobjih za turistično dejavnost.
3. Vzpostavljamo upravljski model in principe za uspešnejše trženje turistične ponudbe destinacije Ptuj z višjo dodano vrednostjo do izletniških gostov in tranzitnih potnikov.
4. Nadgrajujemo vsebine in kakovost upravljanja in trženja kongresno kulturnega središča Dominikanski samostan prioriteto na področju poslovnih in strokovnih srečanj in celotnega spektra »MICE« turističnega produkta.

5. Vzpostavljamo upravljavsko strukturo in partnerstva z zasebnimi investitorji za pripravo, zagon in realizacijo celostnega projekta in programa za valorizacijo in oživitev zgodovinskega mestnega jedra pod nazivom »Zgodovinsko mesto Ptuj«.
6. Vzpostavljamo upravljanje znamke in podznamk mesta Ptuj in usmerjanja podobe in zaščite lepote mesta, kar kritično vpliva na pozicioniranje celotne destinacije in njeno vrednost, kot tudi vrednost vseh njenih deležnikov.
7. Z drugimi destinacijami in partnerji se povezujemo v regijsko destinacijo slovenska »Štajerska« za zagotovitev širine ponudbe in doseganja sinergije s skupno znamko »Štajerska« na tujih trgih, ki bo posledično vplivala na podaljšanje dobe bivanja turistov in učinkovitejši dostop do tujih trgov ter pogajalsko pozicijo pri zastopanju skupnih interesov do nacionalnih institucij in mednarodnih partnerjev.
8. Opolnomočili bomo ZRS Bistra kot deležnika destinacije Ptuj za lociranje, asistenco in pripravo aplikacij na namenske vire (so)financiranja na državni in EU ravni za javne in zasebne projekte predvidene z ukrepi strategije razvoja turizma.
9. Spodbujali in vzpostavili bomo partnerstva med izobraževalnimi ustanovami, strokovnjaki in deležniki na strani turistične ponudbe destinacije, za dvig znanja in spretnosti podjetnikov in zaposlenih v turizmu s ciljem povečati kakovost storitev in dodano vrednost ptujskega turizma.
10. Vključevali bomo občane v spremljanje, informiranje, podajanje mnenj in usmeritev in podporo projektom predvidenim v ukrepih strategije razvoja turizma.
11. Nadgradili bomo model upravljanja in standarde financiranja in usklajevanja festivalov in drugih prireditev na Ptuj s ciljem intenzivnejšega in učinkovitejšega vključevanja prireditvene dejavnosti v turistične produkte in ponudbo destinacije ter skladnost prireditev in festivalov s ciljnimi pozicioniranjem in podobo destinacije Ptuj.
12. Predstavniki turističnega sektorja destinacije se, s ciljem zagotavljanja širših medsektorskih pogojev za delovanje in razvoj turizma, aktivno vključujejo v usklajevanje in sooblikovanje strateških in prostorsko planskih dokumentov, ki jih sprejema MO Ptuj
13. Destinacija Ptuj se aktivno in sistematično povezuje in usklajuje z nacionalnimi institucijami in državnimi organi in agencijami na ravni ZTP, MO Ptuj ali drugih deležnikov in vzpostavlja mednarodna partnerstva s ciljem uresničevanja interesov destinacije, njenih deležnikov in MO Ptuj.
14. Deležniki destinacije bomo preko ustreznih organov spremljali in usmerjali uresničevanje strategije razvoja turizma do leta 2028 in zastavljenega akcijskega načrta ter pb večjih odstopanjih ustrezno ukrepali.

PRIČAKOVANI REZULTAT (UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE)

Destinacija Ptuj je kvalitetno in učinkovito upravljana kar se kaže na povezanosti in usklajenem nastopanju deležnikov v turistični ponudbi ter doseganju ugodnih rezultatov turističnega prometa in rasti dodane vrednosti v skladu z zastavljenimi cilji. Za razvoj, trženje in upravljanje turistične destinacije se namenljajo zadostna sredstva, ki se združujejo tudi z zasebnimi partnerji pri financiranju posameznih trženjskih aktivnosti ali tržnih projektov. Predvideni razvojni ukrepi in projekti so v veliki večini v fazi realizacije ali so realizirani in deležniki destinacije so ob funkcionalni podpori ZRS Bistra in starteški podpori MO Ptuj uspeli pridobiti namenske vire (so)financiranja. Projekt »Zgodovinsko mesto Ptuj« je v fazi realizacije in zgodovinsko mestno jedro Ptuja je pričelo oživljati s številnimi naložbami, priseljevanjem stanovalcev različnih generacij, podjetniških storitev in poslovnih prostorov, butičnih turističnih nastanitvenih kapacitet in pestro izbiro kulinarčnih ponudnikov.

Vzpostavljen je model delovanja in upravljanja ZTP, ki deluje kot sodobna DMO in je odgovorna za upravljanje vodilne destinacije Ptuj, ki vključuje v upravljanje in aktivno usklajevanje ključne deležnike iz destinacije in svoje aktivnosti usklajuje tudi z nacionalnimi institucijami in združenji. Turistična ponudba in ponudniki se med seboj redno usklajujejo in omogočajo optimalno dostopnost turistične ponudbe destinacije. Izletniški in tranzitni gostje se usmerjajo in upravljajo na način, ki dosega višjo vrednost za goste in destinacijo. V zgodovinskem mestnem jedru se prepleta visoko kakovostno življensko okolje domačinov, turistov in izletnikov, kar z upravljanjem uravnava in spremlja posebna ekipa določena s strani

MO Ptuj in finančnih partnerjev, ki skrbi za urejanje, vzdrževanje, trženje in komunikacijo deležnikov znotraj »Zgodovinskega mesta Ptuj«, ki jo usklajuje z ZTP in drugimi javnimi službami mesta. Destinacija Ptuj uspešno nastopa skupaj z ostalimi partnerji v regijski destinaciji »Štajerska«, kjer ima Ptuj s svojimi danostmi še posebej pomembno vlogo, kar mu daje še večjo prodornost in prepoznavnost na tujih trgih. Občani so aktivno vključeni v spremljanje ukrepov in projektov razvoja turizma in zaradi transparentnosti odnosov in pomena realizacije projektov za razvoj kakovosti bivanja občanov pozitivno a tudi kritično prispevajo k usmerjanju in spremljanju teh projektov.

Na Ptuj in v zgodovinskem mestnem jedru se dogaja veliko celo vrhunskih umetniških festivalov, enogastronomskih dogodkov in drugih manjših in srednje velikih prireditvev, ki so usklajene s turističnimi tokovi v destinaciji in prispevajo k zasedenosti turističnih kapacitet, predsvem izven poletne sezone. V Dominikanskem samostanu potekao povečini poslovna in strokovna srečanja ter konference in drugi dogodki, ki generirajo višjo turistično potrošnjo izven poletne sezone in znatno dvigujejo dodano vrednost in sezonsko stabilnost destinacije.

PREDSTAVITEV UKREPOV (UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE)

V Prilogi 2 AKCIJSKI NAČRT (Excel preglednica) so za vsak projekt/sklop aktivnosti opredeljeni nosilci, podana je prioriteta izvajanja, okvirna ocena stroška izvedbe ter indikativni viri financiranja.

<p>U6.1</p>	<p>NADGRADNJA DMO MODELA, V SKLADU S KROVNO SST: Implementacija poslanstva, delovanja, vloge in odgovornosti Zavoda za turizem Ptuj kot DMO ene od vodilnih destinacij v slovenskem turizmu in le-tega v odnosu do drugih deležnikov v destinaciji. Uskladitev organizacije in delovanja ZTP v skladu s Strategijo slovenskega turizma 2022–2028</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Jasna opredelitev vloge, poslanstva in osnovnih nalog ZTP kot destinacijske management organizacije ene od vodilnih destinacij v slovenskem turizmu v skladu z opredelitvami SST 2022-2028 na področju Politike 6 - Upravljanje destinacij in povezovanje turizma in ukrepov 6.1.1. Uskladitev vsebin in razumevanja dela destinacijskih organizacij s potrebami aktualnega razvoja turizma in prioriteta strategije"" in 6.2.1. Nadgradnja modela vodilnih destinacij ukrepov Destinacijskega upravljanja za destinacijske management organizacije (DMO) ii. Opredelitev načina upravljanja in sestave sveta zavoda in drugih organov upravljanja in usmerjanja delovanja v skladu z opredelitvami iz prve alineje, z večjo vlogo turističnih ponudnikov in drugih deležnikov na strani ponudbe destinacije v upravljanju in usmerjanju delovanja ZTP iii. Osredotočenje delovanja ZTP na razvojne, upravljalne, koordinacijske, trženjske, komunikacijsko-informativne, prodajno pospeševalne in produktne aktivnosti v turistični destinaciji Ptuj iv. Zmanjšanje oz. prenehanje izvajanja izvedbenih aktivnosti na področju prireditvene dejavnosti (kot je izvedbena organizacija Kurentovanja, Zimske pravljice, Martinovanja, Ptujске noči, ipd.) v. ZTP se sicer postopno, a v celoti in s sprejetjem ustreznih dopolnitev in/ali sprememb ustanovitvenih in notranjih aktov prilagodi navedenemu delovanju najkasneje do konca leta 2024 <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ ZTP ↔ Turistični ponudniki</p> <p>Časovnica: 2023–2024</p>
--------------------	---

<p>U6.2</p>	<p>UREDITEV DOSTOPNOSTI N ODPIRALNIH ČASOV: Ureditev dostopnosti in odpiralnih časov ključnih privlačnosti destinacije (Zbirke PMPO) in gostinske ter kulinarčne ponudbe</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Glede na značilnosti obiska turistične destinacije Ptuj se ugotovi katere privlačnosti (Muzej na gradu, Mitreji, kulinarčna ponudba,...) so ključne za turiste in obiskovalce ter
--------------------	--

	<p>ugotoviti/zbrati odpiralne čase ključnih privlačnosti in ponudbe (po sezonah) sin jih primerjati s pričakovanju turistov in obiskovalcev destinacije, strani ZTP v sodelovanju s PMPO in turističnimi ponudniki</p> <p>ii. Uskladitev glede optimalnih odpiralnih časov med ključnimi privlačnostmi destinacije (PMPO zbirke, Grad Ptuj, Mitreji, ...) ter ponudniki gostinske in kulinarčne ponudbe s strani ZTP v sodelovanju s PMPO in ključnimi gostinskimi ponudniki</p> <p>iii. Doseganje dogovora in določitev optimalno opredeljenih in usklajenih odpiralnih časov turističnih atrakcije destinacije in ""dežurne"" kulinarčne ponudbe v posameznih ključnih časovnih obdobjih (sezonah, mesecih, dnevih v tednu), ko običajno ni odprte nobene kulinarčne ponudbe kljub temu, da so gostje v destinaciji (Silvestrovo popoldne, 1. Januar, določeni prazniki, ipd.)</p> <p>iv. → Obveščanje tujih in domačih gostov in domačinov o odpiralnih časih (spletne strani, google map/search, krovna spletna stran destinacije - ZTP) ter sprotno spremljanje in prilagajanje glede na odzive obiskovalcev</p> <p>Lociranje virov za sofinanciranje projekta s strani MO Ptuj preko proračuna PMPO, ipd.</p>
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP, PMPO
	Nosilci ukrepov: Z ZTP ↔ PMPO ↔ Turistični ponudniki
	Časovnica: 2023–2025

U6.3	<p>USMERJANJE TURISTIČNIH TOKOV: Vzpostavitev upravljanja tokov izletniškega in tranzitnega turizma na Ptuj za dvig dodane vrednosti in zmanjšanje negativnih vplivov na okolje; - navezava na Ukrep 5.8</p>
	<p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <p>i. Navezava na Ukrep 3.8, v katerem se pripravi tudi podrobno analizo obsega in potenciala izletniškega turizma v destinaciji (št. obiskovalcev, dejavnosti obiskovalcev, struktura individualni-organizirani, segmenti po motivu in sociodemografski strukturi, ipd.) in načrt upravljanja (cilji, aktivnosti, časovni načrt, organizacija in odgovornosti upravljanja) s strani ZTP v sodelovanju s turističnimi ponudniki za izletniške turiste, PMPO in turističnimi vodniki</p> <p>ii. Po predhodni analizi in iskanju primernih kandidatov, podelitev neke vrste koncesije/pooblastila ali pogodbenega sodelovanja s strani ZTP zasebnemu specializiranemu incoming turističnemu agentu (ali več agentom), ki delujejo in zaposlujejo v destinaciji Ptuj, ki prevzame profesionalno in kakovostno izvedbo programov/paketov organiziranih (manjših ali večjih) skupin izletniških gostov na terenu, po ponudbah in paketih, ki jih promovira ZTP; navezava na Ukrep 5.8</p> <p>iii. Podpora pooblaščenemu incoming agentu v tržnem komuniciranju in pospeševanju prodaje izletniških programov/paketov s strani ZTP in zaveza pooblaščenega incoming agenta k visoki kakovosti in dodani vrednosti izvajanja izletniških programov in skladnosti s strateškimi opredelitvami in ciljnim pozicioniranjem destinacije Ptuj pri izvajanju storitev.</p> <p>iv. Na osnovi analize tranzitnih tokov skozi destinacijo Ptuj (predvsem podatki za mejne prehode Gruškovje, Zavrč, idr.) se, v navezavi na Ukrep 3.8, pripravi načrt za valorizacijo in usmerjanje tranzitnih tokov s ciljem dviga dodane vrednosti za destinacijo Ptuj in kanal za pozicioniranje Ptuj kot destinacije za raziskovanje, obisk in tudi daljše bivanje ob naslednjem obisku. Predvsem (realno) načrtovati pospeševanje obiska tranzitnih potnikov s prenočitvijo na Ptuj v predsezoni (pomlad, zgodnje poletje) in posezoni (zgodnja jesen), v glavni sezoni (visoko poletje) pa dvig kakovosti doživetja in povprečne potrošnje</p> <p>v. Pri upravljanju tranzitnih turističnih tokov vzpostaviti fizične in digitalne načine in orodja informiranja in usmerjanja potnikov k turističnim doživetjem in potrošnji v destinaciji Ptuj; navezava na Ukrep 3.8</p> <p>vi. → ZTP v svojem programu dela oblikuje posebno Delovno skupino za upravljanje tokov izletniškega in tranzitnega turizma v destinaciji Ptuj sestavljeno iz predstavnikov stroke</p>

