

SLOW TOURISM

*Valorizzazione e promozione di itinerari turistici
“slow” tra l'Italia e la Slovenia*

*Valorizacija in promocija turističnih “slow” poti
med Italijo in Slovenijo*

*Ref. Bando pubblico per la presentazione di progetti strategici n. 01/2009
Javni raxpis za predložitev strateških projektov št. 01/2009
Rif. AF./ Št. Vloge: 22*

Context analysis of the Slowtourism area

Italia Slovenia Programme

ASSE / **PREDNOSTNA NALOGA:**
2 Competitività e società basata sulla conoscenza
2 Konkurenčnost in na znanju temelječa družba

Workpackages:	2. Strategic planning
Activity:	2.1. Context analysis
Output:	Report
Version:	v2
Date:	20.03.2011
Language:	Italian
Status:	Final
Type:	Report
Availability	Public
Responsible Partner	PP8 DiSPeS, University of Trieste
Editor	Moreno Zago et al.
Contributor	PP8
Other PPs contributor	LP, PP11, PP16

Progetto finanziato nell'ambito del Programma per la Cooperazione Transfrontaliera Italia-Slovenia 2007-2013, dal Fondo europeo di sviluppo regionale e dai fondi nazionali.
Projekt sofinanciran v okviru Programa čezmejnega sodelovanja Slovenija-Italija 2007-2013 iz sredstev Evropskega sklada za regionalni razvoj in nacionalnih sredstev.



Ministero dell'Economia
e delle Finanze



REPUBLIKA SLOVENIJA
SLUŽBA VLADE RS ZA LOKALNO SAMOUPRAVO
IN REGIONALNO POLITIKO



Lead Partner



Project partners

Provincia Ferrara
Provincia Ravenna
Provincia Rovigo
Gal Polesine Delta Po
Gal Venezia Orientale, Vegal
Consorzio del Parco Regionale del Delta del Po Emilia-Romagna
Ente Parco Regionale Veneto Delta Po
Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, Università di Trieste
Gal Alta Marca Trevigiana
Gal Terre di Marca
Bsc Poslovno Podporni Center d.o.o. Kranj
Turizem Bohinj, Javni Zavod za Pospeševanje Turizma
Zavod za Turizem in Kulturo Žirovnica
Center Za Trajnostni Razvoj Podeželja Kranj, Razvojni Zavod
Triglavski Narodni Park
Slovenska Turistična Organizacija
Občina Bled
Občina Bohinj
Občina Gorenja vas-Poljane
Občina Jesenice
Občina Kobarid
Občina Kranjska Gora
Občina Radovljica
Občina Žiri
Provincia di Venezia
Provincia di Udine
Comune di Ravenna
Regione Emilia-Romagna
Associazione nautica Nautisetete



2007-2013
cooperazione territoriale europea
programma per la cooperazione
transfrontaliera
Italia-Slovenia
evropsko teritorialno sodelovanje
program čezmejnega sodelovanja
Slovenija-Italija



Slow Tourism

Italia ↔ Slovenija

VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DI ITINERARI TURISTICI "SLOW" TRA L'ITALIA E LA SLOVENIA
VALORIZACIJA IN PROMOCIJA TURISTIČNIH "SLOW" POTI MED ITALIJO IN SLOVENIJO

ANALIZA KONTEKSTA NA ČEZMEJNEM OBMOČJU



2007-2013
cooperazione territoriale europea
programma per la cooperazione
transfrontaliera
Italia-Slovenia
evropsko teritorialno sodelovanje
program čezmejnega sodelovanja
Slovenija-Italija



Investiamo nel
vostro futuro!

Naložba v vašo
prihodnost!

www.ita-slo.eu

Progetto cofinanziato dal Fondo europeo di
sviluppo regionale

Projekt sofinancira Evropski sklad
za regionalni razvoj



Zahvala



Pričujočo analizo konteksta je sestavil Oddelek za politične in socialne vede Univerze v Trstu v sodelovanju z vodilnim partnerjem Delta 2000 in s projektnima partnerjema BSC, Poslovno podporni center d.o.o. Kranj in Slovenska turistična organizacija.

Pri sestavi besedil so pod znanstvenim vodstvom Morena Zaga (DiSPeS, Univerza v Trstu) in Diega Masiella (Deželna služba za gozdove Avtonomne dežele Furlanije Julijske krajine): Simone Baldi, Econstat, Bologna; Chiara Beccalli, DiSPeS, Univerza v Trstu; Andrej Bertok, Italijansko središče Carlo Combi, Koper-Capodistria; Emilio Cocco, Univerza v Teramu; Stefano Dall'Aglio, Econstat, Bologna; Elena Del Maschio, DiSPeS, Univerza v Trstu; Hermann Graziano, Econstat, Bologna; Thomas Ferlin, DiSPeS, Univerza v Trstu; Chiara Longhi, DELTA 2000; Michela Monsalvi, DiSPeS, Univerza v Trstu; Angela Nazzaruolo, DELTA 2000; Roberta Vincoletto, Italijansko središče Carlo Combi, Koper-Capodistria; Moreno Zago, DiSPeS, Univerza v Trstu.

Pri zbiranju podatkov pa so sodelovali tudi: BSC, Poslovno podporni center d.o.o. Kranj; DELTA 2000, Econstat, Bologna, Slovenska turistična organizacija;.

Strateški projekt SLOWTOURISM, sofinanciran v okviru Programa čezmejnega sodelovanja Slovenija-Italija 2007-2013, iz sredstev Evropskega sklada za regionalni razvoj in nacionalnih sredstev, je namenjen podpiranju in vrednotenju sproščujočega turizma, oblikovanju trajnostnih turističnih proizvodov in mreženju okoljskih in podeželskih virov. Cilj projekta je vzpostavitev celostno zaokroženih ukrepov za promocijo in vrednotenje omrežja "SLOWTOURISM" na čezmejnem območju severnega Jadrana preko izvajanja pilotnih projektov, trženjskih aktivnosti, usposabljanja, informiranja in ureditve pravih "slow" točk na slovenskem in italijanskem območju. www.slow-tourism.net



Ministero dell'Economia
e delle Finanze



REPUBLIKA SLOVENIJA
SLUŽBA VLADE RS ZA LOKALNO SAMOUPRAVO
IN REGIONALNO POLITIKO



Projekt je sofinanciran v okviru Programa čezmejnega sodelovanja Slovenija-Italija 2007-2013 iz sredstev Evropskega sklada za regionalni razvoj in nacionalnih sredstev.

Pričujoča publikacija je na voljo v elektronski obliki na spletni strani www.slow-tourism.net.

Vsebina publikacije ne odraža nujno uradnega stališča Evropske unije.

Tiskano v Trstu, april 2011

Kazalo

Predstavitev	7
--------------	---

1		Naravni kontekst	9
2		Turistična konsistenca in sestava	13
3		Profil slow turista	29
4		Karakterizacija slow ponudbe	59
5		Swot analiza čezmejnega območja	95

Bibliografija	123
---------------	-----



Predstavitev

SLOWTOURISM je strateški projekt, ki ga financira Evropski program čezmejnega sodelovanja Italija-Slovenija 2007-2013. Partnerstvo je sestavljeno iz lokalnih razvojnih agencij in lokalnih akcijskih skupin, institucionalnih ustanov kot so pokrajine, občine, združenj parkov, Oddelka za družbene in socialne vede Univerze v Trstu in specializiranih združenj sektorja turističnega trženja treh italijanskih dežel (Emiglie-Romagne, Veneta/ Benečije in Furlanije Julijske krajine) ter dveh slovenskih regij (Gorenjske in Goriške). Vodilni partner je Agencija za lokalni razvoj Delta 2009 iz kraja San Giovanni d'Ostellato (Fe).

Projekt želi ovrednotiti ter promovirati turistične oblike, tako imenovane počasne oblike, na italijanskih in slovenskih področjih, ki imajo značilnosti naravno-okoljskih elementov in elementov vode, s pomočjo integriranih in skupnih dejavnosti. Za doseganje teh ciljev poročilo „Analiza področja Slow Tourism“ prikazuje rezultate študije čezmejnega področja, vključenega v projekt.

V prvem poglavju se analizirajo okoljske značilnosti dežel severnega Jadrana, ki so bile vključene v obravnavo, in sicer Emiglie-Romagne s pokrajinama Ferrara in Ravenna, Veneta (Benečije) s pokrajinama Rovigo, Treviso in Benetke, in Furlanije Julijske krajine s pokrajinama Videm in Trst ter dve slovenski statistični regiji Gorenjska in Goriška. Pokrajine in ekosisemi, ki označujejo ta območja so zelo različna in vsak izmed teh je zaklad bogate biološke raznolikosti, vanje pa so vključeni pogosto tudi pomembni endemizmi (edinstvene vrste). Te nato varujejo in ščitijo znotraj številnih parkov, rezervatov in znotraj

preostalih vrst zaščitene področij, ki se nahajajo na teritoriju.

Drugo poglavje obravnava številke turističnega povpraševanja in ponudbe italijansko-slovenskega čezmejnega področja, s tem, da se osredotoča na klasične kazalce turističnih tokov, kot so prihodi, obstoj ter število postelj. Poznavanje števil, koliko in kateri so turistični akterji, omogoča osnovo, na kateri se lahko gradi na izboljšavi poti ter krepitvi kompleksnega pestrega in razvijajočega sektorja, kot je turistični.

Raziskovalna skupina Oddelka za politične in socialne vede Univerze v Trstu je pripravila strukturiran vprašalnik s ciljem izmeriti odstopanja slow tourisma, ki se nanašajo na odnose in obnašanja primerjanih uporabnikov dejavnosti slow in doje-manja kvalitete destinacij. Pridobljeni rezultati so prikazani v tretjem poglavju, z opisom profila počasnega turista.

Za čezmejno območje je značilno, da vsebuje bogato naravno, zgodovinsko in kulturno dediščino, široko ponudbo turističnih produktov in storitev, ki še povečujejo vrednost dediščine. V četrtem poglavju se analizira turistična ponudba, s tem da se upošteva kritiko, cilje in aktivnosti italijanskih pokrajin ter slovenskih statističnih regijah, vključenih v projekt.

Analiza SWOT čezmejnega področja je opisana v petem poglavju. Prednosti in slabosti, priložnosti in nevarnosti resničnega teritorija, so prikazane z namenom predlagati intervencijske strategije za razvoj turističnega sektorja, predvsem tistega.



NARAVNI KONTEKST



Gore, griči, nižine, morje in lagune predstavljajo edinstveni kontekst, ki ga zaznamujejo visoka stopnja biološke raznolikosti in različne geološke značilnosti, zaradi katerih je italijansko-slovensko čezmejno območje primerno za uresničevanje filozofije slow turizma.