	<p>iz ZTP, turističnih ponudnikov povezanih z interesi izletniškega in tranzitnega turizma, PMPO in zunanjih sodelavcev,</p> <p>vii. Vzpostavitev partnerskih odnosov z drugimi zavodi, zasebnimi podjetji in turističnimi ponudniki za zagotovitev podpore dvigu vrednosti in časovnemu in prostorskemu upravljanju tokov izletniškega in tranzitnega turizma v destinaciji Ptuj</p> <p>viii. Izvajanje trženjsko komunikacijske podpore za upravljanje izletniškega in tranzitnega turizma v destinaciji s strani ZTP v sodelovanju s turističnimi ponudniki, PMPO, idr. se izvaja v skladu in v navezi na Ukrep 3.8. in druge Ukrepe iz Politike 5. povezane s trženjem in informiranjem turistov in izletnikov</p> <p>ix. Zaradi pomena te vrste turizma za destinacijo Ptuj se izvaja posebno redno letno ocenjevanje učinkovitosti ukrepov povezanih z izletniškim in tranzitnim turizmom in prilagajanje ukrepov s strani ZTP v sodelovanju s turističnimi ponudniki, PMPO</p> <p>x. Lociranje virov za sofinanciranje aktivnosti s strani MO Ptuj v okviru proračuna ZTP in zasebnih virov (turistični ponudniki)</p>
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ PMPO ↔ Turistični vodniki
	Časovnica: 2023–2028

U6.4	<p>NADGRAJENO UPRAVLJANJE KONGRESNO KULTURNEGA SREDIŠČA DOMINIKANSKI SAMOSTAN ZA KREPITEV MICE: Nadgradnja modela upravljanja Kongresno kulturnega središča Dominikanski Samostan za intenzivnejše trženje predvsem MICE produkta Ptuja in strokovno opolnomočenje upravljavca (poslovnih in strokovnih srečanj, incentive dogodkov, strokovnih in poslovnih konferenc in drugih dogodkov kot so komercialnih in strokovnih promocij in razstav, ipd.), s ciljem trženja večdnevniških dogodkov v jesenskem in pomladnem obdobju</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <p>i. Turistični produkti s področja MICE (poslovnih in strokovnih srečanj, incentive dogodkov, strokovnih in poslovnih konferenc in drugih dogodkov kot so komercialnih in strokovnih promocij in razstav, ipd.) predstavljajo enega od ključnih produktov za strateški cilj sezonalizacije in dviga dodane vrednosti turistične ponudbe destinacije Ptuj. Zraven te vrste ponudbe v Termah Ptuj, predstavlja infrastruktura Dominikanskega samostana zelo pomembno priložnost za razvoj tega produkta za polnjenje turističnih in gostinskih kapacitet v zgodovinskem mestnem jedru Ptuja, ki pa ni v zadostni meri valorizirana na tem tržnem segmentu</p> <p>ii. MO Ptuj preko organov upravljanja v JSP opredeli, da se program upravljanja Kongresno kulturnega središča Dominikanski Samostan nadgradi in okrepi v urejanju infrastrukture, opremi in predvsem upravljanju in trženju področja MICE produkta in se temu ustrezno organizacijsko in kadrovske okrepi/reorganizira. Predvsem se okrepi ponudba in trženje za področje strokovnih in poslovnih srečanj, konferenc, komercialnih in strokovnih razstav in komercialnih promocijskih dogodkov, prioritarno večdnevniških dogodkov z višjo dodano vrednostjo v zimskem, pomladnem in jesenskem času</p> <p>iii. JSP se organizira, da deluje s področjem upravljanja Dominikanskega samostana tudi kot incoming MICE agent ALI pa se opredeli z neke vrste koncesijo, pooblastilom ali pogodbenim razmerjem zasebnega turističnega agenta registriranega na območju destinacije Ptuj, da deluje kot incoming MICE agent, JSP pa opravlja samo tehnično upravljanje in vzdrževanje infrastrukture</p> <p>iv. JSP (oz. incoming MICE agent) se pri nadgradnji dejavnosti Dominikanskega Samostana intenzivno povezuje z ZTP, PMPO in Turističnimi ponudniki v destinaciji s ciljem doseganja sinergij pri upravljanju in trženju produktov MICE</p> <p>v. Financiranje reorganizacije upravljanja Dominikanskega Samostana se zagotoviti delno iz proračuna MO Ptuj preko JSP (razvojni del) in delno iz tržnih učinkov dejavnosti, ki postopno postanejo osnovni vir financiranja te dejavnosti</p>
-------------	---

vi.	Upravljanje Dominikanskega samostana se sicer postopno a v celoti in s sprejetjem ustreznih dopolnitev in/ali sprememb ustanovitvenih in notranjih aktov prilagodi navedenemu delovanju najkasneje do konca leta 2024
Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): JSP	
Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ JSP ↔ ZTP ↔ Turistični ponudniki	
Časovnica: 2023–2028	

U6.5	PROGRAM UPRAVLJANJA »ZGODOVINSKO MESTO PTUJ«: Program upravljanja »Zgodovinsko mesto Ptuj«; navezava na Ukrep 1.6 in podrobnejši opis projekta/programa
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> i. MO Ptuj obravnava in sprejme podrobnejši načrt za razvoj in upravljanje projekta pod nazivom ""Zgodovinsko mesto Ptuj"" , kot je opisan v tej Strategiji z izvedbenimi odločitvami in imenovanjem teles kot je predstavljeno v nadaljevanju ii. V okviru mestne uprave, neposredno pod nadzorom Župana/Županje se določi usposobljena in odgovorna oseba za vodenje projekta (Vodja projekta »Zgodovinsko Mesto Ptuj«/«Manager of Historical City of Ptuj) in skupina zaposlenih v mestni upravi za podporo upravljanju projekta, ki jo koordinira Vodja projekta. Vodja projekta in skupina MO Ptuj angažirajo pri vodenju projekta tudi zunanje strokovnjake in specializirane izvajalce s posameznih področij v Sloveniji in tujini. Vodja projekta in skupina vodijo in pripravljajo aktivnosti v korakih in v skladu z Ukrepom 1.6. in usmeritvami navedenimi v podrobnejšem opisu tega Ukrepa v okviru te Strategije iii. Kot posvetovalno in usmerjevalno telo se skupini za podporo in vodenje projekta, zaradi strateškega pomena projekta za celotno turistično destinacijo in MO Ptuj, imenuje »Skupina (ali odbor) za usmerjanje in spremljanje projekta Zgodovinsko mesto Ptuj«, ki je sestavljena iz predstavnikov vseh svetniških skupin v mestnem svetu in predstavnikov interesnih skupin v destinaciji (turistični ponudniki in podjetniki v zgodovinskem mestnem jedru (=ZMJ), lastniki nepremičnin v ZMJ, prebivalci v ZMJ). Ta skupina se sestaja po potrebi ob sprejemanju določenih pomembnih odločitev in potrjevanju posameznih razvojnih korakov, a najmanj enkrat letno in preverja napredovanje projekta, rezultate projekta in podaja usmeritve in mnenja v zvezi s tem iv. Vse formalne in ključne odločitve in sklepe, v zvezi z upravljanjem premoženja v lasti MO Ptuj in vstopanjem MO Ptuj v kakršnakoli pravna razmerja v okviru tega ukrepa, sprejema Mestni Svet MO Ptuj v. V okviru tega Ukrepa je predvidena izključno organizacija in stroški upravljanja ukrepa/projekta s strani MO Ptuj. Stroški razvoja projekta, viri financiranja in konkretne aktivnosti in koraki so zajeti v povezanem Ukrepu 1.6 vi. K vzpostavitvi upravljanja projekta/ukrepa se pristopi že v letu 2023 in predstavlja dolgoročen ukrep oz program, ki ključno vpliva na uspešnost Ptuja kot turistične destinacije, kakovost življenja domačega prebivalstva in mednarodno konkurenčnost mesta kot celote
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj
	Nosilci ukrepov: MO Ptuj ↔ JSP ↔ Lastniki/Investitorji nepremičnin ↔ ZTP ↔ Turistični in drugi ponudniki v mestu
Časovnica: 2023–2026	

U6.6	CILJNO UPRAVLJANJE PODOBE IN ZNAMČENJA (BRANDINGA) DESTINACIJE PTUJ: Oblikovanje programa in imenovanje sedemčlanskega »Svetovalnega odbora za ciljno upravljanje podobe in znamčenja (brandinga) destinacije Ptuj«. Odbor za branding in lepoto mesta, ki deluje pri Zavodu za turizem Ptuj, s posameznimi izkušenimi, poznavalskimi in uglednimi člani z navezavo in odnosom do Ptuja, za sedem ključnih področij podobe in znamke Ptuja
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> i. Oblikovanje programa in področij delovanja svetovalnega in usmerjevalnega odbora za branding in lepoto destinacije s strani ZTP.

	<ul style="list-style-type: none"> ii. Imenovanje sedemčlanskega odbora, ki deluje pri Zavodu za turizem Ptuj, s posameznimi izkušenimi, poznavalskimi in uglednimi člani po opredeljenih področjih: <ul style="list-style-type: none"> a. Kulturno zgodovinska dediščina in privlačnosti (atrakcije) destinacije Ptuj b. o Kulinarska in vinska kultura, njena podoba in ciljna ponudba destinacije Ptuj c. o Festivalska, umetniška in kulturna ustvarjalnost in podoba destinacije Ptuj d. o Urejenost in podoba zgodovinskega mesta kot vrhunškega življenjskega okolja in turistične atrakcije destinacije e. o Osnovna ponudba in kakovost turističnih storitev v destinaciji (nastanitve, rekreacija, dobro počutje, povezane storitve) f. Trženje, tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi destinacije Ptuj g. Splošne domače javnosti kot varuhi in ambasadorji tisočletij iii. Člani »Odbora za branding destinacije Ptuj« so pooblaščen, da delujejo kot skupina za usmerjanje in svetovanje s predlogi, ki se posredujejo ZTP in MO Ptuj iv. Hkrati posamezni člani odbora, na področjih, ki jih pokrivajo, svetujejo in podajajo usmeritve tudi individualnim deležnikom v destinaciji Ptuj
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj / ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj ↔ Ugledni, izkušeni in strokovni posamezniki
	Časovnica: 2024–2026

U6.7	PTUJ V OKVIRU ŠTAJERSKE: Vključevanje in vloga destinacije Ptuj v okviru regijske destinacije Slovenska Štajerska
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i> <ul style="list-style-type: none"> i. V skladu s strateškimi opredelitvami je v interesu Destinacije Ptuj povezovanje v širšo regijsko turistično destinacijo in vključevanje turistične ponudbe in naravnega okolja ožje in širše regije v turistično ponudbo destinacije Ptuj s ciljem desezonalizacije, podaljšanja povprečne dobe bivanja turistov in doseganja višje dodane vrednosti doživetja in ekonomskih koristi destinacije ii. Pripraviti jasne izvedbene opredelitve vključevanja destinacije Ptuj v okvir regijske destinacije Slovenska Štajerska skladno s ciljnim pristojnostmi regijskih turističnih destinacijskih organizacij v skladu z opredelitvami Strategije slovenskega turizma 2022-2028 na področju politike in ukrepov destinacijskega upravljanja in v skladu s strateškimi razvojnimi in trženjskimi cilji destinacije Ptuj iii. Redna usklajevanja med ZTP in turističnimi ponudniki in drugimi deležniki v destinaciji glede uresničevanja interesov destinacije Ptuj v okviru regijske turistične destinacije Štajerska iv. Sodelovanje in stalna komunikacija z regijskimi partnerji (spodbujanje dobrega sodelovanja) s ciljem širitve celostne turistične ponudbe destinacije Ptuj v širše okolje, v. Stalna promocija in trženje destinacije Ptuj kot dela regijske destinacije slovenska Štajerska, oblikovanje skupnih produktov, skupno trženjsko nastopanje na tujih trgih in zastopanje skupnih interesov regije v nacionalnih institucijah in združenjih. vi. Lociranje namenskih virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS/EU VIRI) in zasebnih virov financiranja (turistični ponudniki in partnerji)
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ MO Ptuj
	Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)

U6.8	AKTIVNOSTI ZA PRIDOBIVANJE SREDSTEV (ZRS BISTRA PTUJ): Nadgradnja in opolnomočenje ZRS Bistra Ptuj, kot javnega zavoda, zadolženega in pristojnega za lociranje, svetovanje, koordinacijo in pripravo aplikacij za pridobitev državnih in EU virov za so-financiranje ukrepov/projektov/programov iz akcijskega načrta
	<i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i> <ul style="list-style-type: none"> i. V dogovoru med MO Ptuj, ZRS Bistra in ZTP opredeliti vlogo ZRS Bistra pri podpori Strategiji razvoja turizma 2023-2028 in izvajanju ukrepov za realizacijo strategije kot

	<p>javnega zavoda odgovornega za sistematično lociranje namenskih virov financiranja ukrepov predvidenih v strategiji iz državne ravni (MGTS, MK, MKGP, MDP, MKRR, MI, MOPE) in relevantnih EU virov (Sklad za okrevanje in odpornost (SOO), REACT EU, LEADER EU, EU Kohezijski sklad, Interreg, neposredni drugi viri na ravni EU razpisov, idr.)</p> <p>ii. ZRS Bistra v sodelovanju in usklajevanju z odgovornimi nosilci posameznih ukrepov predvidenih v strategiji, ob podpori ustreznih služb MO Ptuj, opredeli možne vire (so)financiranja ukrepov na državni in EU ravni in pravočasno nudi podporo in pripravi aplikacije na te vire financiranja, odgovorni nosilci ukrepov pa poskrbijo za vsebinski del priprave aplikacij in zagotavljanje vsebinskih pogojev za uspešnost aplikacije</p> <p>iii. ZRS Bistra izvaja podporo za apliciranje na državne razpise in EU vire financiranja tudi za zasebne podjetnike in investitorje v skladu s predvidenimi ukrepi v tej Strategiji, za kar zagotavlja tudi konkurenčne stroške za izvedbo te podpore, pod pogoji predhodno usklajenimi z MO Ptuj in ZTP</p> <p>iv. ZRS Bistra pripravi za vse ukrepe predvidene v tej Strategiji za (so)financiranje iz državnih virov (razpisi in druge oblike (so)financiranja s strani ministrstev RS) in EU virov preglednico, časovnico in možni obseg posameznih virov za kandidiranje posameznih predvidenih ukrepov (projektov, programov) in v čim krajšem roku po sprejemu strategije izvede predstavitev za ključne deležnike opredeljene v tem akcijskem načrtu</p> <p>v. ZRS Bistra se za izvedbo teh aktivnosti ustrezno notranje organizira in vzpostavi stalno komunikacijo in sodelovanje z odgovornimi nosilci ukrepov</p> <p>vi. Oblikuje se posebna ""Koordinacijska skupina za pridobivanje namenskih virov financiranja projektov za razvoj destinacije Ptuj"" sestavljena iz predstavnikov MO Ptuj, ZRS Bistra in ZTP, ki se sestaja enkrat vsako četrletje in usklajuje in pospešuje aktivnosti ter ugotavlja dosežene rezultate</p> <p>vii. Lociranje virov za financiranje ukrepa v proračunu ZRS Bistra s posebnimi sredstvi v proračunu MO Ptuj, Ministrstva RS/EU VIRI in iz zasebnih virov (za zasebne projekte)</p> <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZRS Bistra Ptuj</p> <p>Nosilci ukrepov: ZRS Bistra ↔ MO Ptuj ↔ ZTP ↔ Drugi javni in zasebni deležniki</p> <p>Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)</p>
--	---

U6.9	<p>PROGRAM »ZNANJE ZA VEČJO VREDNOST DESTINACIJE PTUJ«: Program, partnerstvo in štipendijski sklad: »Znanje za večjo vrednost destinacije Ptuj«: usklajeni izobraževalni programi, študijska potovanja, delavnice in usposabljanja, motiviranje mladih za delo in znanje v turizmu in gostinstvu destinacije Ptuj; navezava na Ukrep 3.9 in Ukrep 4.5</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <p>i. Vzpostaviti partnerstvo in program »Znanje za večjo vrednost destinacije Ptuj« med regionalnimi izobraževalnimi institucijami na ravni A. poklicnih, strokovnih in srednjih šol za turizem in gostinstvo, B višjih in visokih šol za turizem in gostinstvo ter C fakultet, ki izvajajo programe na področju turizma in delujejo na Ptuju, Mariboru in širši regiji na eni strani in ZTP, MO Ptuj, OOPZ in turističnimi ponudniki destinacije Ptuj na drugi strani</p> <p>ii. V okviru priprave partnerstva »Znanje za večjo vrednost destinacije Ptuj« se predhodno opredeli potrebna znanja, usposobljenosti in spretnosti ter obseg kadrov, ki jih destinacija Ptuj po posameznih ravneh in področjih znanj potrebuje na ponudbeni strani turizma kratkoročno 2023-2028 in ciljno do leta 2028/20230 in do leta 2050 glede na opredelitve v Strategiji</p> <p>iii. Ob vzpostavitvi partnerstva se dogovorijo in določijo ciljni krajši in stalni programi usposabljanja in dviga kakovosti znanj in spretnosti za obstoječi kader v turizmu in gostinstvu destinacije in poklicni, strokovni, srednješolski programi in višje in visokošolski ter fakultetni programi, ki jih partnerstvo lahko zagotavlja po eni strani in jih bo tudi promoviralo in spodbujalo po drugi strani na območju destinacije Ptuj</p>
------	--

	<p>iv. V okviru partnerstva se vzpostavi štipendijski sklad »Znanje za večjo vrednost destinacije Ptuj«, ki bo pritegnil mlade kadre, da ostanejo in delujejo v destinaciji določeno časovno obdobje (dogovor s turističnimi ponudniki)</p> <p>v. V okviru partnerstva se izvajajo (tudi) redni letni programi krajših usposabljanj in nadgradnje znanj kot tudi študijska potovanja in obiski dobrih praks v Sloveniji in tujini za obstoječi kader v gostinstvu in turizmu v destinaciji Ptuj, ki se oblikujejo za vsako leto posebej v uskladitvi med izobraževalnimi institucijami, ZTP, OOPZ in turističnimi ponudniki</p> <p>vi. V izvajanje programa »Znanje za večjo vrednost destinacije Ptuj« se vključujejo tudi izkušeni in priznani strokovnjaki in uspešni podjetniki s področja turizma in gostinstva iz Slovenije in tujine na različnih ravneh, ki jih partnerstvo gosti kot občasne predavatelje in goste na pogovornih ali delovnih srečanjih z mladimi, obstoječimi kadri in širšo domačo javnostjo in prispevajo k ugledu dejavnosti in motiviranju mladih in drugih kadrov za vstop v turistično in gostinsko dejavnost</p> <p>Lociranje namenskih virov za (so)financiranje projekta (Ministrstva RS, EU viri), MO Ptuj in zasebni viri (turistični ponudniki)</p>
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): Podjetniki/Investitorji v turizmu (koordinira ZTP, OOPZ)
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ OOPZ ↔ Turistični ponudniki ↔ Izobraževalne ustanove v destinaciji in širše ↔ MO Ptuj
	Časovnica: 2024–2025

U6.10	<p>PROGRAM »PTUJ, MOJE MESTO« ZA MOTIVACIJO OBČANOV: Program »Ptuj - moje mesto« za motiviranje in vključevanje občanov za sodelovanje v projektih – online svetovalna točka za mnenja, predloge občanov in informiranje o razvoju turizma in dogodkih in prireditvah za občane; navezava na Ukrep 3.9, Ukrep 4.6 in Ukrep 6.9</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <p>i. Vzpostaviti online svetovalno točko »Ptuj - moje mesto« (v okviru celostne digitalne platforme iz Ukrepa 4.6.) za občanke in občane destinacije, ki bo dostopna vsem občanom za podajanje mnenj, predlogov in informiranje domačih javnosti o stanju in razvoju turizma na Ptuj kot tudi vse informacije o prireditvah in dogodkih namenjenih občanom, s strani ZTP v sodelovanju z MO Ptuj.</p> <p>ii. Online svetovalna točka je interaktivna in omogoča javne odgovore na zastavljena vprašanja in pobude in tudi glasovanja, pogovore in komentarje na določeno temo o zadevah v zvezi s stanjem in razvojem turizma v destinaciji.</p> <p>iii. Na online svetovalni točki.</p> <p>iv. Preko oglaševanja in ostalih dejavnosti motivirati občane, da aktivno podajajo svoja mnenja in predloge za določene projekte, ki so v pripravi in izvajanju.</p> <p>v. Lociranje namenskih virov za sofinanciranje projekta (Ministrstva RS, EU viri) in MO Ptuj ter zasebnih virov (oglaševanje, ponudniki, idr.).</p>
	Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): ZTP
	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj
	Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)

U6.11	<p>MODEL PRIREDITEV: Vzpostavitev poslovno-organizacijskega modela upravljanja prireditev (jasna razmejitev odgovornosti in virov financiranja za izvedbeno organizacijo prireditev, ki so namenjene turistom in domači javnosti s ciljem prispevanja prireditev k ciljnemu pozicioniranju Ptuja kot butične kulturno-turistične destinacije višje vrednosti in prispevka k kakovosti življenja domačinov); navezava na Ukrep 3.7, Ukrep 5.8 in Ukrep 6.1</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <p>i. Pri upravljanju prireditvene in festivalske dejavnosti je potrebno opredeliti, da se ZTP s prireditveno dejavnostjo ukvarja zgolj na ravni usmerjanja iz vidika vsebin primernih za turistična doživetja in produkte v dogodkih in festivalih, trženjske podpore</p>
--------------	---

	<p>prireditvam in festivalom, ki prispevajo k ciljni turistični podobi in ponudbi in so v znatni meri namenjeni turistom in izletnikom, oblikovanja programov in paketov za izletniške in turistične programe, ki vključujejo prireditve in festivale, ipd.</p> <p>ii. Z izvedbeno organizacijo prireditev in festivalov se ukvarjajo specializirani organizatorji/izvajalci prireditev in festivalov (drugi zavodi, zasebna ali javna podjetja, zasebni organizatorji, društva, zveze, ipd.) s katerimi ZTP le usklajuje in sodeluje pri vključevanju teh prireditev in festivalov v turistično ponudbo in promocijo ter pozicioniranje destinacije in v turistične in izletniške programe in pakete, ki jih ZTP tudi promovira in pospešuje njihovo prodajo</p> <p>iii. Razpisi za sofinanciranje prireditev in festivalov s strani MO Ptuj se vsebinsko in s pogoji opredelijo v skladu z navedbami aktivnosti v Ukrepu 3.7</p> <p>iv. (So)Financiranje izvedbenih stroškov prireditvene in festivalske dejavnosti iz javnih virov (MO Ptuj, Ministrstva, eventualni EU viri dr.) za del, ki je v javnem interesu, poteka neposredno iz vira namenskega financiranja (recimo s strani proračuna MO Ptuj) na račun izvajalca prireditve na osnovi objave in izvedbe javnega poziva oz razpisa, na katerega je s svojim programom prireditve/festivala uspešno apliciral določeni izvajalec prireditve. S tem izvajalec prireditve/festivala prevzema tudi vso obveznost in odgovornost za izvedbo dogodka ter v primeru prejema večjih javnih sredstev tudi podajo podrobnega finančnega poročila po končani prireditvi (navedba vseh posamičnih virov financiranja stroškov in vseh posamičnih stroškov izvedbe prireditve/festivala)</p> <p>v. ZTP v svojem proračunu opredeli zgolj sredstva potrebna za vključevanje prireditev in festivalov v tržno komunikacijske in informacijske aktivnosti ter pospeševanje prodaje v okviru tržnega komuniciranja in promocije turistične ponudbe, programov in paketov destinacije Ptuj in tudi predvidi v programu dela tudi izključno aktivnosti povezane s tržnim komuniciranjem, informiranjem in pospeševanjem prodaje prireditvene/festivalske dejavnosti</p> <p>vi. Za določene, sicer za mesto in tudi destinacijo pomembne, prireditve/festivale, ki jih je do sedaj tudi izvedbeno organiziral ZTP (Kurentovanje, Ptujška noč, Martinovanje, Zimska Pravljica) se predvidi druge izvedbene izvajalce, ki se jih pridobi bodisi s pooblastilom, v kolikor gre za javne zavode ali javna podjetja ali z razpisom, v kolikor gre za zasebne ali civilno-pravne organizatorje (pri čemer se za pomembne prireditve predvidi večletna razmerja)</p> <p>vii. Opredeli se jasna vloga JSP pri izvedbi prireditev in festivalov, ki so v javnem interesu MO Ptuj (tehnična podpora, logistika, smeti, čiščenje, ipd) in zagotovijo ustrezni finančni viri za opredeljeno vlogo</p> <p>viii. Opredeli se celovit izvedbeni model in pogoji zbiranja sponzorskih prispevkov in oglaševanja za prireditve in festivale, ki so v javnem interesu MO Ptuj in destinacije, na način, ki zagotavlja transparentnost in maksimiranje učinkov za dvig kakovosti in dodane vrednosti prireditev in festivalov, ki ključno prispevajo k ciljnemu pozicioniranju destinacije, kot jo opredeljuje ta strategija</p> <p>ix. → Ukrep ne predvideva stroškov, razen administrativno organizacijskih in strokovnih podlag. Viri financiranja za izvedbo in trženjsko podporo prireditev in festivalov so predvideni v drugih povezanih ukrepih (3.7., 5.8. in 6.1.).</p>
	<p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj / ZTP</p>
	<p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ MO Ptuj</p>
	<p>Časovnica: 2023–2024</p>