1. Uvod

Zgornje-jadranske regije Emilija Romanja (s pokrajinama Ferrara in Ravenna), Veneto (s pokrajinami Rovigo, Treviso in Benetke), Furlanija Julijska krajina (s pokrajinama Trst in Videm) ter Gorenjska in Goriška statistična regija nudijo široko paleto zanimivih elementov za analizo teritorialnega konteksta.

Na tem območju se nahajajo različne vrste krajin in ekosistemov, ki zajemajo obsežno in bogato biološko raznolikost ter pogoste pomembne endemične vrste. Na obravnavanem območju se raztezajo gorske verige, med katerimi izstopajo razne gore (npr. Triglav) in na katerih prebivajo alpske rastlinske in živalske vrste, nižine, kot je na primer Padska, po kateri teče reka Pad, ki

pri izlivu v Jadransko morje oblikuje eno izmed najlepših in najpomembnejših italijanskih mokrišč, delta reke Pad, pravo zatočišče za številne ptice selivke in ne, obsežna laguna, ki jo zaznamujejo *barene*, *velme*, kanali in ožine, Kras, ki je sestavljen iz jam, dolin, griž, škrapelj, ki so nastale zaradi delovanja kisle deževnice na apnenčasto kamenje.

Biološka raznolikost tega območja in ekosistemov je zaščiten s številnimi naravnimi parki, rezervati in zavarovanimi področji, kot so Park delte reke Pad v Emiliji Romanji in Venetu, Park reke Sile, Park Julijskih Predalp in Triglavski narodni park.

2. Naravne značilnosti

2.1. Krajina, ekosistemi in zaščiten območja

Na območju pokrajin Ferrara in Ravenna v deželi Emiliji Romanji prevladuje območje delte reke Pad, ki predstavlja eno izmed najbolj obsežnih mokrišč v Italiji. Tu se nahajajo tudi plaže in sipine, borovi gozdiči in gozdovi, lagune, somornice in močvirja, kot je na primer nižina v kraju Comacchio. Na območju obeh pokrajin se nahajajo: 35 OPS (*Območje, pomembno za Skupnost*) in POO (*Posebno ohranitveno območje*), 2 deželna parka (delte reke Pad in Vena del Gesso Romagnola), 7 državnih rezervatov (Bassa dei Frassini-Balanzetta, Bosco della Mesola, Dune e Isole della Sacca di Gorino, Po di Volano, Sacca di Bellocchio I, Sacca di Bellocchio II, Sacca di

Bellocchio III) in 1 deželni rezervat (Dune Fossili di Massenzatica).

Deželo Veneto, ki jo v pričujočem projektu zastopajo Pokrajine Rovigo, Treviso in Benetke, zaznamuje pretežno laguna, medtem ko je nižinsko zaledje »zarezano« s številnimi plovniimi rekami. Na tem območju je skupnih 93 OPS (*Območje, pomembno za Skupnost*) in POO (*Posebno ohranitveno območje*), 2 deželna naravna parka (reke Sile in delte reke Pad v deželi Veneto), 2 naravna rezervata (Bosco Nordio in Piaie Longhe-Millifret), 1 deželni rezervat (Bocche di Po), 2 državna rezervata (Campo di Mezzo in Bus della Genziana), park lagune Caorle-Bibione in

parki San Donà di Piave, Storga, Pian di Parrocchia, Foresta del Cansiglio in WWF oaza Alvisopoli.

Dežela *Furlanija Julijska krajina* predstavlja stičišče različnih kultur in jezikov, zato je tudi narava očitna pričevalka vplivov celinskega, alpskega, ilirskega in sredozemskega naravnega sistema, ki se na tem območju stikajo in tvorijo edinstveno biološko raznoliko območje, na katerem se nahajajo znamenitosti mednarodnega pomena (laguna, Kras, podzemni studenci, Dolomiti), obsežni gozdovi (35 % celotne deželne površine) ter razvejan sistem naravnih parkov in rezervatov. V tej deželi so prisotne naslednje vrste krajine: alpska, predalpska, gričevnata, zgornjenišinska, nižinska, spodnjenišinska, kraška, obalna in lagunska. V Furlaniji Julijski krajini se nahajata 2 deželna naravna parka (Furlanskih Dolomitov in Julijskih Predalp), 12 deželnih naravnih rezervatov (Val Alba, Izliva reke Soče, Izliva reke Stella, Valle Cavanata, Doberdobskega in Prelosnega jezera, Devinskih sten, Volnika in Medvedjaka ter Doline Glinščice), 3 državni naravni rezervati (Cucco, Rio Bianco in Miramar) ter številni deželni naravni biotopi, ki zajemajo šotišča, močvirja in podzemne studence.

2.2. Raznolikost živalskih vrst

Favna *Parka delte reke Pad* je zagotovo eden izmed najbolj pomembnih elementov tega zaščitenega območja, kjer prebiva 460 vrst vretenčarjev in 300 vrst ptic, od katerih jih 150 gnezdijo in 180 prezimi. Tovrstna raznolikost izhaja iz kompleksne sestave okolja delte, ki za številne vrste predstavlja pravo zatočišče na evropski in italijanski ravni, v kateri prebivajo tudi izredno redke vrste, kot so pritlikavi kormoran (tu se nahaja edina zahodnoevropska kolonija te vrste), bengalska čigra (na tem območju gnezdijo edini primerki v Evropi) in plamenec (tu se nahaja ena izmed redkih evropskih kolonij).

Naj izpostavimo, da v *Deželnem naravnem parku reke Sile* prebivajo laška žaba, endemična vrsta Padske nižine, zelena žolna in veliki detel ter druge ptice pevke, ki se na tem območju zadržujejo v migracijskem obdobju, vrbji kovaček, zeleni kovaček, črnoglavi muhar in sivi muhar. Izredno pomembna je kolonija čapelj (siva čaplja, mala bela čaplja in kvakač), ki že od ustanovitve naravnega parka pritegnejo pozornost številnih ornitologov in opazovalcev ptic. Pred kratkim se je na tem območju pojavila tudi kra-

V *Sloveniji* je najpomembnejše zaščiten območje Gorenjske in Goriške statistične regije Triglavski narodni park, ki zajema skoraj celotno območje Julijskih Alp in večino Bovškega področja. Triglavski narodni park je najobširnejše slovensko področje za zaščito kulturne in naravne dediščine območja. Park se nahaja v severozahodnem delu Slovenije, v Julijskih Alpah, in predstavlja edini slovenski narodni park. Ime parka izhaja iz najvišje slovenske gore Triglava (2.864 m), ki se dviga v sredini parka. Območje je vključeno v evropsko ekološko omrežje *Eu-Natura 2000*. Ostala pomembna zavarovana območja Goriške statistične regije so Naravni rezervat Doline triglavskih jezer in Naravni rezervat tolminskih korit. Na območju Gorenjske statistične regije se poleg Triglavskega narodnega parka nahajajo še Regionalni park Udin bošt blizu Kranja, ki zajema številne rastlinske vrste, gozdne rezervate in šest zaščitenih jam, Naravni park Zelenci pri Kranjski Gori, Gozdni rezervat Mala Pišnica v Zgornji Savi. Na tem območju je tudi več naravnih spomenikov, kot so na primer Savinjski in Bohinjski slapovi, soteska Vitgar pri Bledu, Pokljuka in Dovžan s svojo fosilno dediščino iz paleozoika. Približno polovica Gorenjske regije je zaščiten v okviru evropskega programa za ohranjanje biološke raznolikosti 2000.

vja čaplja, ki se postopoma razširja tudi v deželi Veneto. V spomladansko-poletnem času na tem območju gnezdijo liska, mali ponirek, zelenonoga tukalica ter redki in mogočni čopasti ponirek. Vse te ptice gnezdijo vzdolž nabrežij in širših delov reke. Najpomembnejša ptica, ki gnezdijo na tem območju, je zagotovo rjavka, potapljavka, ki le poredkoma gnezdijo v Italiji. Vzdolž reke prebivajo kleni, linji in krapji. V jesensko-zimskem času se na tem območju zadržujejo različne ptice selivke, kot so kormorani, čopasti ponirki, mali ponirki, mlakarice, sivke, rjavke, kostanjevke, konopnice, kreheljci, zelenonogi in rečni galebi, sivi galebi in včasih celo rjavi galebi.

V *Deželnem naravnem rezervatu izliva reke Soče* prebivajo številne zanimive živalske vrste, ki večkrat pripadajo redkim oz. nenavadnim vrstam. Po ustanovitvi zaščitenega naravnega parka se je najbolj povečala biološka raznolikost ptic, saj se je do danes opazilo več kot 300 različnih ptic. Nekatere so selivke in se na tem območju zadržujejo samo zato, da se nahranijo in odpočijejo med dolgim potovanjem, nekatere

tu prezimijo in druge preživijo tu poletje. Številne so race, liske, čaplje, škurhi in številne roparice. Med sesalci so na tem območju prisotni srna, lisica, jazbec, merjasec in zajec, ki se tu zadržujejo zaradi mirnega okolja in bližine kraškega območja. V parku prebivajo tudi razni glodavci, netopirji, žužkojede in dvoživke, med katerimi velja omeniti različne vrste žab, zelene rege in tritoni. Med številnimi plazilci izstopajo močvirska skledica, belouška in zeleni kuščar. V rekah, močvirjih in mlakah prebivajo številni zanimivi nevretenčarji, med katerimi izstopajo živobarvni metulji, kot so na primer redki petelinček, osatnik in številne druge.

Deželni naravni rezervat izliva reke Stella se v celoti razteza na območju Občine Marano Lagunare in skupaj z Rezervatom Canal Novo tvori obširnejši naravni kompleks: Gradeško-maransko laguno. Na tem območju prebiva glavata kareta, ki je zaščitena. V lagunah prebivajo različne vrste rib kot so glavati ciplji, orade, brancini, jegulje, morske plošče, veliki gavuni in druge, ki tu preživljajo svojo trofično obdobje in se nato razmnožujejo v morju. Nekatere vrste pa se razmnožujejo v laguni: zet, glavač, solinarka in endemični glavoč. V lagunskem trstju prebivajo laška žaba, rosnica in navadni gož. Na območju parka so še vedno precej prisotne močvirska sklednica, kobranka in zelena žaba. Med sesalci naj omenimo dihurja, velikega voluharja in povodno rovkol, ki na tem območju prebiva tudi v pristnih barenah. V laguni se občasno zadržujejo

tudi morski sesalci, ki sledijo manjšim plovilom. V parku prebivajo ptice mednarodnega pomena, predvsem selivke. Številne ptice pa na tem območju tudi gnezdijo, na primer rjavi lunj, brkata sinica in labod grbec

Na območju *Triglavskega narodnega parka* gnezdijo 84 vrst ptic, med katerimi številne gnezdijo ali prezimijo na tem območju. To območje predstavlja naravni habitat planinskega orla, ogroženega velikega petelina in ruševca. Poleti se lahko nad Krnom opazi tudi jastrebe. Medvedje so redni gostje zaščenega območja in v minulih letih je to področje naselilo več risov. Najznačilnejša vrsta Triglavskega narodnega parka je gams (danes jih tu prebiva približno 3.000). Kozorog je bil uveden leta 1964 v dolini Zadnjice, od koder se je razširil na vsa ostala območja parka. Populacija jelenov in srn je obsežna in enakomerno porazdeljena po celotnem območju. Muflon je alohtona vrsta, ki je bila uvedena v Slovenijo v 60. letih prejšnjega stoletja. Zelo razširjeni so zajci, kune, lisice, jazbeci in jerebice. Najbolj ogrožena vrsta je redka vidra. V Soči plava soška postrv, ki je značilna za italijanske in slovenske jadransko-podalpske vodotoke in ji ogroža izumrtje.

Kraška favna je zaradi okoliških gozdov izredno številna in raznolika, izstopajo pa veliki sesalci kot so medved, volk in ris. V jamah prebivajo različne vrste netopirjev, najznačilnejša kraška dvoživka pa je človeška ribica.

2.3. Raznolikost rastlinskih vrst

V *Deželnem parku delte reke Pad* so strokovnjaki ugotovili, da uspeva vsaj 970 rastlinskih vrst, ki so tu prisotne zaradi izredno raznolikega okolja, ki zajema plaže, sipine, lagune, somornice, močvirja in sladkovodna mokrišča ter higrofilne, mezofilne in ksenofilne gozdove. V parku uspevajo izredno specializirane rastline, ki so vezane na plaže in sipine (psamofilne vrste), mokrišča (hidrofitne vrste), rečne bregove (helofitne vrste), lagune in somornice (halofilne vrste) ter sladkovodna močvirja. Poleg teh so tu prisotne še druge bolj prilagodljive vrste, ki uspevajo na robu obdelanih površin, in številne gozdne rastline, drevesa, grmičevja ter podrasti.

Spomladi *Deželni park reke Sile* prekrivajo topoli, vrbe, jelše in različne vrste podrasti, kot so na primer močvirske praproti, ki so značilne za vlažno podrast in so v preteklosti zaznamovale

padске nižinske gozdove. Nadalje je tu prisotna navadna smrečica, ki je bila nekoč zelo razširjena vzdolž reke Sile, a je danes manj prisotna, morda zaradi sprememb v vodah. Lepi in nežni so cvetovi žabjega šejka, ki uspeva v plitvih vodah in se pomeša z lističi vodne leče.

V *Deželnem naravnem parku izliva Soče* uspevajo številne in raznolike rastlinske vrste, ki so značilne za sladkovodna okolja in somornice. Na rečnih bregovih uspevajo topoli, črne jelše in bele vrbe, na območju rezervata pa je še vedno ohranjeno eno izmed zadnjih nahajališč nižinskih gozdov, ki so v daljni preteklosti prekrivali spodnji del padsko-venetske nižine. Tu uspevajo dob, beli gaber in poljski jesen. Zelo zanimivo in značilno je rastlinstvo ilovnatih otočkov (*barene*) in blatno-peščenih tal (*velme*), ki se je prilagodilo visoki slanosti in zajema vrste kot sta osočnik in obmorska nebina.

Na območju *Deželne naravnega rezervata izliva reke Stella* lahko opazimo mnoge halofilne vrste, ki pripadajo trem različnim vegetacijskim razredom: pionirske vrste somornic, med katere spadajo terofiti, halofitne trajnice, ki zajemajo sukulente hamefite in nanofanerofite, ter nazadnje slana travišča, kjer prevladujejo hemikriptofitne vrste. Poleg halofilnih vrst naj omenimo še obsežno močvirsko trsje v bližini rečnih izlivov.

Gozdovi prekrivajo dve tretjini površine *Triglavskega narodnega parka*. Značilne drevesne vrste so bukev, jelka in macesen. Julijske Alpe pa zaznamujejo vrste, ki ljubijo zmernejše temperature, npr. gaber in jesen, ki uspevata na južnem področju zaščitene parka. Park za-

jema več kot 1.000 hektarjev gozdnih rezervatov, ki so v celoti prepuščeni naravnemu zagazdovanju. Najpomembnejše cvetne vrste so zvončnica, orhideja, encijan in druge, najbolj znana pa je planika, ki je tudi zaščitena.

Flora *Tržaškega Krasa* je res svojevrsna, saj zajema številne endemične vrste. Kraški gozd je manj zasičen z drevesi, zato ima več svetlobe od evropskih gozdov, ki se nahajajo na isti nadmorski višini. V kraških gozdovih uspevajo številne vrste listavcev, zlasti gaber in črni jesen, ki spomladi, skupaj s hrastom, ponujajo obiskovalcem široko paleto zelenih odtenkov, od blede zelene barve novih lističev do temno zelene zrelih krošenj.

Fig. 1: Italijansko-slovensko čezmejno območje Slow Tourism



TURISTIČNA KONSISTENCA IN SESTAVA



Več kot 15 milijonov prihodov in 68 milijonov obiskov za 4,5 nočitev v povprečju. 14 % porast v minulih petih letih. 786.000 ležišč. Masovni turizem predvsem iz Avstrije in Nemčije. To so podatki turistične ponudbe in povpraševanja italijansko-slovenskega čezmejnega območja, ki daje zagona tudi slow ponudbi sosednjih območij.

1. Uvod

Za izboljšanje in vrednotenje turistične ponudbe na obravnavanem območju je treba povezati in združiti storitve na območju in nosilce interesa. V tem smislu je bistvenega pomena začetna količinska analiza, ki preko osnovnih turističnih kazalnikov omogoča celovit pregled in preučitev območja izvajanja projekta *Slow Tourism*.

Analize, ki so navedene v nadaljevanju, so osredotočene na klasične kazalnike turističnega pretoka (prihodi, obiski, gostota poselitev, število ležišč itd.), ki zajemajo celotno čezmejno območje programa Interreg Slovenija-Italija, ker smo menili, da se ne smemo omejiti le na območje izvajanja pričujočega projekta, saj je število turističnih obiskov na našem območju odvisno tudi od sosednjih območij. Ta ugotovitev velja za Trst in Videm, kamor se stekajo turisti iz gradeških in lignanskih kopališč oziroma iz Slovenije, pa tudi za pokrajine Treviso, Rovigo in Benetke, ki izkoriščajo turistične pretoke iz Padove in nenazadnje tudi za statistični regiji Goriška in Gorenjska, ki so pač tudi odvisne od bližnje Ljubljane in Avstrije.

Pri analizi smo kot osnovno enoto za zbiranje statističnih podatkov izbrali *pokrajino* za itali-

jansko in *regijo* za slovensko območje. Zaradi omejenega časa in sredstev nismo podrobno analizirali posameznih partnerskih območij, pri tem pa smo ugotovili, da so oblike zbiranja in obdelave statističnih podatkov med obema državama izredno različne. Podatki, ki so nam jih posredovali uradni statistični uradi obeh držav, so na voljo tudi na njihovih spletnih straneh (www.istat.it, www.stat.si). Nekatere podatke pa so nam posredovale javne uprave.

Podatki o količini in sestavi turističnih subjektov predstavljajo temeljne vrednosti za izboljšanje in okrepitev zapletenega in raznolikega turističnega področja, ki se stalno in hitro spreminja. Zaradi velikih razlik med obravnavanimi območji (turističnih pretokov Gorice se res ne da primerjati s pretoki Benetk), ki pa so si geografsko zelo blizu, bomo lahko s statističnimi podatki izoblikovali privlačnejše turistične poti za turiste, ki preko počasnega potovanja želijo okusiti raznolikost italijanskega in slovenskega območja, zlasti manj poznane znamenitosti, tudi z alternativnimi prevoznimi sredstvi in izpopolnjeno osveščenostjo o pomenu turizma.

Svetovni turizem se stalno razvija: 69 milijonov turistov leta 1960, 159 milijonov turistov leta 1970, 285 milijonov turistov leta 1980, 438 milijonov turistov leta 1990, 683 milijonov turistov leta 2000 in več kot 800 milijonov turistov leta 2005 (Unwto 2010). V Italiji so leta 2009 zabeležili 43 milijonov prihodov. Italija zaseda peto mesto med najbolj obiskanimi državami po Franciji, Združenih državah, Španiji in Kitajski. Podatki Slovenskega turističnega urada navajajo, da je leta 2009 Slovenijo obiskalo 2,7 milijona turistov (8,3 milijona nočitev), od katerih 1,7 milijona iz tujine, kar pomeni 6 % manj v primerjavi s prejšnjim letom (4,5 milijona nočitev). Večina turistov je prišla iz Italije (287.000), Avstrije (202.000) in Nemčije (196.000). Iz teh treh držav je prišlo več kot 45 % vseh obiskovalcev. Svetovna turistična organizacija je ocenila, da se bo število mednarodnih prihodov povečalo na skoraj 1,6 milijardi do leta 2020. Od teh jih bo 1,2 milijardi medregijske narave in 0,4 milijardi iz zelo oddaljenih krajev. Evropa bo ohranila večji del prihodov, čeprav se bo to število zmanjšalo od 60 % iz leta 1995 na 46 % leta 2020.

2. Turistično gibanje

2.1. Prihodi, obiski in povprečno število nočitev

Povprečno število dni bivanja je eden izmed najpomembnejših kazalnikov turističnega gibanja. Ta podatek pridobimo tako, da delimo število turističnih obiskov (število zaporednih nočitev v določeni nastanitveni strukturi) s številom turistov, ki se zadržujejo v tistem kraju.

Na obravnavanem območju smo zabeležili 15,2 milijona prihodov in 67,8 milijona obiskov. Povprečno se turisti zadržujejo 4,5 dni. Večina obiskovalcev prihaja iz tujine (8,5 milijona prihodov), nacionalnih obiskovalcev pa je manj (6,7 milijona prihodov). Ob tem pa velja poudariti, da se nacionalni turisti zadržujejo dalj časa v določeni destinaciji (4,9 nočitev), turisti iz tujine pa manj (4,1 nočitev).

Na slovenskem območju je povprečno število dni bivanja skromno, saj nobena destinacija ne dosega povprečnih vrednosti: turisti se zadržujejo 3,5 noči v Obalno-kraški regiji, 1,9 noči v Osrednjeslovenski regiji (v Ljubljani je 420.000 prihodov), v Gorenjski regiji 2,7 noči (553.000 prihodov) in v Goriški regiji 2,3 noči (236.000 prihodov).