U6.12	<p>SODELOVANJE TURIZMA PRI PROGRAMIRANJU STRATEŠKIH DOKUMENTOV: Aktivno sodelovanje turističnega sektorja pri programiranju strateških dokumentov (Razvojne strategije, LAS, MOP, prostorski načrti, oblikovanje in razvoj regije/pokrajine, idr).</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. MO Ptuj in druge javne institucije poskrbijo, da se turistični deležniki destinacije Ptuj (ZTP, Turistični ponudniki, PMPO, idr.) vabljene in zastopane na vseh razpravah in predhodnih usklajevanjih programskih in strateških dokumentov občine in regije (razvojne strategije, prometne strategije, LAS, prostorski načrti, regijske/pokrajinske povezave, idr.) ii. Turistični deležniki aktivno spremljajo pripravo in predloge razvojnih dokumentov, ki imajo širši vpliv na pogoje za razvoj destinacije in se organizirano odzivajo na osnutke in predloge s svojimi stališči v skladu z vsebinskimi opredelitvami v tej Strategiji iii. Vsebinske in strateške opredelitve v tej področni Strategiji, ki sicer celovito obravnava pogoje življenja in razvoja območja MO Ptuj in širše, se s strani MO Ptuj in drugih javnih institucij upoštevajo in vključujejo pri pripravi in obravnavi vseh drugih razvojnih dokumentov v obravnavanem strateškem obdobju iv. Ta ukrep nima predvidenih neposrednih finančnih posledic <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): MO Ptuj / ZTP</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ OOZP ↔ PMPO ↔ Strokovnjaki s področja turizma ↔ MO Ptuj</p> <p>Časovnica: 2023–2028</p>
-------	---

U6.13	<p>AKTIVNO VERTIKALNO SODELOVANJE DESTINACIJE PTUJ: Sodelovanje destinacije Ptuj z nacionalnimi institucijami (STO, Ministrstva), produktnimi združenji (ZZMS, idr.) in mednarodnimi partnerji</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i. Vsi deležniki turistične destinacije Ptuj, s ciljem doseganja strateških in razvojnih ciljev opredeljenih v teh Strategiji in v skladu s svojimi pristojnostmi in področji delovanja, vzpostavljajo aktivne stike in stalno povezanost z nacionalnimi institucijami kot so pristojna ministrstva za turizem, kulturo, kmetijstvo in prehrano, okolje in prostor, infrastrukturo in druga ministrstva (MO Ptuj, PMPO, KGZP in ZTP), Slovensko turistično organizacijo - STO (ZTP) idr. ii. Ptuj aktivno nadgradi sodelovanje in članstvo v Združenju zgodovinskih mest Slovenije (ZZMS) iz članstva izključno preko ZTP, ki se omejuje na področje trženjskega sodelovanja, v polno članstvo MO Ptuj v ZZMS, zaradi doseganja skupnih ciljev pri oblikovanju modelov prenove zgodovinskih mestnih jeder in sinergij pri vzpostavljanju in zagotavljanju virov za te namene na državni in EU ravni iii. ZTP se aktivno vključi v dve dodatni produktni združenji na nacionalni ravni: Združenje OUTDOOR Slovenia in Kongresni urad Slovenije kot produktno združenje za MICE turizem, ki sta dva produkta ki predstavljata ključne produkte za doseganja strateških in razvojnih ciljev ptujskega turizma po sezonalizaciji, dvigu vrednosti in podaljšanju povprečne dobe bivanja (PDB) iv. MO Ptuj aktivno vzdržuje odnose s pobratenimi mesti v tujini in deluje na razširitvi pobratenj ali druge oblike strateških povezav z mesti, ki imajo podobno pozicioniranje in danosti v sosednji Avstriji, Italiji in Franciji s ciljem izmenjave izkušenj, znanj in poslovnih razmerij v razvoju in življenju zgodovinskim mestnih jeder, trajnostnega turizma, umetnosti in kulture. Mednarodno povezovanje je ključno za pozicioniranje destinacije Ptuj kot mednarodno odprtega sodobnega mesta za višjo kakovost življenja v. Ta ukrep predvideva finančne posledice članstev za ne-turistične namene (članstva v turističnih združenjih so predvidena v Ukrepu 6.1. in s tem ukrepom povezanih drugih ukrepov) <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): Podjetniki/Investitorji v turizmu (koordinira ZTP, OOPZ)</p>
-------	--

	Nosilci ukrepov: ZTP ↔ Turistični ponudniki ↔ MO Ptuj
	Časovnica: 2023–2028 (delno že v izvajanju)
U6.14	<p>ODBOR ZA SPREMLJANJE IN EVALVACIJO IZVAJANJA STRATEGIJE: Ustanovitev in delovanje Odbora za spremljanje, evalvacijo in usmerjanje uresničevanja Strategije razvoja turizma v destinaciji Ptuj</p> <p><i>Aktivnosti za izvedbo projekta:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> i. S strani Sveta zavoda ZTP se, ob soglasju MO Ptuj, ustanovi oz. imenuje Odbor za spremljanje, evalvacijo in usmerjanje uresničevanja Strategije razvoja turizma destinacije Ptuj 2023-2028, ki redno spremlja uresničevanje sprejete Strategije ii. Odbor je petčlanski in je sestavljen iz dveh predstavnikov Sveta zavoda ZTP, dveh predstavnikov programskega sveta ZTP in enega zunanjega strokovnjaka iii. Odbor sprejema mnenja, priporočila in predloge glede vsebine in dinamike izvajanja Strategije, (ne)doseganja strateških in razvojnih ciljev in (ne)uresničevanja posameznih politik in ukrepov predvidenih v strategiji. Mnenja in predloge odbora v obliki sklepov potrjuje Svet zavod ZTP, ki jih posreduje in predstavi enkrat letno tudi ustanovitelju (MO Ptuj) iv. Odbor se sestane in razpravlja in sprejema mnenja in predloge o uresničevanju Strategije najmanj enkrat letno, po potrebi in na predlog vsaj dveh članov Odbora ali na poziv Sveta zavoda ZTP pa tudi večkrat letno. Odbor lahko naroči strokovno izdelavo evalvacije pri zunanjih strokovnjakih, kar se izvede preko strokovnih služb ZPT v. Za financiranje Ukrepa so predvideni/ocenjeni le minimalni stroški delovanja Odbora in priprave strokovne letne evalvacije z zunanjim izvajalcem <p>Odgovorni vodja ukrepa (iniciator/koordinator): Podjetniki/Investitorji v turizmu (koordinira ZTP, OOPZ)</p> <p>Nosilci ukrepov: ZTP (Svet zavoda) ↔ Turistični ponudniki ↔ MO Ptuj ↔ PMPO ↔ OOZP ↔ JSP ↔ ZRS Bistra</p> <p>Časovnica: 2023–2028 (enkrat letno)</p>

8. INDIKATIVNA FINANČNA OCENA NAČRTOVANIH POLITIK IN UKREPOV

Na osnovi načrtovanih **6 politik in vseh 57 ukrepov** je izvedena **indikativna ocena** stroškov oziroma finančnega okvira posameznega ukrepa, po okvirni strukturi štirih različnih virov financiranja in dinamiki po letih v strateškem obdobju za vsak ukrep. V tej oceni ne gre za načrtovani proračun posameznih deležnikov in virov financiranja, temveč za indikativno oceno, na osnovi katere lahko posamezni odgovorni nosilci ukrepov pričnejo uvodno ocenjevanje in načrtovanje aktivnosti za realizacijo posameznega ukrepa. Vsak deležnik v javnem ali zasebnem sektorju avtonomno in v skladu s svojimi odločitvami, zmožnostmi, prioriteta in proračunsko ali poslovno politiko sprejema odločitve.

Predvideni okvirni viri financiranja v tem indikativnem načrtu so:

Javni viri financiranja

- ▶ **Ministrstva RS, EU viri** (Kohezija, NOO, drugi viri)
- ▶ **MO Ptuj** (Proračunska sredstva MO Ptuj, skupaj z drugimi viri)

Zasebni viri financiranja

- ▶ **Zasebni lastniški viri** (lastniški kapital podjetnikov, skladov, ipd)
- ▶ **Razvojne/Komerčne Banke** (razvojni ali komercialni krediti javnih ali zasebnih bank)

Predvidenih je **9 skupin odgovornih nosilcev ukrepov** (projektov), deležnikov iz destinacije Ptuj, ki so konkretno določeni in zasebni podjetniki in finančni ali strateški investitorji, ki so splošno navedeni. Določitev odgovornega nosilca Ukrepa še ne pomeni, da ta nosilec zagotavlja vire financiranja, temveč da koordinira in vodi ukrep in ciljno deluje k pridobivanju/pritegnitvi ocenjenih virov financiranja.

1. **Mestna Občina Ptuj (MO Ptuj)**
2. **Zavod za turizem Ptuj (ZTP)**
3. **Pokrajinski muzej Ptuj Ormož (PMPO)**
4. **Javne službe Ptuj (JSP)**
5. **MO Ptuj / ZTP**
6. **MO Ptuj / PMPO**
7. **ZRS Bistra Ptuj**
8. **Podjetniki/Investitorji v turizmu (Kordinacija s strani ZTP, OOPZ)**
9. **Finančni investitorji (Kordinacija s strani MO Ptuj)**

V nadaljevanju je predstavljena analiza indikativne finančne ocene po posameznih 6 politikah, po letih strateškega obdobja, po virih financiranja in prioritetah ukrepov (I., II., III. prioriteta, pri čemer je I. najvišja prioriteta, ki jo je potrebno pričeti najprej realizirati, III. pa prioriteta ukrepa, katerega realizacija se lahko prične kasneje). ▶ V prilogi strategije (Excel dokument) pa so na voljo podrobne ocene in analize za vsak ukrep in celoten nabor ukrepov skupaj.

Celotna indikativna finančna ocena vseh 6 politik in 57 ukrepov znaša 102,2 milijona EUR. Od tega:

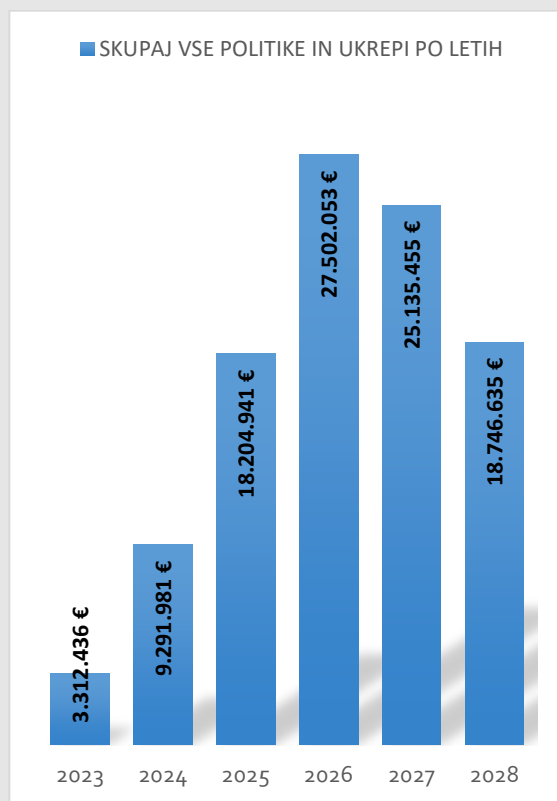
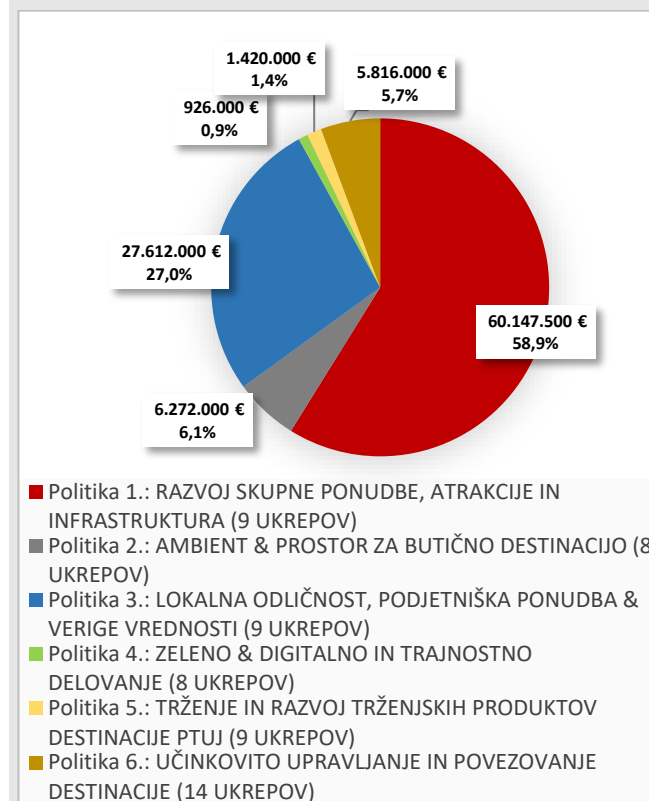
- ▶ Največji delež odpade na Politiko 1 Razvoj skupne ponudbe, atrakcij in infrastrukture (59%),
- ▶ na Politiko 3 Lokalna odličnost, podjetniška ponudba in verige vrednost (27%) in
- ▶ na Politiko 2 Ambient in prostor za butično destinacijo (6,1%).
- ▶ Med ostalimi politikami pa ima še večjo finančno težo Politika 6. Učinkovito upravljanje in povezovanje destinacije (5,7%).