Italijansko območje je izredno raznoliko, med vsemi destinacijami pa izstopajo Benetke (7,2 milijona prihodov leta 2009), ki zajemajo približno polovico vseh turističnih pretokov tega območja. Obiskovalci iz tujine so dvakrat številčnejši od italijanskih, čeprav se slednji zadržujejo nekoliko dlje (5,4 noči v primerjavi s 4,3 nočmi turistov iz tujine). Naj poudarimo, da so daljša obdobja bivanja osredotočena na območju beneškega lida (poleti), instant turizem pa

zaznamuje beneško mestno območje in laguno. Lani so samo v Jesolu gostili 1,1 milijona turistov, v Benetkah pa približno 3,4 milijona.

Podatki o ostalih pokrajinah dežele Veneto so nekoliko skromnejši, saj je povprečno število nočitev v Padovi 3,5, v Trevisu pa 2,3. Velike razlike so med nacionalnimi turisti in tujimi. V Rovigu so zabeležili 272.000 prihodov in 6,5 nočitev, v Ferrari pa 660.000 prihodov in 8,5 nočitev.

Tudi Furlanija Julijska krajina je zabeležila omejeno število prihodov, in sicer zlasti v treh pokrajinah: Pordenon 182.000, Trst 315.000, Gorica 327.000, od katerih 209.000 v Gradežu. V prvih dveh pokrajinah povprečno število nočitev znaša skoraj 3, v Gorici pa 5,6 (6,2 za turiste iz Italije in 5 za obiskovalce iz tujine). V videmski pokrajini, ki se lahko ponaša z več kot 623.000 prihodi v Lignanu, so zabeležili 1,1 milijona prihodov in 4,9 nočitev za turiste iz Italije in 5 za tiste iz tujine.

Če primerjamo podatke turističnih pretokov iz let 2005 in 2009 ugotovimo, da se je število prihodov povečalo za 13,7 % (od 13,3 na 15,2 milijona), število obiskov pa za 12,4 % (od 60,3 na 67,8 milijona). V nekaterih pokrajinah oziroma statističnih regijah je bil porast večji (Notranjsko-kraška 65,7 % in 65,9 %; Goriška 58,5 % in 70,4 %; Ravenna 50 % in 76,8 %; Trst 23 % in 24,5 %), v drugih pa se je povečalo število prihodov in zmanjšalo število obiskov (Pordenon 10,6 %; Padova 3,4 %; Rovigo 0,7 %).

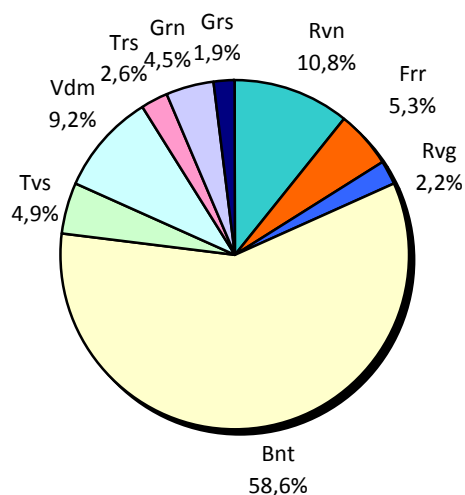
Tab. 1. Kazalniki turističnega gibanja (2009)

Območje	Iz lastne države (000)		Iz tujine (000)		Skupaj (000)	
	Prihodi	Obiski	Prihodi	Obiski	Prihodi	Obiski
Ravenna	1.132	5.880	200	1.320	1.332	7.200
Ferrara	523	4.614	137	990	660	5.604
Rovigo	155	941	117	815	272	1.756
Padova	755	2.449	489	1.873	1.244	4.322
Benetke	2.126	11.534	5.110	22.051	7.236	33.585
Treviso	323	738	277	614	600	1.352
Pordenon	127	313	55	170	182	483
Videm	628	3.083	507	2.514	1.135	5.597
Gorica	161	995	166	845	327	1.840
Trst	194	596	121	314	315	910
Gorenjska	161	453	392	1.067	553	1.520
Goriška	68	172	168	382	236	554
Obalno-kraška	296	1.125	353	1.107	649	2.232
Notranjsko-kraška	5	12	38	54	43	65
Osrednjeslovenska	36	71	384	736	420	807
Skupaj	6.690	32.975	8.514	34.852	15.204	67.827
Skupaj samo o- bmočje ST	5.309	28.011	7.029	30.067	12.338	58.078
% območje ST glede na skupaj	79,4%	84,9%	82,6%	86,3%	81,2%	85,6%

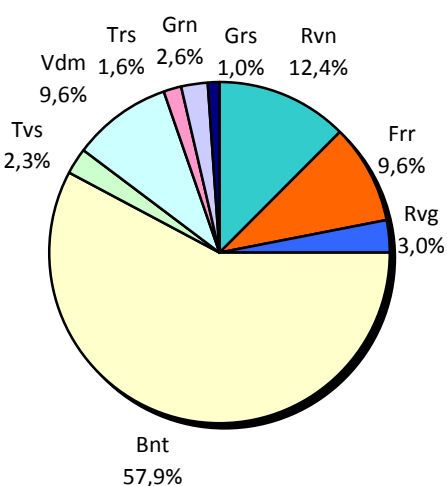
Tab. 2. Distribucija, povprečno število dni bivanja in stopnja internacionalizacije (2009)

Območje	Distribucija (%)		Povprečno število nočitev			Stopnja internacionalizacije (%)	
	Prihodi	Obiski	Iz lastne države	Prihodi	Obiski	Iz lastne države	Prihodi
Ravenna	8,8%	10,6%	5,2	6,6	5,4	15,0%	18,3%
Ferrara	4,3%	8,3%	8,8	7,2	8,5	20,8%	17,7%
Rovigo	1,8%	2,6%	6,1	7,0	6,5	43,0%	46,4%
Padova	8,2%	6,4%	3,2	3,8	3,5	39,3%	43,3%
Benetke	47,6%	49,5%	5,4	4,3	4,6	70,6%	65,7%
Treviso	3,9%	2,0%	2,3	2,2	2,3	46,2%	45,4%
Pordenon	1,2%	0,7%	2,5	3,1	2,7	30,2%	35,2%
Videm	7,5%	8,3%	4,9	5,0	4,9	44,7%	44,9%
Gorica	2,2%	2,7%	6,2	5,1	5,6	50,8%	45,9%
Trst	2,1%	1,3%	3,1	2,6	2,9	38,4%	34,5%
Gorenjska	3,6%	2,2%	2,8	2,7	2,7	70,9%	70,2%
Goriška	1,6%	0,8%	2,5	2,3	2,3	71,3%	68,9%
Obalno-kraška	4,3%	3,3%	3,8	3,1	3,5	54,3%	49,6%
Notranjsko-kraška	0,3%	0,1%	2,3	1,4	1,4	88,1%	82,2%
Osrednjeslovenska	2,8%	1,2%	1,9	1,9	1,9	91,3%	91,3%
Skupaj	100,0%	100,0%	4,9	4,1	4,5	51,7%	50,6%
Skupaj samo o- bmočje ST	-	-	5,3	4,3	4,7	-	-

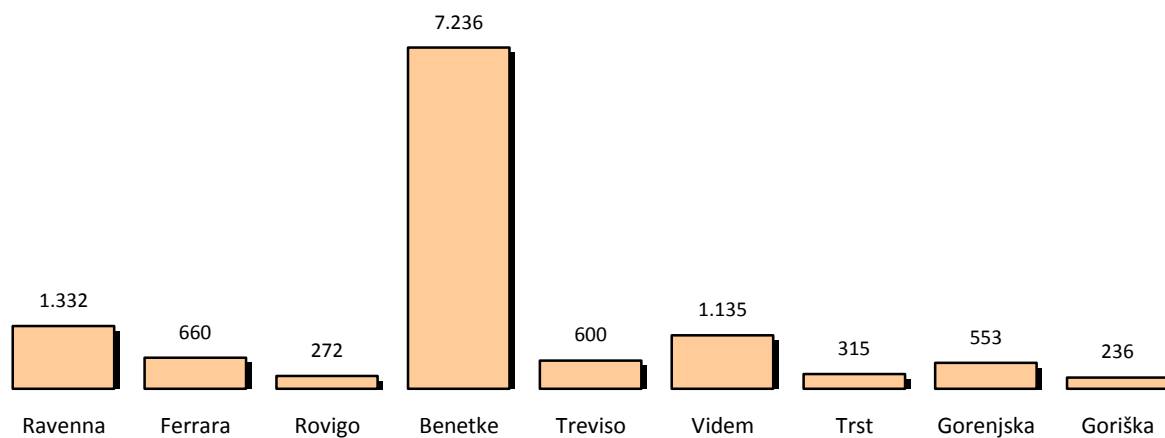
Graf. 1: Prihodi (%)



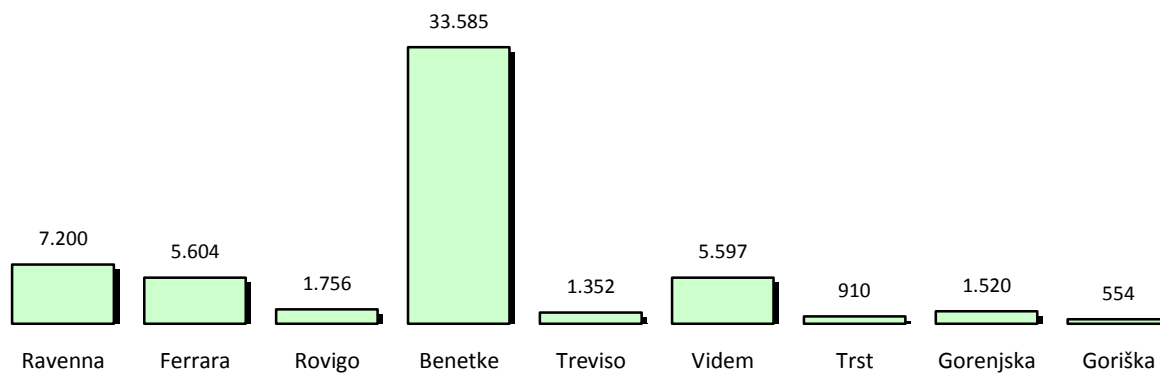
Graf. 2: Obiski (%)