Prve tri navedene politike so povezane z obsežnejšimi naložbami v javne in zasebne naložbene projekte in skupaj znesejo 94 milijonov EUR oziroma kar 92% celotne indikativne ocene za celotno strategijo.

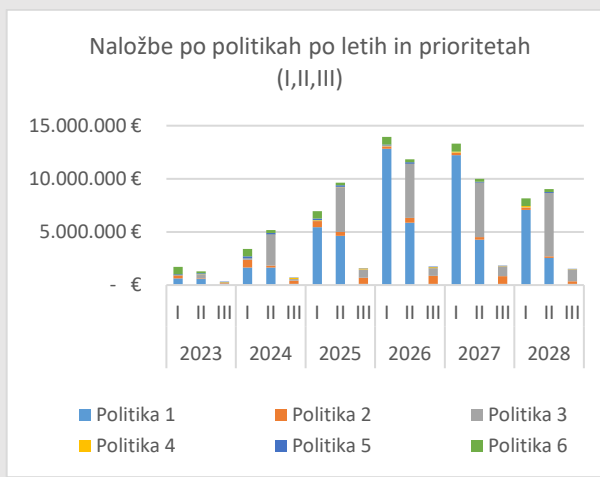
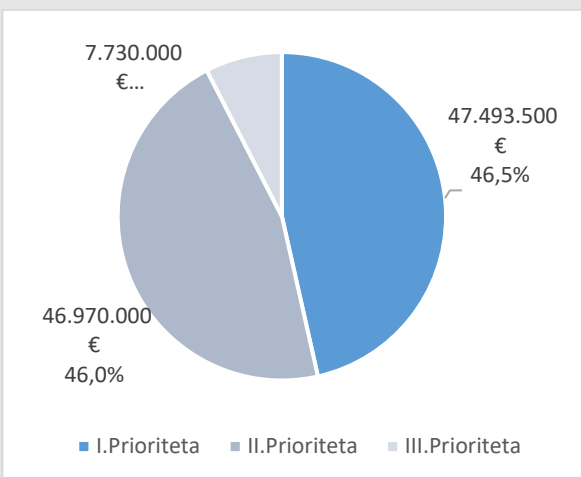
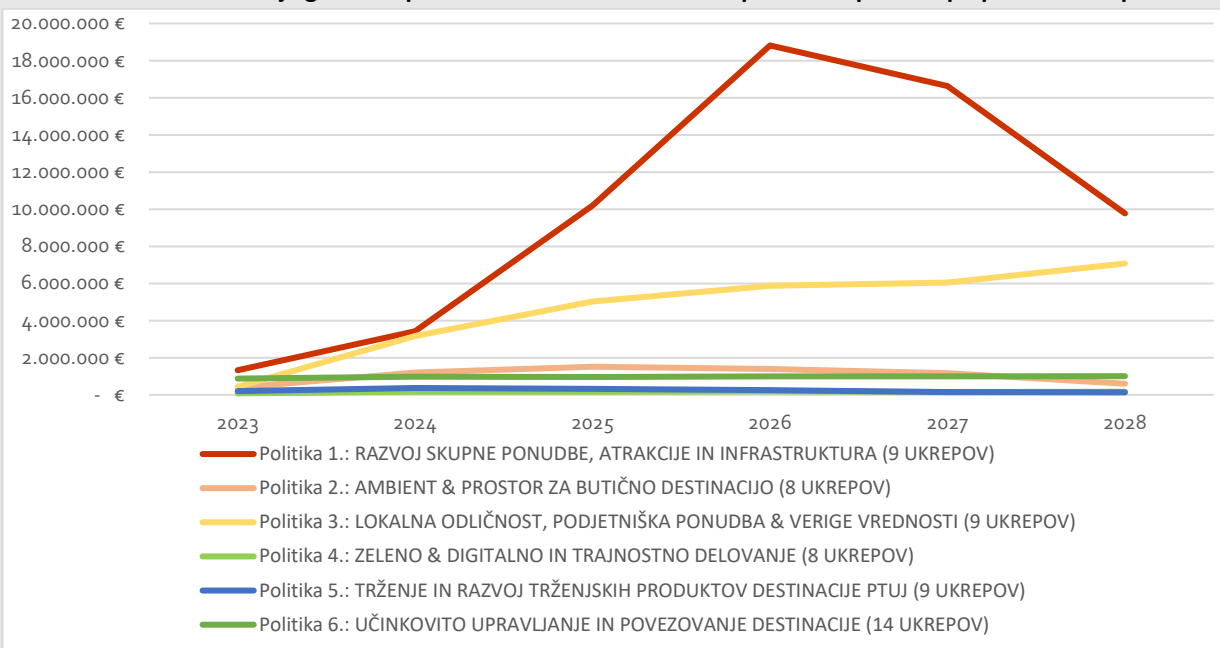
Naslednja pomembna politika pa je upravljanje. Celotna strategija ima torej največjo težo in poudarek na Naložbah in upravljanju.

Ukrep, ki je ocenjen najvišje, je Ukrep U1.6 **Zgodovinsko mesto Ptuj**, ki se v tem strateškem obdobju načrtuje v višini 32 milijonov EUR in predstavlja 54% celotne ocene politike 1. oz. 31% celotne ocene strategije.

Indikativna finančna ocena strategije razvoja turizma 2023-2028, za vse ukrepe, po vseh politikah skupaj					
POLITIKA	Višina naložb - kumulativno (projektno) 2023-2028	Višina rednih naložb / na leto	Skupaj kumulativno redne letne naložbe 2023-2028	Višina vseh naložb skupaj 2022-2028	Delež v vseh naložbah
Politika 1.: RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJE IN INFRASTRUKTURA (9 UKREPOV)	59.427.500 €	120.000 €	720.000 €	60.147.500 €	58,9%
Politika 2.: AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO (8 UKREPOV)	4.910.000 €	227.000 €	1.362.000 €	6.272.000 €	6,1%
Politika 3.: LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI (9 UKREPOV)	25.266.000 €	391.000 €	2.346.000 €	27.612.000 €	27,0%
Politika 4.: ZELENO & DIGITALNO IN TRAJNOSTNO DELOVANJE (8 UKREPOV)	674.000 €	42.000 €	252.000 €	926.000 €	0,9%
Politika 5.: TRŽENJE IN RAZVOJ TRŽENJSKIH PRODUKTOV DESTINACIJE PTUJ (9 UKREPOV)	610.000 €	135.000 €	810.000 €	1.420.000 €	1,4%
Politika 6.: UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE (14 UKREPOV)	620.000 €	866.000 €	5.196.000 €	5.816.000 €	5,7%
SKUPAJ VSE POLITIKE IN UKREPI	91.507.500 €	1.781.000 €	10.686.000 €	102.193.500 €	100,0%



Indikativna finančna ocena strategije razvoja turizma 2023-2028, po letih in posameznih politikah in prikaz ocene deleža financiranja glede na prioriteto v celotni oceni vseh politik ter po letih po posameznih politikah

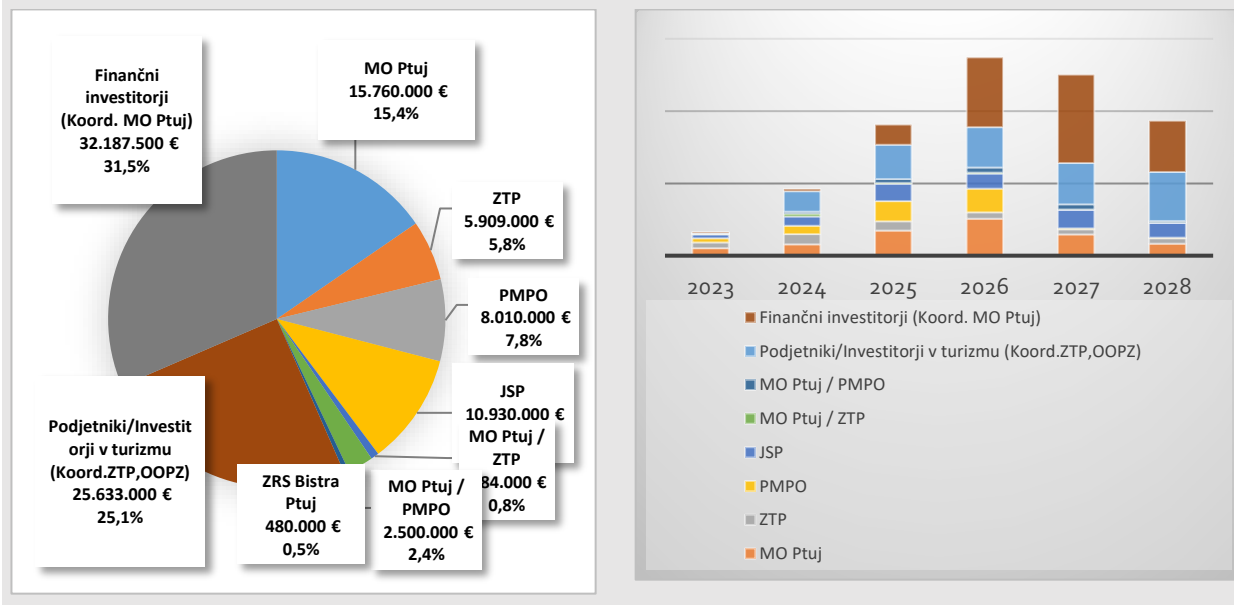


Indikativna finančna ocena strategije razvoja turizma 2023-2028, po posameznih odgovornih nosilcih ukrepov

Odgovorni nosilci	Število ukrepov	Višina naložb - kumulativno (projektno) 2023-2028	Višina rednih naložb /leto - letni znesek	Višina vseh naložb skupaj v celotnem obdobju 2022-2028	Delež v vseh naložbah
MO Ptuj	7	12.310.000 €	575.000 €	15.760.000 €	15,4%
ZTP	26	1.907.000 €	667.000 €	5.909.000 €	5,8%
PMPO	4	7.350.000 €	110.000 €	8.010.000 €	7,8%
JSP	7	8.980.000 €	325.000 €	10.930.000 €	10,7%
MO Ptuj / ZTP	6	640.000 €	24.000 €	784.000 €	0,8%
MO Ptuj / PMPO	1	2.500.000 €	- €	2.500.000 €	2,4%
ZRS Bistra Ptuj	1	- €	80.000 €	480.000 €	0,5%
Podjetniki/Investorji v turizmu (Koordinira ZTP, OOPZ)	4	25.633.000 €	- €	25.633.000 €	25,1%

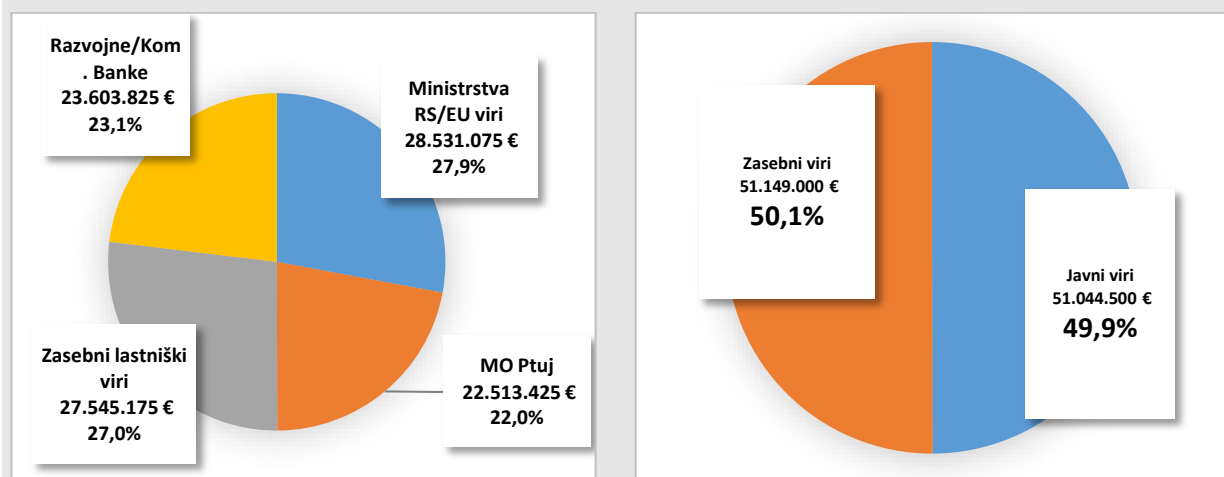
Finančni investitorji (Koord. MO Ptuj)	1	32.187.500 €	- €	32.187.500 €	31,5%
SKUPAJ VSI NOSILCI	57	91.507.500 €	1.781.000 €	102.193.500 €	100,0%

Delež indikativne finančne ocena celotne strategije po odgovornih nosilcih ukrepov in dinamiko po letih



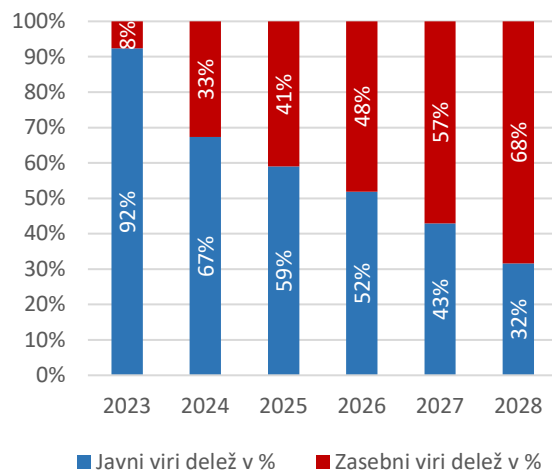
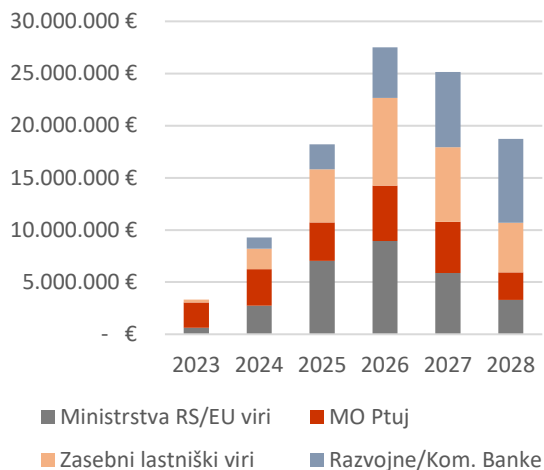
Indikativna finančna ocena strategije razvoja turizma 2023-2028, celotna ocena po posameznih virih financiranja in razdelitev deležev virov na javne in zasebne vire

Viri financiranja (okvirna ocena)	Višina potrebnih virov - kumulativno (projektno)	Višina virov - letno	Višina vseh virov skupaj v celotnem obdobju 2022-2028	Delež
Ministrstva RS/EU viri	26.969.875 €	260.200 €	28.531.075 €	27,9%
MO Ptuj	14.823.225 €	1.281.700 €	22.513.425 €	22,0%
Zasebni lastniški viri	26.110.575 €	239.100 €	27.545.175 €	27,0%
Razvojne/Kom. Banke	23.603.825 €	- €	23.603.825 €	23,1%
SKUPAJ VSI VIRI FINANCIRANJA	91.507.500 €	1.781.000 €	102.193.500 €	100,0%



Indikativna finančna ocena strategije razvoja turizma 2023-2028, celotna ocena po posameznih virih financiranja po letih in razdelitev deležev virov po letih na javne in zasebne vire

Viri financiranja (okvirna ocena)	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Ministrstva RS/EU viri	627.135 €	2.747.077 €	7.054.844 €	8.934.895 €	5.884.913 €	3.282.211 €
MO Ptuj	2.432.693 €	3.508.906 €	3.682.279 €	5.328.520 €	4.910.690 €	2.650.336 €
Zasebni lastniški viri	252.608 €	1.934.678 €	5.070.838 €	8.389.873 €	7.135.303 €	4.761.878 €
Razvojne/Kom. Banke	- €	1.101.320 €	2.396.980 €	4.848.765 €	7.204.550 €	8.052.210 €
SKUPAJ VSI VIRI FINANCIRANJA PO LETIH	3.312.436 €	9.291.981 €	18.204.941 €	27.502.053 €	25.135.455 €	18.746.635 €



SKLOP 5

ORGANIZACIJA, IZVAJANJE & VREDNOTENJE

V ZADNJEM SKLOPU DOKUMENTA
JE OPREDELJEN ORGANIZACIJSKI OKVIR
ZA IZVAJANJE IN SPREMLJANJE STRATEGIJE TER
IDENTIFICIRANA TVEGANJA.

In ne pozabimo:

Brez strategije je IZVEDBA neučinkovita.

Brez izvedbe je STRATEGIJA brez smisla.

SKLOP 5: KAJ JE POTREBNO ZA IZVEDBO

9. UPRAVLJANJE IN KLJUČNA PRIPOROČILA IN OPOZORILA ZA USPEŠNO IZVEDBO STRATEGIJE

Uspešnost izvedbe strategije razvoja in trženja turizma na območju MO Ptuj (destinacije Ptuj) je v prvi vrsti odvisna od odločenosti in poenotenja ključnih deležnikov destinacije Ptuj o potrditvi vizije, ključnih razvojnih ciljev in predvidenih politik in ukrepov za njihovo doseganje, s katero mora biti seznanjena tudi širša javnost lokalne skupnosti in jo tudi podpirati.

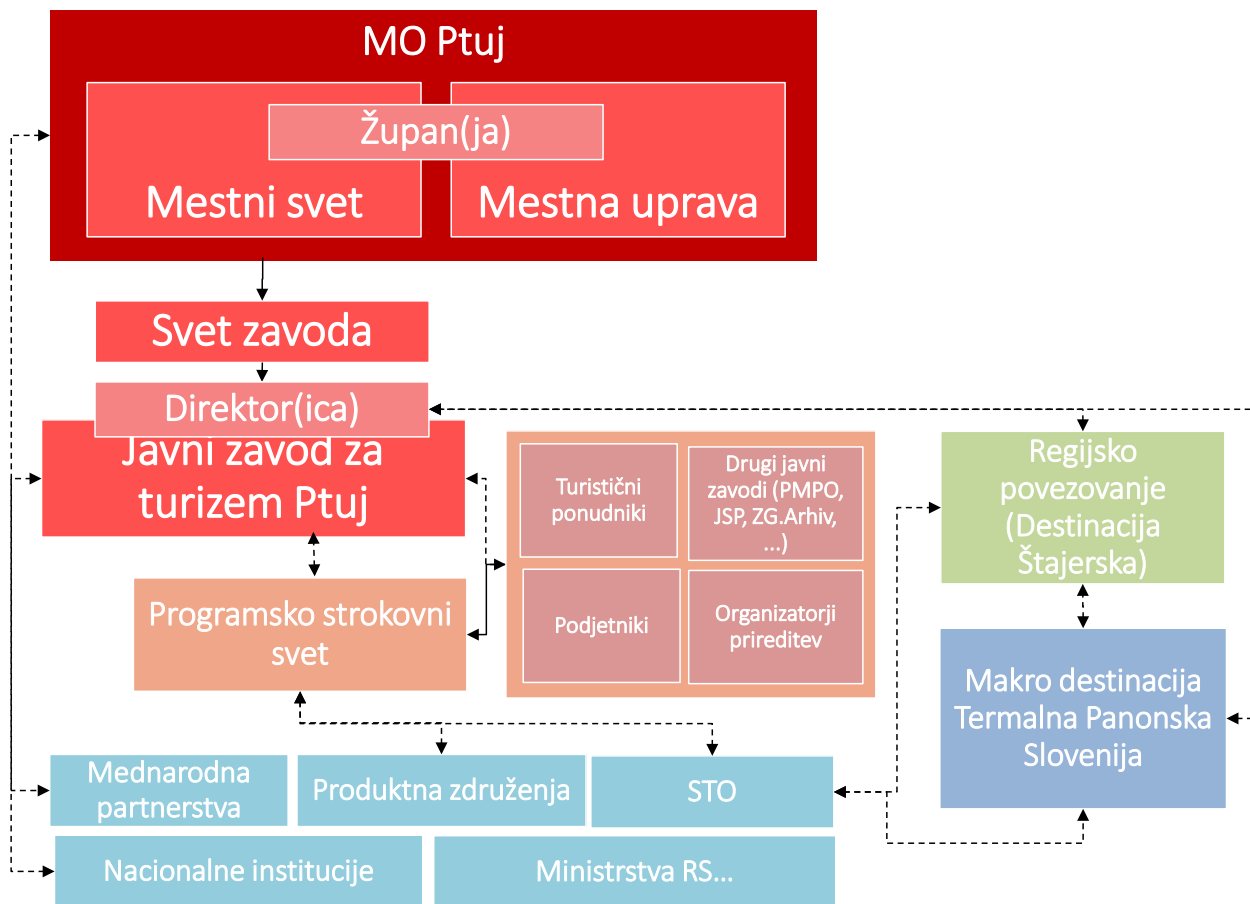
Predvideva se, da je zaradi načina priprave strategije, ki je bila zasnovana z usmeritvami, scenarijem razvoja in prioritetami, ki jih je preko spletnih anket, delavnic in osebnih pogovorov podprla večina domačih javnosti, le ta usklajena z interesi velike večine domačega prebivalstva in neposrednih deležnikov v turizmu destinacije Ptuj. V drugi vrsti je za uspešno realizacijo pomembna ustrezna organizacija upravljanja in sodelovanja posameznih deležnikov v vodenju politik in izvajanju strategije in ne nazadnje ustrezna usposobljenost in pravi ljudje na pravem mestu za izvajanje posameznih funkcij v organizaciji upravljanja strategije.

ORGANIZACIJSKI PRINCIPI IN VLOGE POSAMEZNIH DELEŽNIKOV ZA USPEŠNO DOSEGANJE CILJEV STRATEGIJE

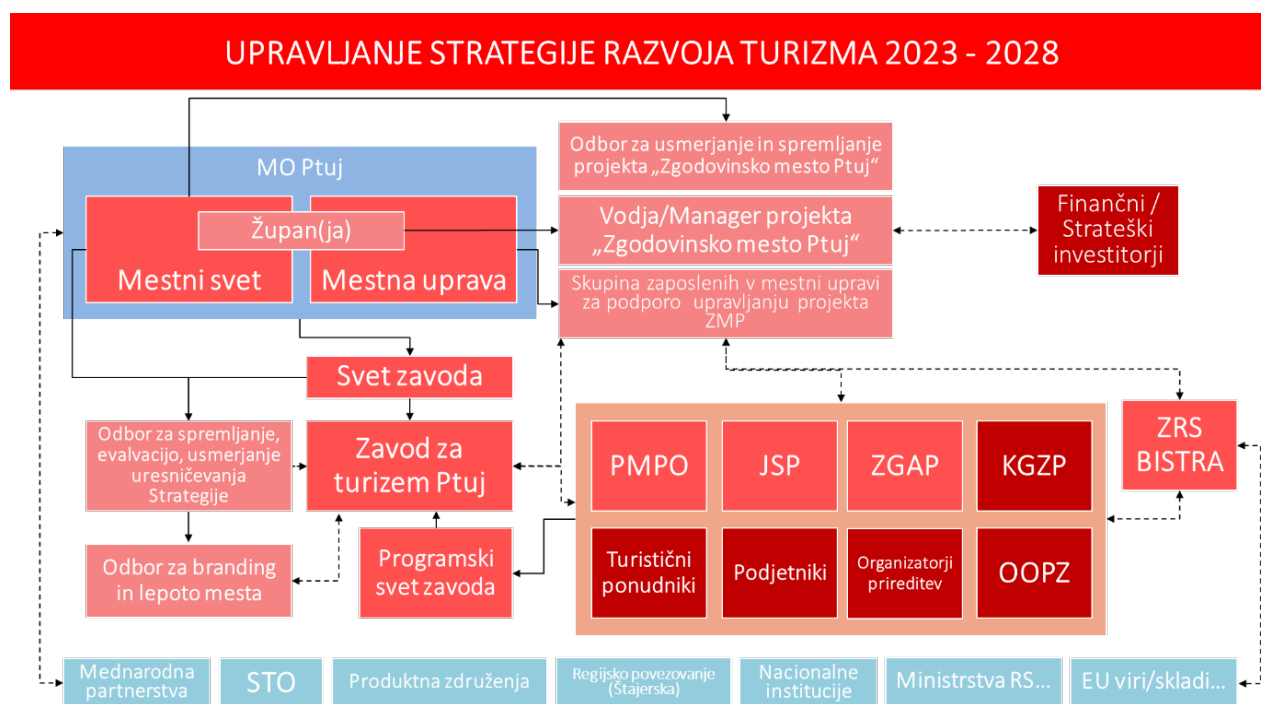
Organizacija izvajanja in upravljanja strategije, njenega spremljanja z vidika doseganja ciljnih kazalnikov in nadzora nad njenim izvajanjem je ključnega pomena za učinkovitost doseganja njenih strateških in razvojnih ciljev.

► V tabeli na naslednji strani je najprej predstavljena obstoječa, nato pa ciljna organizacija za upravljanje strategije in njenih posameznih področij in nadzor nad doseganjem razvojnih in strateških ciljev strategije, ki je vključena v samo upravljanje delovanja destinacije Ptuj.