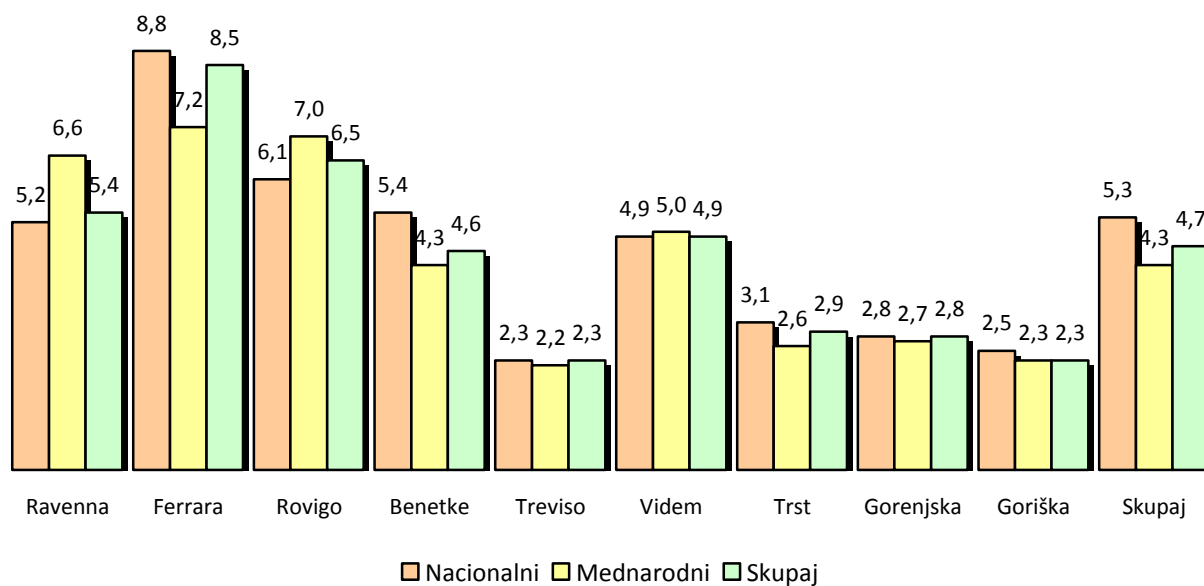
Graf. 3: Turistični prihodi na partnersko območje (000; 2009)



Graf. 4: Turistični obiski na partnerskem območju (000; 2009)



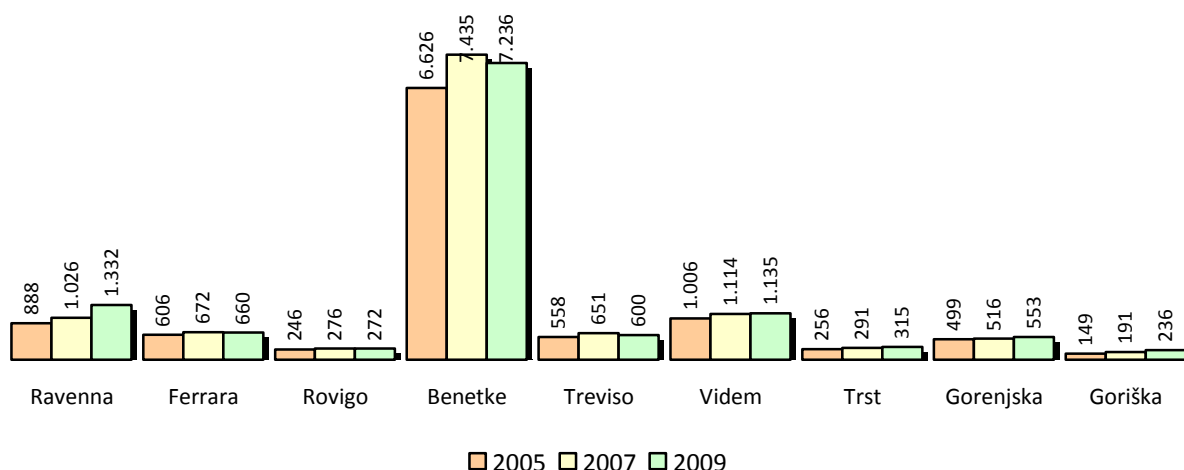
Graf. 5: Povprečno obdobje bivanja na partnerskem območju (št. nočitev; 2009)



Tab. 3. Trend turističnih pretokov (000; 2005-2009)

Območje	2005			2007			2009		
	Prihodi	Obiski	Povp. obd. bi-vanja	Prihodi	Obiski	Povp. obd. bi-vanja	Prihodi	Obiski	Povp. obd. bi-vanja
Ravenna	888	4.072	4,6	1.026	4.498	4,4	1.332	7.200	5,4
Ferrara	606	5.505	9,1	672	5.434	8,1	660	5.604	8,5
Rovigo	246	1.769	7,2	276	1.731	6,3	272	1.756	6,5
Padova	1.124	4.475	4,0	1.320	4.611	3,5	1.244	4.322	3,5
Benetke	6.626	30.275	4,6	7.435	33.557	4,5	7.236	33.585	4,6
Treviso	558	1.393	2,5	651	1.715	2,6	600	1.352	2,3
Pordenon	177	540	3,1	193	518	2,7	182	483	2,7
Videm	1.006	5.302	5,3	1.114	5.549	5,0	1.135	5.597	4,9
Gorica	291	1.773	6,1	320	1.861	5,8	327	1.840	5,6
Trst	256	731	2,9	291	805	2,8	315	910	2,9
Gorenjska	499	1.460	2,9	516	1.480	2,9	553	1.520	2,7
Goriška	150	325	2,2	191	431	2,3	236	554	2,3
Obalno-kraška	563	2.015	3,6	592	2.095	3,5	649	2.232	3,5
Notranjsko-kraška	26	39	1,5	46	62	1,3	43	65	1,4
Osrednjeslovenska	356	648	1,8	422	815	1,9	420	807	1,9
Skupaj	13.372	60.323	4,5	15.066	65.162	4,3	15.204	67.827	4,5
Skupaj samo o-bmočje ST	10.835	50.832	4,7	12.172	55.200	4,5	12.338	58.078	4,7
% območje ST glede na skupaj	81,0%	84,3%	-	80,8%	84,7%	-	81,2%	85,6%	-

Graf. 6: Trend turističnih pretokov (prihodov) na partnerskem območju (000; 2005-2009)



2.2. . Izvor turistov

Pomemben podatek pri preučevanju turističnih pretokov je zagotovo izvor turistov, to se pravi kraj, v Italiji ali tujini, v katerem prebivajo. Če primerjamo število turistov iz tujine s skupnim številom vseh turistov ugotovimo stopnjo internacionalizacije, t.j. odstotek turistov iz tujine, ki se poslužuje nastanitvenih struktur glede na celotno populacijo turistov.

V večjem delu italijanskih pokrajin smo zabeležili, da je večina obiskovalcev italijanskih. V Ravenni so le-ti petkrat številčnejši od turistov iz tujine, v Ferrari pa štirikrat. Italijanski turisti predstavljajo večino vseh obiskovalcev tudi v pokrajinah dežele Veneto (z izjemo Benetk) in Furlanije Julijske krajine (54 %-65 %).

Večino turistov iz tujine (prihodov) smo zabeležili v Benetkah (71 %), zlasti na območju lagune, in v štirih izmed petih slovenskih pokrajin (71 %-91 %), kjer je število prihodov turistov iz tujine znatno večje od števila prihodov slovenskih obiskovalcev.

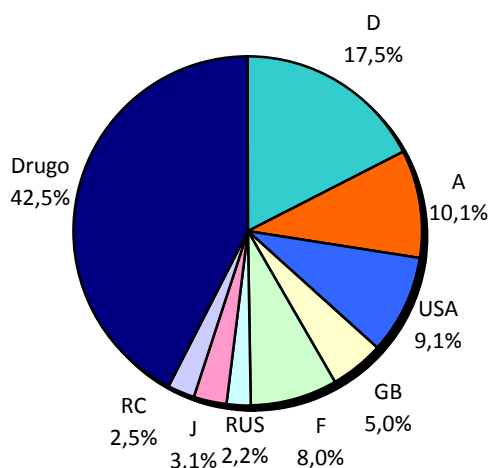
Načeloma lahko trdimo, da z izjemo pokrajin Emilije Romanje, turisti iz tujine zajemajo več

kot polovico vseh turistov na obravnavanem območju (52 %), to se pravi, da predstavljajo pomemben delež vseh turističnih prihodov v italijanskih pokrajinah in večji delež v slovenskih regijah.

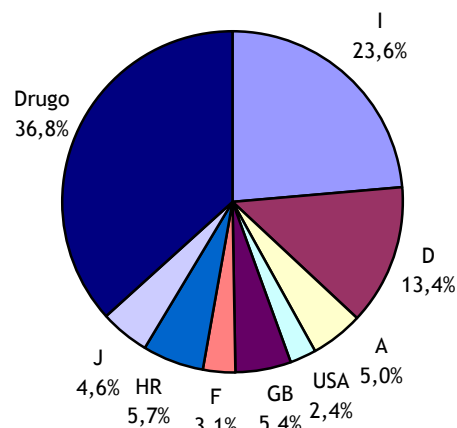
V nadaljevanju bomo podrobno analizirali izvor turistov iz tujine. V Furlanijo Julijsko krajino prihajajo večinoma turisti iz Avstrije (275.000 prihodov leta 2009), v Veneto in Emilijo Romanjo pa iz Nemčije (1,1 milijona prihodov), Avstrije (516.000) in Francije (531.000). Najbolj zastopane neevropske države pa so Združene države (620.000 prihodov), Japonska (214.000) in Rusija (164.000).

Na slovenski strani, kjer je prisotnost turistov iz tujine osnovnega pomena za celoten turistični sistem, večina turistov prihaja iz Italije (315.000 prihodov), Nemčije (147.000), Združenega kraljestva (135.000) in Avstrije (108.000). V Gorenjski statistični regiji so najbolj številčni Angleži, v Goriški statistični regiji pa Italijani.

Graf. 7: Prihodi na italijansko partnersko območje (%)



Graf. 8: Prihodi na slovensko partnersko območje (%)



2.3. Turistična gostota

Turistična gostota je razmerje med turističnimi prihodi določene destinacije in njeno površino izraženo v km².

Obravnavano območje se razteza po skupni površini 30,6 tisoč km², njegova skupna turistična gostota pa znaša 496 turistov na km². Če pa upoštevamo samo partnersko območje projekta *Slow Tourism* ugotovimo, da je turistična gostota tega območja 593 turistov na km².

Turistična gostota v pokrajini Ferrara znaša 251 turistov na km², v Ravenni, kjer je število obiskovalcev večje in površina manjša od Ferrare je turistična gostota 717 turistov na km².