Slika 7: Sedanje stanje organiziranosti upravljanja destinacije



Slika 8: Ciljno stanje: organizacijska shema upravljanja strategije razvoja in trženja turizma v destinaciji Ptuj 2023-2028



Ključni elementi in deležniki (katerih pristojnosti in vloga so podrobneje pojasnjeni v predhodnih poglavjih strategije) organizacije upravljanja strategije in samega delovanja destinacije so:

1. **Mestni svet MO Ptuj**, ki potrjuje strategijo in tudi odloča o nadzoru nad izvajanjem le-te in vseh odločitvah o posameznih ukrepih predvidenih v akcijskem načrtu, ki so v pristojnosti MO Ptuj:
 - A. **»Odbor za branding in lepoto mesta«**, ki ga na predlog ZTP imenuje Mestni svet in deluje kot posvetovalni organ MO Ptuj in ZTP za področje upravljanja z znamko Ptuja in urejenostjo in lepoto mesta in destinacije, v skladu s opredelitvami tega ukrepa v akcijskem načrtu (Ukrep U6.6.);
 - B. **Odbor za spremljanje in usmerjanje projekta »Zgodovinsko mesto Ptuj«**, ki ga imenuje Mestni svet MO Ptuj kot posvetovalno in usmerjevalno telo Mestni upravi iz točke 2.a. in 2.b. spodaj, pri vodenju kompleksnega strateškega projekta »Zgodovinsko mesto Ptuj« (ki je podrobneje opredeljen v akcijskem načrtu v Ukrepu: U1.6.) in je sestavljeno iz predstavnikov vseh svetniških skupin v Mestnem svetu in predstavnikov zainteresirane in strokovne javnosti (kot je opredeljeni v akcijskem načrtu v ukrepu U6.5) in ga imenuje Mestni svet MO Ptuj.
2. **Župan(ja) MO Ptuj kot vodja Mestne uprave**, ki Mestnemu svetu predlaga sprejem strategije in z mestno upravo vodi postopke za realizacijo potrjene strategije in po predhodni analizi in odločitvi predlaga Mestnemu svetu v potrditev posamezne ukrepe, v skladu s pristojnostmi:
 - A. **Vodja/manager projekta »Zgodovinsko mesto Ptuj«**, ki ga imenuje Župan(ja) MO Ptuj, kot odgovornega za vodenje projekta in posebne skupine (službe) kompleksnega projekta Zgodovinsko mesto Ptuj (ki je podrobneje opredeljen v akcijskem načrtu v Ukrepu: U1.6., samo oblikovanje skupine/službe in vloge vodje pa v Ukrepu U6.5);
 - a. **Finančni ali/in strateški investitorji**, za vlaganje finančnih sredstev v projekt »Zgodovinsko mesto Ptuj« (podrobneje opredeljen v akcijskem načrtu v Ukrepu: U1.6), ki se pridobijo ali z mednarodnim javnim razpisom ali pozivnim razpisom odvisno glede na končni izbor modela partnerstva, s katerimi komunicira vodja/manager projekta »Zgodovinsko mesto Ptuj« ob sodelovanju i podpora skupine iz točke 2.b. spodaj, potrjuje pa dogovore in postopke Župan(ja) in Mestni svet, v skladu s pristojnostmi.
 - B. **Skupina (služba) Mestne uprave Ptuj za podporo upravljanju projekta »Zgodovinsko mesto Ptuj«**, ki jo imenuje Župan(ja) MO Ptuj na predlog vodje/managerja projekta Zgodovinsko mesto Ptuj (ki je podrobneje opredeljen v akcijskem načrtu v Ukrepu: U1.6., samo oblikovanje skupine/službe pa v Ukrepu U6.5).
3. **Svet zavoda za turizem Ptuj (ZTP)**, ki ga imenuje Mestni svet v skladu z ustanovitvenim aktom ZTP:
 - A. **Zavod za turizem Ptuj (ZTP)**, ki je s strokovno in izvedbeno ekipo zadolžen za izvajanje Strategije v koordinaciji z drugimi deležniki, v skladu z opredelitvami v akcijskem načrtu strategije;
 - B. **Programski strokovni svet ZTP**, sestavljajo predstavniki turističnih ponudnikov iz gospodarstva in strokovnjaki in delujejo kot posvetovalni organ direktorja in Sveta zavoda ZTP.
4. **Odbor za spremljanje, evalvacijo in usmerjanje uresničevanja strategije**, ki ga imenuje Svet zavoda ZTP ob soglasju Mestnega sveta, spremlja in nadzoruje uresničevanje strategije v skladu z opredelitvami tega ukrepa v akcijskem načrtu in enkrat letno o tem poroča tudi Mestnemu svetu MO Ptuj (Ukrep: 6.14).
5. **Turistični deležniki/ponudniki**, ki so sestavljeni iz številnih turističnih ponudnikov zasebnega in javnega sektorja (Nastanitveni gostinski obrati, gostinski obrati s ponudbo hrane in pijače, ponudniki športnih in rekreacijskih storitev, turistični vodniki, turistični agenti, organizatorji prireditev in festivalov, Pokrajinski Muzej Ptuj Ormož, Javne službe Ptuj, Zgodovinski arhiv Ptuj, Kmetijsko gozdarska zbornica Ptuj, Območna obrtno podjetniška zbornica Ptuj, idr.) in je za koordinacijo in usklajevanje z njimi zadolžen ZTP v obliki sekcijskega (redno) ali forumskega (občasno) dela.
6. **Javni zavod ZRS Bistra Ptuj**, ki ga MO Ptuj in ZTP opolnomoči, da za vse deležnike v strategiji razvija turizma aktivno in odgovorno deluje na področju lociranja, priprave dokumentacije in aplikacij na namenske vire financiranja na državni in EU ravni za (so)financiranje projektov/naložb predvidenih z

ukrepi v akcijskem načrtu strategije in v skladu z indikativno okvirno finančno oceno posameznih naložb in virov financiranja. (kot je opredeljeno v akcijskem načrtu v ukrepu U6.8)

ODGOVORNI NOSILCI UKREPOV ZA REALIZACIJO STRATEGIJE

V prvi fazi po potrditvi strategije je ključno imenovanje vseh navedenih odborov, skupin in pooblastil, s čemer se aktivira človeški potencial in izvedbene aktivnosti v skladu z opredelitvami v akcijskem načrtu.

V naslednjih fazah pa je za realizacijo strategije pomembno, da vsak odgovorni nosilec pripravi časovni načrt za realizacijo ukrepov, za katere je v akcijskem načrtu opredeljen kot odgovorni nosilec, v skladu s časovnim okvirjem in indikativno finančno oceno ukrepa. **Strategija za vsak ukrep in vse ukrepe skupaj opredeljuje zgolj indikativno finančno oceno posameznega ukrepa**, naložbe oz. projekta. Kakršnekoli odločitve o virih financiranja pa sprejemajo deležniki, ki so navedeni kot partnerji oz. sodelujoči ali kot viri financiranja samostojno, v skladu s pristojnostmi in v skladu s svojo proračunsko ali poslovno politiko.

Strategija predvideva 9 (devet) skupin odgovornih nosilcev posameznih ukrepov in večje število deležnikov, ki sodelujejo pri posameznih ukrepih. Ogovorni nosilec ukrepa ni nujno njegov financer in obratno. Odgovorni nosilci ukrepov ali skupina nosilcev so zadolženi za vodenje in koordinacij posameznega ukrepa. Viri financiranja pa so določeni indikativno in služijo odgovornim nosilcem ukrepov za njihovo inicialno načrtovanje ukrepov dokler ne vzpostavijo končnih preverjenih ocen in možnosti za pridobitev virov financiranja.

Tabela 17: Razporeditev števila in indikative finančne ocene ukrepov po odgovornih nosilcih ukrepov za realizacijo strategije opredeljenih v akcijskem načrtu

Odgovorni nosilci	Število ukrepov	Višina naložb - kumulativno (projektno) v obdobju 2023-2028	Višina rednih naložb /leto - letni znesek	Višina vseh naložb skupaj v celotnem obdobju 2023-2028	Delež v vseh naložbah
MO Ptuj	7	12.310.000 €	575.000 €	15.760.000 €	15,4%
ZTP	26	1.907.000 €	667.000 €	5.909.000 €	5,8%
PMPO	4	7.350.000 €	110.000 €	8.010.000 €	7,8%
JSP	7	8.980.000 €	325.000 €	10.930.000 €	10,7%
MO Ptuj / ZTP	6	640.000 €	24.000 €	784.000 €	0,8%
MO Ptuj / PMPO	1	2.500.000 €	- €	2.500.000 €	2,4%
ZRS Bistra Ptuj	1	- €	80.000 €	480.000 €	0,5%
Podjetniki/Investitorji v turizmu (Koordinira ZTP, OOPZ)	4	25.633.000 €	- €	25.633.000 €	25,1%
Finančni investitorji (Koordinira MO Ptuj)	1	32.187.500 €	- €	32.187.500 €	31,5%
SKUPAJ VSI ODGOVORNI NOSILCI	57	91.507.500 €	1.781.000 €	102.193.500 €	100,0%

10. TVEGANJA IN OMILITVENI UKREPI

Že leto 2022, ko je nastajala strategija, smo delovali v izredno turbulentnih razmerah in pričakujemo lahko, da bo izvajanje strategije skozi šestletno obdobje (do 2028) podvrženo številnim dejavnikom tveganj, tako znotraj območja, kakor tudi zunanjim vplivom (globalna varstvena, podnebna, zdravstvena tveganja).

Uspešnost izvajanja STP 2028 bo odvisna od sposobnosti Zavoda za turizem Ptuj, Mestne občine Ptuj in vseh partnerjev za pravočasno zaznavanje in upravljanje s tveganji, glede na opredeljene izzive pa so tveganja za izvajanje v veliki meri tudi notranja: ali bomo uspeli vzpostaviti stabilno in močno upravljanje destinacije in se zavezati k skupnemu izvajanju opredeljenih ukrepov.

V nadaljevanju so opredeljeni ključni dejavniki tveganja (5 ključnih oziroma najbolj izraženih) in možni omilitveni ukrepi, ki jih izvaja ZTP, skupaj z Občino Ptuj in partnerji, za zmanjšanje njihovega vpliva na postavljene cilje.

Ptuj je destinacija, kjer uspešno deluje več profiliranih in že uveljavljenih ponudnikov – ki imajo svoje trge, poslovne modele in strategije. Preboj Ptuja kot destinacije pa se bo moral dejansko zgoditi na destinacijski ravni – da se Ptuj bolj jasno profilira in močnejše umesti na turistični zemljevid. Ima res izjemne možnosti, ki jih mora znati izkoristiti! Ključni pogoj je vzpostavitev stabilne, strokovne in prodorne DMO in ekipe za upravljanje obsežnih naložb.

Posamezne dejavnike tveganj smo ocenili glede na možnost pojavljanja po naslednji metodologiji:

- ▶ Ocena verjetnosti dogodka (VD) v razponu od 1 (najnižja) do 5 (najvišja),
- ▶ Ocena posledic (P) v razponu od 1 (najnižja) do 5 (najvišja),
- ▶ skupna ocena tveganja: $SOT = VD \times OP$.

Skupna ocena tveganja za izvedbo razvojne strategije turizma v destinaciji Ptuj je **55,5 od 125 točk**, kar pomeni **srednjo stopnjo tveganja**. Za zmanjšanje tveganj bo treba največjo pozornost nameniti dejavnikom, katerih skupna ocena presega 10 točk: t.j. **1. Nezmožnost zagotovitve in pridobitve virov financiranja** in **2. Kritični obseg podjetniške iniciative in kakovostnih kadrov za odločen preboj destinacije**.

Tabela 18: Analiza dejavnikov tveganj pri izvajanju Strategije razvoja in trženja turizma na območju MO Ptuj 2023-2028

Tveganja	Ukrepi za omilitev tveganja	VD	OP	SOT
<p>Tveganje 1: NEZMOŽNOST ZAGOTOVITVE IN PRIDOBITVE VIROV FINANCIRANJA ZA NAČRTOVANE UKREPE</p> <p>Viri financiranja v proračunu MO Ptuj so lahko omejeni zaradi drugih nujnih in zakonsko opredeljenih prioritet.</p> <p>Časovno omejeni viri financiranja iz namenskih javnih sredstev na ravni ministrstev RS, EU skladov in drugih javnih virov bodo lahko že porabljeni, zaradi nepripravljenosti projektov na ravni destinacije. Deležniki destinacije ne bodo</p>	<p>1.1 Osredotočenje v prvi fazi na kratkoročne, cenejše in prioritete projekte in zgolj priprava projektnih pogojev in dovoljenj ter poslovno pravne dokumentacije za večje naložbene projekte, ki gredo v realizacijo po zagotovitvi virov;</p> <p>1.2 Nenehno iskanje alternativnih virov financiranja za proračunske vire MO Ptuj in možnih zasebnih in namenskih virov</p> <p>1.3 Pravočasna podrobna preverba možnih namenskih virov po posameznih ukrepih in priprava projektne in poslovne dokumentacije za prijavo projektov na razpise možnih namenskih virov na ravni države in EU (kohezija, NOO, idr.)</p>	3,5	5	17,5

Tveganja	Ukrepi za omilitev tveganja	VD	OP	SOT
<p>ustrezno informirani o možnih namenskih javnih virih ali ne bodo ustrezno kvalitetno pripravili vlog za (so)financiranje projektov. Predvideni zasebni lastniški viri financiranja za zasebne naložbe ne bodo zainteresirani za vlaganja zaradi tveganj po prenizkih donosih ali nezaupanja v predvideni celostni razvoj destinacije in dvig vrednosti. Bančni viri financiranja se lahko podražijo (dvig obrestnih mer) in zaostrijo pogoje.</p>	<p>1.4 Angažiranje profesionalne in izkušene ekipe za pripravo aplikacij na namenske vire države in EU</p> <p>1.5 Izvajanje rednih predstavitev in koordinacij načrtovanega razvoja naložb in turizma v destinaciji za zasebne investitorje in podjetnike s strani MO Ptuj in turističnega vodstva destinacije</p> <p>1.6 Priprava profesionalnih gradiv in podpora pri pridobivanju dovoljenj (projektne pisarna) za zasebne investitorje in zasebne sklade</p> <p>1.7 Določitev odgovornih predstavnikov MO Ptuj za komuniciranje s potencialnimi investitorji in financerji</p> <p>1.8 Povezovanje komercialnih bank, investitorjev/podjetnikov in namenskih virov (SID banka, EIB, EU NOO) za subvencioniranje obrestne mere</p>			
<p>Tveganje 2: KRITIČNI OBSEG PODJETNIŠKE INICIATIVE IN KAKOVOSTNIH KADROV ZA ODLOČEN PREBOJ DESTINACIJE</p> <p>Relativna majhnost destinacije z vidika organizacijskega, podjetniškega in človeškega potenciala predstavlja tveganje za realizacijo ukrepov in projektov, ki temeljijo na zasebni podjetniški iniciativi domačega prebivalstva in obstoječih ponudnikov (npr. širitev kulinarčne, rekreacijske doživljajske ponudbe, nastanitvenih obratov, oživiljanje objektov v zgodovinskem mestnem jedru, ipd.). Posebno tveganje predstavlja tudi nadaljnji primanjkljaj poklicnega in strokovnega kadra za gostinsko dejavnost.</p>	<p>2.1 Podpora in vključevanje vsakemu posamezniku ali podjetniku, ki izkazujejo interes za vlaganje v dodatne ciljne kapacitete v skladu z opredelitvami strategije;</p> <p>2.2 Načrtno delo za usmerjanje mladih za dvig lokalne pripadnosti, podjetniške kulture in delo v turizmu in podpora prekvalifikacijam za turistično in gostinsko dejavnost;</p> <p>2.3 Odprtost za nove podjetnike, ideje, pobude in partnerstva izven MO Ptuj;</p> <p>2.4 Spodbujanje inovativnosti, širjenja in diverzifikacije obstoječih podjetij iz drugih dejavnosti v zaznane niše v turizmu;</p> <p>2.5 Povezovanje z univerzitetnimi, strokovnimi in poklicnimi šolami in organizacijami ter strokovnjaki za usposabljanje in prekvalifikacije</p> <p>2.6 Za vodenje določenih profesionalnih funkcij, projektov in aktivnosti v destinaciji poiskati najboljši kader tudi širše, izven MO Ptuj</p> <p>2.7 Aktivno povezovanje s sosednjimi in produktno in razvojno podobnimi destinacijami za pridobitev novih ponudnikov in kadra;</p> <p>2.8 Povezovanje s podjetniki in investitorji iz tujine, ki so kulturno blizu destinaciji Ptuj (Avstrija, Nemčija, Hrvaška)</p>	3	4	12

Tveganja	Ukrepi za omilitev tveganja	VD	OP	SOT
<p>Tveganje 3: ZAOSTAJANJE OSNOVNE DRŽAVNE INFRASTRUKTURE IN ATRAKCIJ Kakovostno in butično pozicioniranje destinacije in ponudnikov terja sočasen napredek v temeljni javni infrastrukturi (obvoznica Ptuj Ormož, idr) in v primeru Ptuja tudi vlaganje države v objekte in atrakcije v državni lasti (Grad, Arheologija, idr.). Obstaja bojazen, da bo zaradi omejenih finančnih virov razvoj destinacije ovirala neustrezna zmogljivost in kakovost osnovne infrastrukture: prometna infrastruktura, javni potniški promet, državne kolesarske povezave, telekomunikacijsko-omrežje / hitro zmogljivo optično omrežje, elektro-distribucijsko omrežje, kot tudi odložitev vlaganj v ureditev arheološkega razstavišča in urejanja grajskega kompleksa s strani države (MK) ali določenih stavb v zgodovinskem mestnem jedru v lasti države.</p>	<p>3.1 Podajanje pobud, aktivno sodelovanje in pritiski na upravljavce infrastrukture za umestitev naložb v njihove programe; 3.2 Tesno sodelovanje z upravljavci (državne) infrastrukture in ministristvi v fazi prostorskega in finančnega načrtovanja in usklajevanje interesov; 3.3 Neprestano sledenje spremembam posameznih sektorskih politik in državnim NRP-jem; 3.4 Javno predstavljanje pobud za razvoj destinacije in vključevanje državnih upravljavcev od začetka procesa 3.5 Spremljanje napredka državnih služb v postopkih projektiranja, pridobivanja zemljišč in dovoljenj za posege v prostor.</p>	3	3	9
<p>Tveganje 4: SLAB ODZIV IN MOTIVACIJA LOKALNEGA PREBIVALSTVA IN PODJETNIKOV ZA ODLOČNE IN TRAJNOSTNE SPREMEMBE Pomanjkanje interesa med ponudniki za sledenje novi strategiji iz različnih razlogov: nezaupanje, pomanjkanje časa, neučinkovito naslavljanje lokalnih deležnikov s strani ZTP, nerazumevanje strategije, parcialni interesi, idr. Možna tudi nezainteresiranost ali celo odpor med splošno javnostjo domačega prebivalstva, iz razlogov nezaupanja, predsodkov, govoric, teorij zarote, neustreznega komuniciranja strategije v javnosti, ipd. kar lahko zniža tudi politično podporo strategiji in predvidenim ukrepom in resno ogrozi njeno realizacijo</p>	<p>4.1 Široko in kontinuirano predstavljanje in sporočanje nove vizije in usmeritev strategije preko različnih kanalov komuniciranja; 4.2 Organiziranje transparentnih širših javnih debat in pogovorov v ožjih krogih o rešitvah strategije in involviranje domačega prebivalstva in podjetnikov v nadgradnjo in izboljšanje določenih ukrepov ali celo njihov vstop v projekt 4.3 Oblikovati on-line možnost aktivnega podajanja predlogov, podpore, kritike, predlogov za izboljšanje ipd. z odzivom upravitelja na mnenja 4.4 Takojšnje nadaljevanje aktivnega procesa s konkretnimi aktivnostmi za ponudnike in lokalne deležnike (splošno javnost) opredeljene v strategiji; 4.5 Oblikovanje koordinacijske skupine z lokalnimi podjetniki pri ZTP za spremljanje strategije; 4.6 Usposabljanje zaposlenih v ZTP in MO Ptuj za upravljanje sprememb in vodenje procesov uveljavljanja strategije;</p>	2	4	8

Tveganja	Ukrepi za omilitev tveganja	VD	OP	SOT
<p>Tveganje 5: DOLGOROČNOST NAČRTOVANJA – SPREMEMBE, KI SE LAHKO ZGODIJO V DALJŠEM OBDOBJU</p> <p>Razvojna strategija velja 6 let. V tako dolgem obdobju načrtovanja lahko podleže številnim nepredvidljivim notranjim in zunanjim vplivom ter spremembam pogojev v relevantnem okolju.</p>	<p>5.1 Tekoče spremljanje in usmerjanje razvojne strategije glede na trende in njena vsakoletna evalvacija in prilagoditev v skladu z ukrepom za spremljanje in evalvacijo strategije;</p> <p>5.2 Kakovostna in premišljena dolgoročno odporna zasnova izvedbenih projektov;</p> <p>5.3 Doseganje sinergij med ukrepi in naložbenimi projekti;</p> <p>5.4 Dopolnjevanje seznama ukrepov in projektov;</p> <p>5.5 Po potrebi in na realnih argumentih tudi formalna novelacija strategije</p>	3	3	9

KRATICE, VIRI in SLIKE, GRAFI, TABELE

KRATICE:

AJPES:	Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve
DMO:	Destination Management Organisation (Destinacijska management organizacija)
JSP:	Javne službe Ptuj
LAS CLLD:	Lokalne akcijske skupine za razvoj podeželja oziroma razvoj, ki ga vodi lokalna skupnost
GPO:	Gostinsko predelovalni obrati
MGTŠ:	Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport
MICE:	Opredelitev vrste turizma, ki opredeljuje poslovna in strokovna srečanja, nagradna potovanja, kongrese in druge dogodke (angl. Meetings, Incentives, Congresses and Events/Exhibitions)
MOP:	Mestna občina Ptuj
OOPZ:	Območna obrtno podjetniška zbornica
OPN:	Občinski prostorski načrt
OTA:	Spletne turistične agencije in rezervacijski sistemi (angl. On-line Travel Agencies)
PMPO:	Pokrajinski muzej Ptuj Ormož
RNO:	AJPES Register nastanitvenih obratov
STK:	Strategija turizma Ptuj
STO:	Slovenska turistična organizacija
SWOT:	Analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti
SURS:	Statistični urad Republike Slovenije
TT:	Turistična taksa
VD:	Vodilna destinacija
ZGAP:	Zgodovinski arhiv Ptuj
ZSST:	Zelena shema slovenskega turizma
ZTP:	Zavod za turizem Ptuj
ZZMS:	Združenje zgodovinskih mest Slovenije

Vsi izvorni podatki o turističnem prometu in podatki o prihodkih prebivalstva ter energetske porabi po občinah so pridobljeni iz javne baze podatkov **SURS**, nadalje preračunani z lastnimi izračuni in obdelani za prikaz v tem dokumentu.

Vsi izvorni podatki o poslovanju podjetij in podjetnikov v sektorju gostinstva so pridobljeni iz javne baze **AJPES**, nadalje preračunani z lastnimi izračuni in obdelani za prikaz v tem dokumentu.

DOKUMENT SE SMISELNO NAVEZUJE IN UPOŠTEVA:

- ▶ Strategija slovenskega turizma 2022–2028, maj 2022
- ▶ Strateški načrt trženja zgodovinskih mest Slovenije 2025, 2021
- ▶ Regionalni razvojni program Podravske regije 2021–2027, 2022
- ▶ Občinski prostorski načrt Mestne občine Ptuj (2015-2106, in kasnejše spremembe in dopolnitve)

SLIKE, GRAFI IN TABELE:

Slika 1: Shematski prikaz strukture dokumenta _____	9
Slika 2: Shematski prikaz strukture dokumenta _____	10
Tabela 1: Stanje ključnih ekonomskih in poslovnih kazalnikov turizma v MO Ptuj v preteklem obdobju 2019, 2022	13
Slika 3: Shematski prikazi ključnih umestitev Mestne občine Ptuj _____	16
Tabela 2: Prikaz okvirnih strateških ciljev v obdobju 2017-2021/'22 in stopnje njihove uresničitve _____	21
Tabela 3: Prikaz stopnje doseganja ciljnih kazalnikov razvoja turizma v obdobju 2017-2021/'22 _____	23

Tabela 4: Pregled virov financiranja Zavoda za turizem Ptuj v obdobju 2017-2022 _____	25
Tabela 5: Izgubljene koristi in prihodki po vrstah prenočitev in prihodkov v turizmu zaradi posledic Korone 2020/2021 _____	29
Tabela 6: Kazalniki strateških in dolgoročnih ciljev razvoja destinacije Ptuj do leta 2028 in vizije do leta 2050 ____	60
Sklop tabel 6: Kazalniki doseganja rasti in ciljnih vrednosti v turizmu – stanje in ciljne vrednosti 2028 _____	62
Tabela 7: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih kulturno zgodovinskih privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj _____	70
Tabela 8: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih stalnih kulturno umetniških privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj _____	70
Tabela 9: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih naravnih in oblikovanih naravnih privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj _____	71
Tabela 10: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih ustvarjenih privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj _____	71
Tabela 11: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih zgodb, literarnih del, legend, znanih zgodovinskih osebnosti in simbolov Ptuja v turistični ponudbi destinacije _____	71
Tabela 12: Prikaz in ocena stopnje valorizacije potenciala ključnih dogodkov in festivalov kot privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj _____	72
Tabela 13: Prikaz in ocena povprečne stopnje valorizacije potenciala vseh ključnih vrst privlačnosti v turistični ponudbi destinacije Ptuj, po vrstah privlačnosti in povprečja vseh privlačnosti skupaj _____	73
Tabela 14: Prikaz in ocena pomena posameznih celostnih produktov/doživetij/motivov za uspešnost Ptuja ____	74
Slika 4: Prikaz pomena posameznih celostnih produktov oz. doživetij oz. motivov za uspešnost turistične ponudbe, razvoj in podobo destinacije Ptuj _____	75
Tabela 15: Prikaz in ocena konkurenčnosti, privlačnosti in obsega kapacitet destinacije Ptuj _____	75
Slika 5: Prikaz pomena posameznih celostnih produktov s strategijo – potrebnimi premiki _____	76
Tabela 16: Prikaz in ocena konkurenčnosti, privlačnosti in obsega trga posameznih obstoječih emitivnih turističnih trgov destinacije Ptuj _____	80
Slika 6: Prikaz konkurenčnosti, privlačnosti, obsega kapacitet in usmeritve razvoja posameznih obstoječih emitivnih turističnih trgov destinacije Ptuj _____	80
Slika 7: Sedanje stanje organiziranosti upravljanja destinacije _____	138
Slika 8: Ciljno stanje: organizacijska shema upravljanja strategije razvoja in trženja turizma v destinaciji Ptuj 2023-2028 _____	138
Tabela 17: Razporeditev števila in indikative finančne ocene ukrepov po odgovornih nosilcih ukrepov za realizacijo strategije opredeljenih v akcijskem načrtu _____	140
Tabela 18: Analiza dejavnikov tveganj pri izvajanju Strategije razvoja in trženja turizma na območju MO Ptuj 2023-2028 _____	141