V Venetu smo najnižjo vrednost zabeležili v pokrajini Rovigo (152 turistov na km²), podatki za ostale tri pokrajine omenjene dežele pa se razlikujejo: v Trevisu, ki se lahko ponaša s 600.000 prihodi in obširno površino, turistična gostota znaša 242 turistov na km², v Padovi, kjer je 1,2 milijona prihodov, pa 581. Zaradi

znatno večjega števila prihodov pa izstopajo Benetke, kjer turistična gostota znaša 2.939 turistov na km².

V Furlaniji Julijski krajini izstopata pokrajini Gorica in Trst, ki se raztezata po omejeni površini, tako da turistična gostota teh dveh območij znaša 702 in 1.486 enot na km². V Vidmu, ki zajema obširnejšo površino in ima večje število prihodov, ta vrednost znaša 231, v Pordenonu, kjer je površina velika in število prihodov manjše, pa 84.

Na slovenski strani izstopa Obalno-kraška regija, kjer turistična gostota znaša 622 turistov na km². Pomembne vrednosti smo zabeležili tudi v Gorenjski (259) in Osrednjeslovenski regiji (164). Ostali regiji pa imajo nižje število prihodov, zato je turistična gostota Notranjsko-kraške regije le 30, kar pomeni, da je ta regija območje z najnižjo turistično gostoto celotnega obravnavanega čezmejnega območja.

Tab. 4: Izvorna država glavnih skupin turistov iz tujine (prihodi)

Območje	Italija	Slovenija	Nemčija	Avstrija	ZDA	Združeno kraljestvo
Ravenna	-	1.795	50.922	9.398	6.430	7.490
Ferrara	-	955	41.729	5.914	4.327	4.341
Rovigo	-	395	34.803	5.395	855	1.572
Padova	-	2.212	110.789	61.633	19.844	13.378
Benetke	-	9.701	876.111	417.366	553.255	278.227
Treviso	-	1.628	33.249	16.029	16.046	15.381
Pordenon	-	808	8.274	6.448	6.833	2.424
Videm	-	7.268	79.450	181.575	5.172	6.185
Gorica	-	1.135	35.147	68.795	2.109	3.027
Trst	-	1.323	16.162	17.906	5.345	7.430
Gorenjska	57.252	-	53.551	17.367	11.452	26.364
Goriška	74.929	-	21.705	10.584	1.961	3.986
Obalno-kraška	123.251	-	36.481	59.761	3.351	6.422
Notranjsko-kraška	8.903	-	4.679	1.531	589	617
Osrednjeslovenska	50.157	-	30.703	18.568	15.242	23.275
Skupaj	314.492	27.220	1.433.755	898.270	652.811	400.119
% Skupaj	3,7%	0,3%	16,8%	10,6%	7,7%	4,7%
Skupaj samo o-bmočje ST	132.181	23.065	1.207.682	681.534	604.843	350.976
% Skupaj samo območje ST	1,9%	0,3%	17,2%	9,7%	8,6%	5,0%
% območje ST glede na skupaj	42,0%	84,7%	84,2%	75,9%	92,7%	87,7%

Območje	Francija	Rusija	Hrvaška	Japonska	Kitajska	Druge države
Ravenna	20.642	10.157	2.357	1.317	1.512	87.980
Ferrara	11.713	2.733	607	670	2.240	61.771
Rovigo	4.362	18.941	534	80	1.452	48.611
Padova	34.537	21.336	4.231	12.205	33.637	175.198
Benetke	441.340	89.960	16.533	187.534	125.548	2.114.425
Treviso	19.112	6.280	3.107	8.989	30.762	126.417
Pordenon	4.497	1.811	1.655	240	392	21.618
Videm	11.115	11.050	6.206	695	1.660	196.624
Gorica	3.940	871	1.141	488	139	49.208
Trst	7.874	1.139	3.580	1.964	419	57.858
Gorenjska	12.874	3.975	25.431	25.313	1.146	157.151
Goriška	4.564	607	6.252	284	556	43.043
Obalno-kraška	10.285	6.826	7.300	600	365	98.231
Notranjsko-kraška	1.780	1.084	616	284	28	18.088
Osrednjeslovenska	20.609	4.623	15.912	20.353	2.870	181.367
Skupaj	609.244	181.393	95.462	261.016	202.726	3.437.590
% Tot.	7,2%	2,1%	1,1%	3,1%	2,4%	40,4%
Skupaj samo o-bmočje ST	533.596	144.842	64.607	226.846	165.295	2.893.880
% Skupaj samo območje ST	7,6%	2,1%	0,9%	3,2%	2,4%	41,2%
% območje ST glede na skupaj	87,6%	79,8%	67,7%	86,9%	81,5%	84,2%

2.4. Indeks izkoriščanja območja

Indeks izkoriščanja območja je kazalnik, s katerim merimo trajnost vplivov rezidentov in turistov na določenem območju. Vrednost izračunamo tako, da seštejemo turistične prihode in število rezidentov na km².

Čeprav je ta indeks odvisen od površine (pri enakem številu prihodov in/ali rezidentov bo vrednost kazalnika manjša na bolj obširnem območju), nam lahko vsekakor pomaga ugotoviti kritične točke območij, ki nameravajo razviti slow aktivnosti, saj so le-te tesno povezane z malo antropiziranimi področji in/ali z nizko naseljitveno gostoto.

Z zbranimi podatki smo ugotovili stopnje trajnosti, ki se zelo razlikujejo glede na posamezna slovenska in italijanska območja. Skupni indeks celotnega čezmejnega območja je 688, za območja izvajanja projekta pa 777.

Iz zbranih podatkov smo ugotovili, da je indeks izkoriščanja Obalno-kraške statistične regije na-

jvečji (726), sledijo pa ji Gorenjska (353) in Osrednjeslovenska statistična regija (369), v ostalih regijah pa ta vrednost niha med 65 in 153.

Tudi na italijanskem ozemlju smo zabeležili velika razhajanja med posameznimi pokrajinami, saj Benetke izstopajo s 3.288 (zaradi 2.939 turistov na km²), nato ji sledijo Trst (2.602), Gorica, Padova in Ravenna (približno 1.000), ostale pokrajine pa imajo znatno manjše vrednosti (pod 600).

Naj poudarimo, da če primerjamo indekse izkoriščanja po številu prihodov turistov iz lastne države in iz tujine na kvadratni kilometer ugotovimo, da je indeks izkoriščanja italijanskih turistov na italijanskem ozemlju višji, medtem ko se na slovenskem območju dogaja ravno obratno, to se pravi, da turisti iz tujine imajo višji indeks izkoriščanja od slovenskih.

Tab. 5: Kazalniki o območju (2009)

Območje	Prebivalci (000)	Površina (km ²)	Turistični prihodi (000)	Naseli- tvena go- stota	Turistična gostota	Indeks i- zkoriščan- ja
Ravenna	373	1.858	1.332	201	717	918
Ferrara	359	2.631	660	136	251	387
Rovigo	248	1.789	272	138	152	290
Padova	929	2.143	1.244	434	581	1.014
Benetke	859	2.462	7.236	349	2.939	3.288
Treviso	884	2.477	600	357	242	599
Pordenon	314	2.178	182	144	84	228
Videm	541	4.905	1.135	110	231	342
Gorica	143	466	327	306	702	1.008
Trst	236	212	315	1.116	1.486	2.602
Gorenjska	202	2.137	553	94	259	353
Goriška	119	2.325	236	51	102	153
Obalno-kraška	109	1.044	649	104	622	726
Notranjsko-kraška	52	1.456	43	36	30	65
Osrednjeslovenska	522	2.555	420	204	164	369
Skupaj	5.888	30.638	15.204	192	496	688
Skupaj samo območje ST	3.821	20.796	12.338	184	593	777
% Območje glede na Skupaj	64,9%	67,9%	81,2%	-	-	-

3. Nastanitvena ponudba

3.1. Sestava

Obravnavano območje razpolaga z raznoliko in razvejano nastanitveno ponudbo. Vsako območje ima svoje značilnosti, ki se razlikujejo po

številu nastanitvenih obratov, razpoložljivih sob, ležišč itd.

Na čezmejnem območju oziroma na območju izvajanja projekta je turistična ponudba porazdeljena po različnih vrstah struktur, ki se razlikujejo glede na značilnosti in danosti posameznih območij. Vsi turistični obrati skupaj zagotavljajo 798.000 ležišč, od katerih 558.000 v komplementarnih strukturah in 240.000 v hotelih.

Na italijanskem območju je približno 46.000 turističnih obratov, ki so tako porazdeljeni: 44.000 apartmajev in turističnih kmetij ter 2.000 bed&breakfast, kampov in mladinskih ho-

stlov. Hotelov je 3.165, od katerih 989 z 1 ali 2 zvezdicama, 1.735 s tremi in 441 s 4 ali 5 zvezdicami. Vsi hoteli skupaj razpolagajo z 215.000 ležišči, komplementarne strukture pa s 516.000.

Tudi na slovenskem območju so strukture prilagojene značilnostim območja. Razpoložljivih ležišč v hotelih je 245.000, v glavnem s 3 ali 4 zvezdicami, 42.000 pa jih je na razpolago v komplementarnih strukturah, ki so v glavnem apartmaji, kampi na obalnem območju, bed&breakfast in turistične kmetije.

3.2. Stopnja nastanitvene zmogljivosti

Stopnja nastanitvene zmogljivosti predstavlja turistični potencial določenega območja, izračunamo pa jo tako, da delimo število ležišč vseh nastanitvenih obratov (hotelov in komplementarnih struktur) določenega območja s številom njegovih prebivalcev.

Na obravnavanem območju je na voljo 789.000 ležišč, na njem pa prebiva skoraj 6 milijonov oseb, zato je stopnja nastanitvene zmogljivosti

različna glede na posamezna območja. Najvišjo vrednost imajo Benetke (45,8), nato pa sledijo Videm 20,8, Ravenna 19,5, Gorica 18,8, Padova 3,6 in Treviso 1,7.

Stopnje nastanitvene zmogljivosti slovenskega območja so nižje, z izjemo Obalno-kraške (22,7) in Gorenjske regije (10,9), ljubljanska regija pa ima le 1,8.

Tab. 6: Nastanitvene strukture (2009)

Območje	Hoteli	Komplementar- ne strukture	Skupaj	Stopnja nast. zmogljivosti
	Št. ležišč			
Ravenna	36.833	36.105	72.938	19,5
Ferrara	6.131	25.905	32.036	8,9
Rovigo	2.537	25.095	27.632	11,2
Padova	26.811	6.681	33.492	3,6
Benetke	92.843	300.302	393.145	45,8
Treviso	8.456	6.161	14.617	1,7
Pordenon	5.133	2.765	7.898	2,5
Videm	25.299	87.082	112.381	20,8
Gorica	6.790	19.979	26.769	18,8
Trst	4.103	5.462	9.565	4,0
Gorenjska	7.847	14.190	22.037	10,9
Goriška	2.940	3.320	9.260	7,8
Obalno-kraška	9.816	14.902	24.718	22,7
Notranjsko-kraška	541	1.209	1.750	3,4
Osrednjeslovenska	3.829	5.503	9.332	1,8
Skupaj	239.909	557.661	797.570	13,5
Skupaj samo o- bmočje	186.989	506.622	693.611	18,2
% Območje glede na skupaj	77,9%	90,8%	87,0%	-

Legenda: *Hotelske strukture*: hoteli z 1-5 zvezdicami, hotelska naselja, penzioni, moteli, rezidenci, hoteli meublé oziroma garni, zgodovinske hiše, wellness centri. *Komplementarne strukture*: turistične kmetije, prostori v najemu, kampi, počitniške hiše in apartmaji, bed&breakfast, mladinski hostli, turistična naselja, alpske kočje in bivaki.

Tab. 7: Št. ležišč po posameznih vrstah komplementarnih struktur (2009)

Območje	Število ležišč					
	Kampi in turistična naselja	Turistične kmetije	Bed&brea kfast	Apartmaji	Drugo	Skupaj
Ravenna	25.999	723	897	4.042	4.444	36.105
Ferrara	20.048	671	411	4.485	290	25.905
Rovigo	11.908	679	407	11.892	209	25.095
Padova	760	1.226	1.655	1.812	1.228	6.681
Benetke	133.474	1.110	2.791	155.641	7.286	300.302
Treviso	391	2.020	1.260	1.899	591	6.161
Pordenon	486	436	177	735	931	2.765
Videm	15.476	2.040	1.307	61.030	7.229	87.082
Gorica	12.229	616	129	6.606	399	19.979
Trst	3.401	150	285	1.113	513	5.462
Gorenjska	3.610	204	1.791	1.927	4.628	12.160
Goriška	2.335	183	602	630	1.237	4.987
Obalno-kraška	3.235	74	1.278	2.902	3.853	11.342
Notranjsko-kraška	750	57	163	182	57	1.209
Osrednjeslovenska	1.000	59	1.977	262	2.205	5.503
Skupaj	235.102	10.248	15.130	255.158	35.100	550.738
Skupaj samo območje ST	230.117	10.058	11.712	251.812	28.985	532.684
% Območje glede na Skupaj	97,9%	98,1%	77,4%	98,7%	82,6%	96,7%

3.3. Kazalniki kakovosti hotelov

Kazalnik kakovosti hotelov predstavlja osnovni podatek, s katerim lahko medsebojno primerjamo kakovost hotelov posameznih območij. Kazalnik izračunamo tako, da delimo število ležišč v hotelih s 3,4 in 5 zvezdicami s številom ležišč v hotelih z 1 in 2 zvezdicami.

Iz analize izhaja, da se slovensko in italijansko območje zelo razlikujeta s tega vidika, saj kazalnik kakovosti slovenskih statističnih regij presega kazalnik italijanskih pokrajin. V Sloveniji (z izjemo Osrednjeslovenske regiji) ni struktur z 1 zvezdico in večina hotelov ima 3 oziroma 4 zvezdice. Največje število ležišč v hotelih s 5 zvezdicami smo zabeležili v Obalno-kraški regiji (1.414), kar pomeni, da je kazalnik kakovosti te

regije 33,3. Najvišjo vrednost tega kazalnika pa smo zabeležili v Gorenjski regiji (54,2), kjer so na voljo številna ležišča v hotelih z vsaj 3 zvezdicami.

Na italijanskem ozemlju pa so najbolj razširjeni hoteli z 1 in 2 zvezdicama, zato so tamkajšnji kazalniki kakovosti nižji od slovenskih. V Benetkah ta vrednost znaša 5,7 (kljub razpoložljivosti 4.000 ležišč v hotelih s 5 zvezdicami), v Gorici 6,4, v Ravenni 6,6, v Trevisu 7,9 in v Padovi 9,3. Iz omenjenih podatkov izhaja, da je ponudba posameznih območij izredno raznolika in da pokrajine dežele Veneto nudijo največjo kakovost na italijanskem ozemlju.

Tab. 8: Št. ležišč po posameznih kategorijah hotelov (2009)

Area	Kategorija hotelov						Indeks kakovosti
	*	**	***	****	*****	Skupaj	
<i>Ravenna</i>	877	3.998	24.321	7.361	276	36.833	6,6
<i>Ferrara</i>	360	1.088	3.097	1.533	53	6.131	3,2
<i>Rovigo</i>	357	363	1.348	469	0	2.537	2,5
<i>Padova</i>	647	1.959	10.926	10.777	2.502	26.811	9,3
<i>Benetke</i>	4.471	9.470	46.256	28.408	4.238	92.843	5,7
<i>Treviso</i>	196	751	3.360	3.926	223	8.456	7,9
<i>Pordenon</i>	481	566	2.756	1.330	0	5.133	3,9
<i>Videm</i>	2.087	3.111	14.529	5.367	205	25.299	3,9
<i>Gorica</i>	402	521	4.036	1.831	0	6.790	6,4
<i>Trst</i>	430	359	1.786	1.462	66	4.103	4,2
<i>Gorenjska</i>	0	100	2.026	3.233	161	5.520	54,2
<i>Goriška</i>	0	158	1.056	779	23	2.016	11,8
<i>Obalno-kraška</i>	0	250	3.421	3.499	1.414	8.584	33,3
<i>Notranjsko-kraška</i>	0	0	487	54	0	541	-
<i>Osrednjeslovenska</i>	100	144	1.628	1.669	288	3.829	14,7
<i>Skupaj</i>	10.408	22.838	121.033	71.698	9.449	235.426	6,1
<i>Skupaj samo območje ST</i>	8.778	19.398	97.779	52.538	5.245	183.738	5,5
<i>% Območje glede na Skupaj</i>	84,3%	84,9%	80,8%	73,3%	55,5%	78,0%	-



TURISTIČNE TEMATSKE KARTE

Fig. 1: Statistično-upravne meje analiznih enot

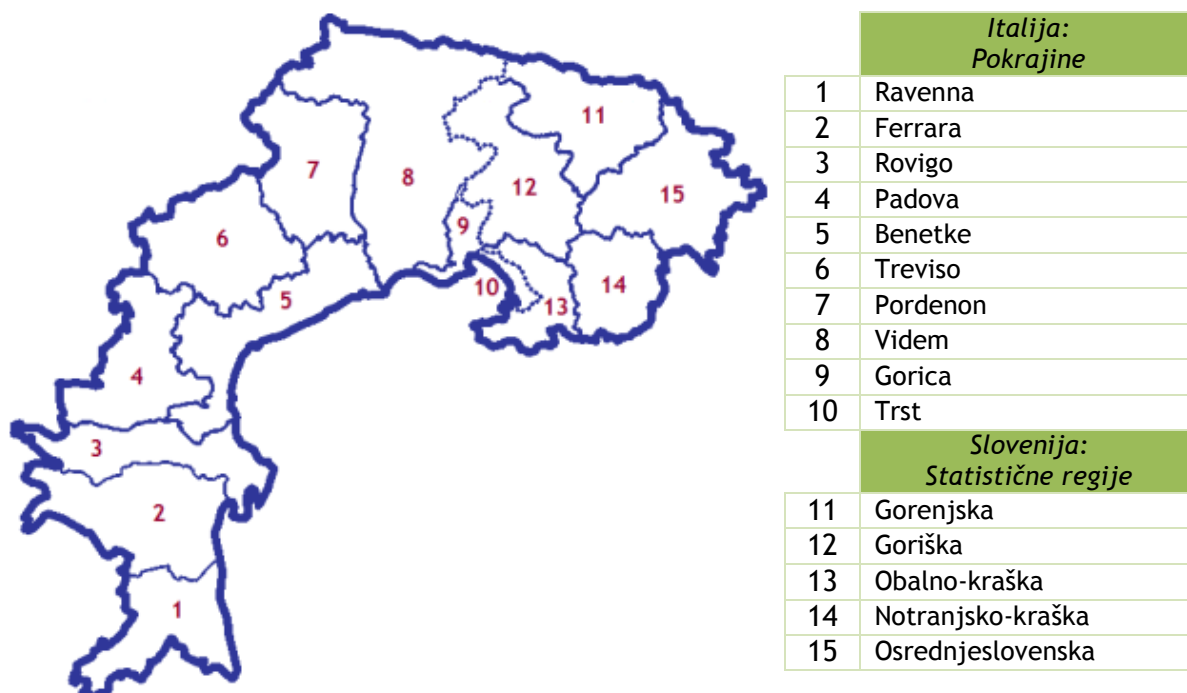
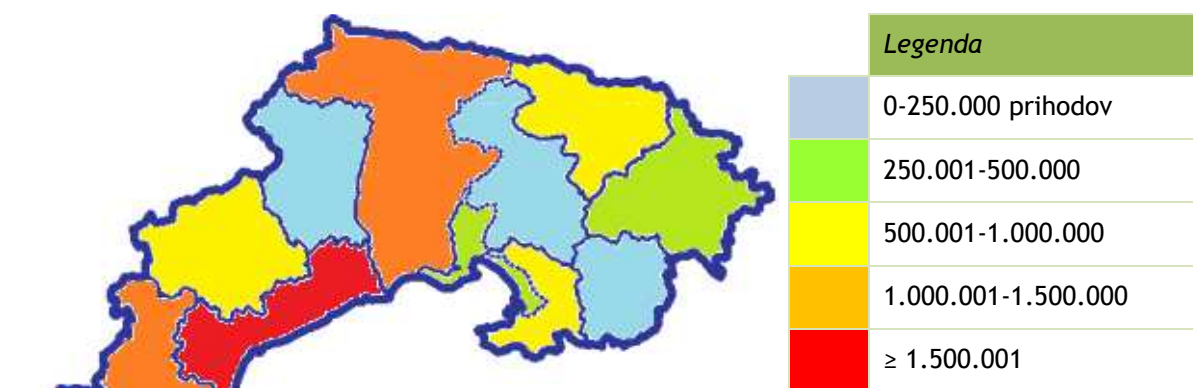


Fig. 2: Turistični prihodi* (2009)



* število prihodov

Fig. 3: Povprečno obdobje bivanja* (2009)

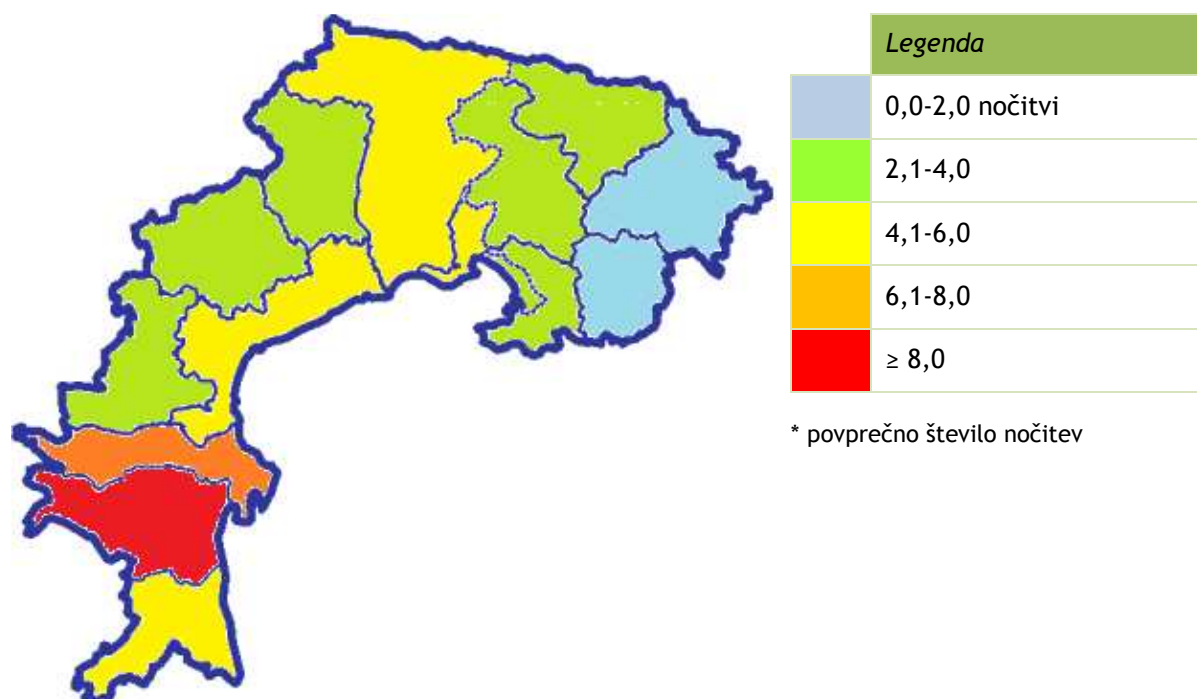


Fig. 4: Stopnja internacionalizacije* (2009)

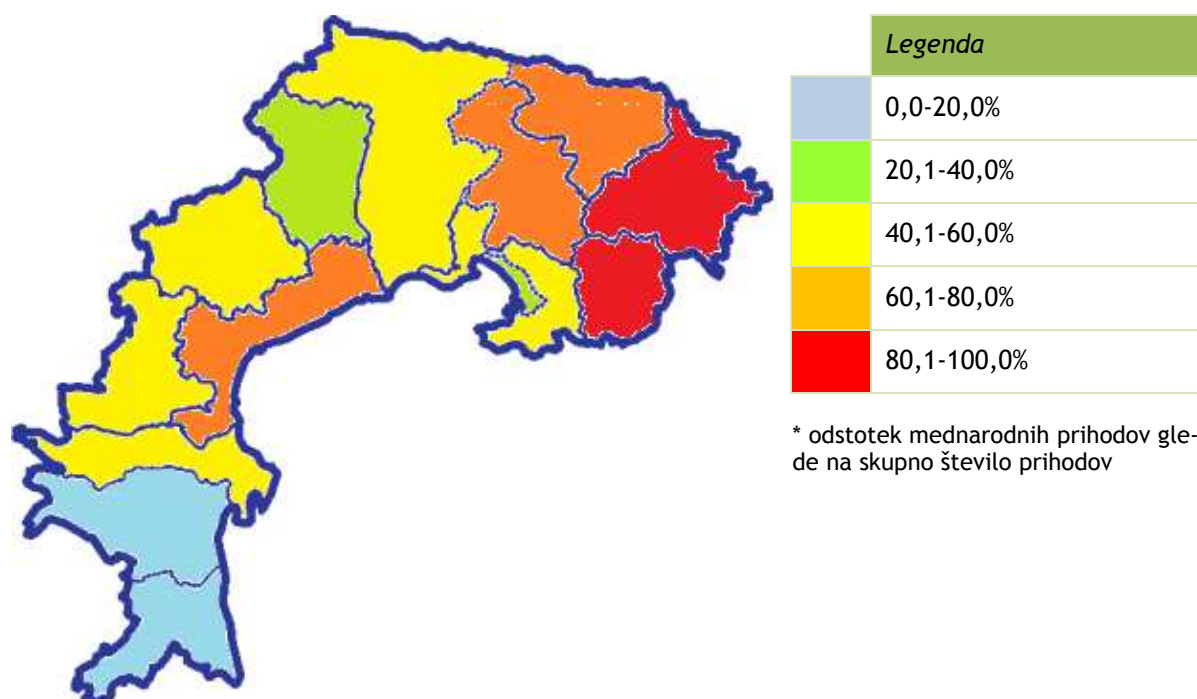


Fig. 5: Turistična gostota* (2009)

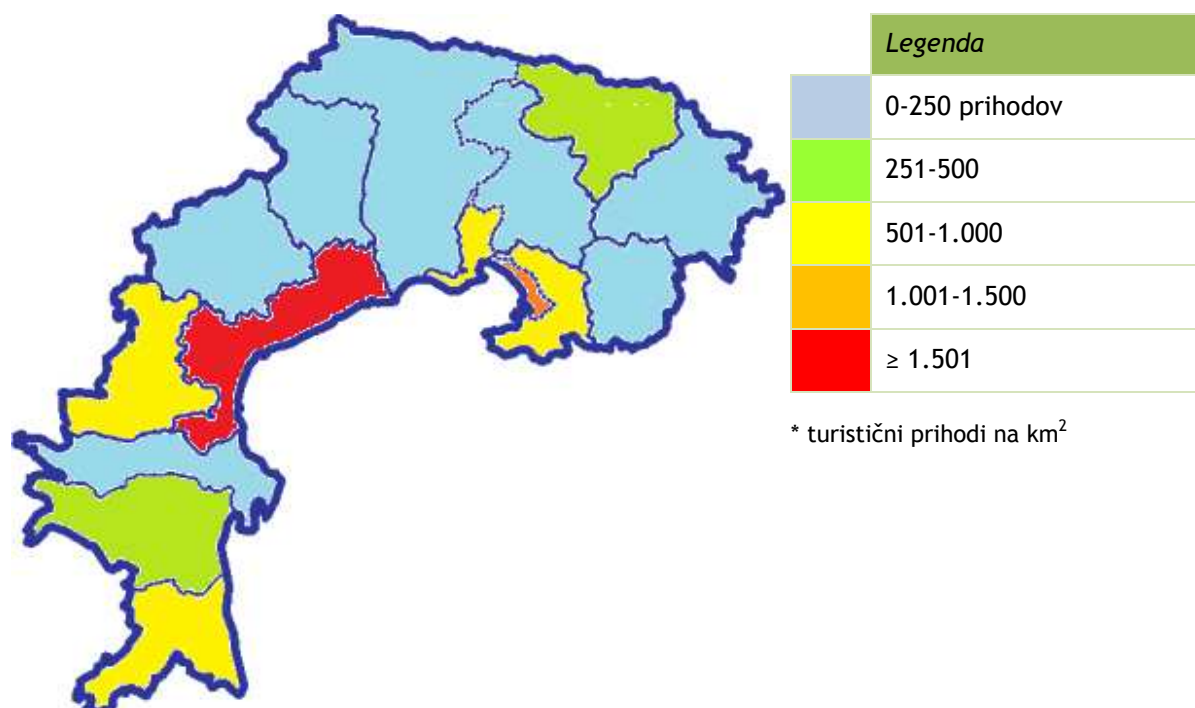


Fig. 6: Indeks teritorialnega izkoriščanja* (2009)

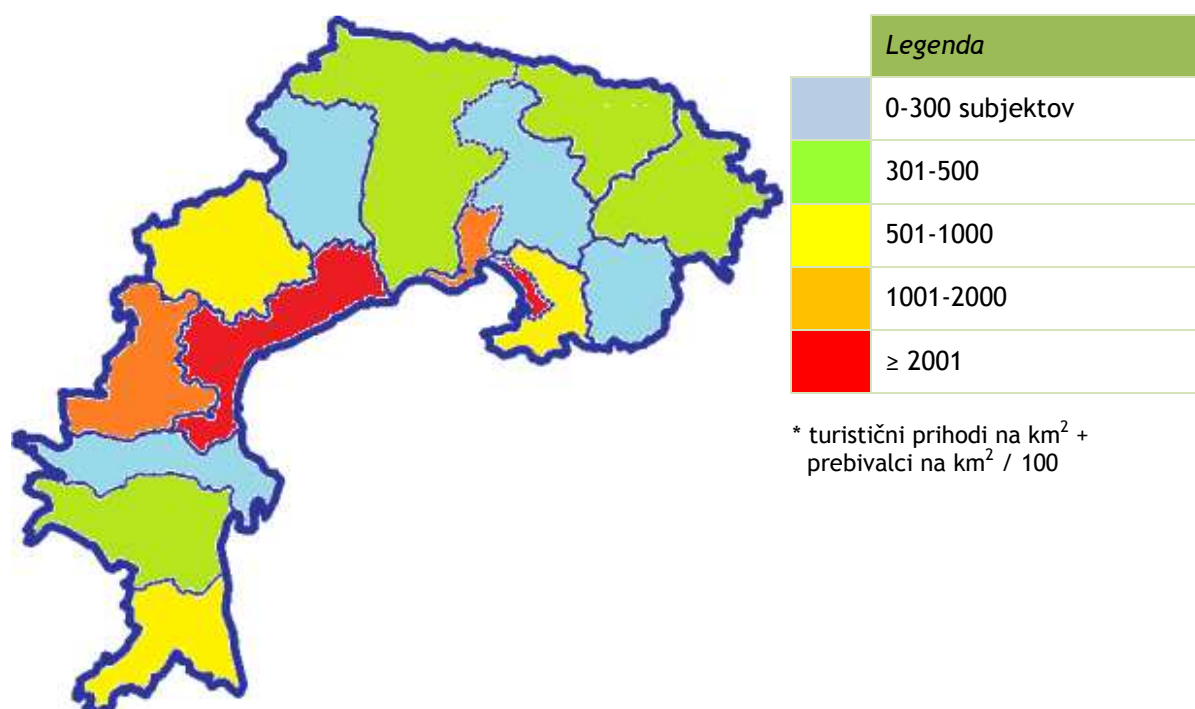


Fig. 7: Stopnja nastanitvene zmogljivosti* (2009)

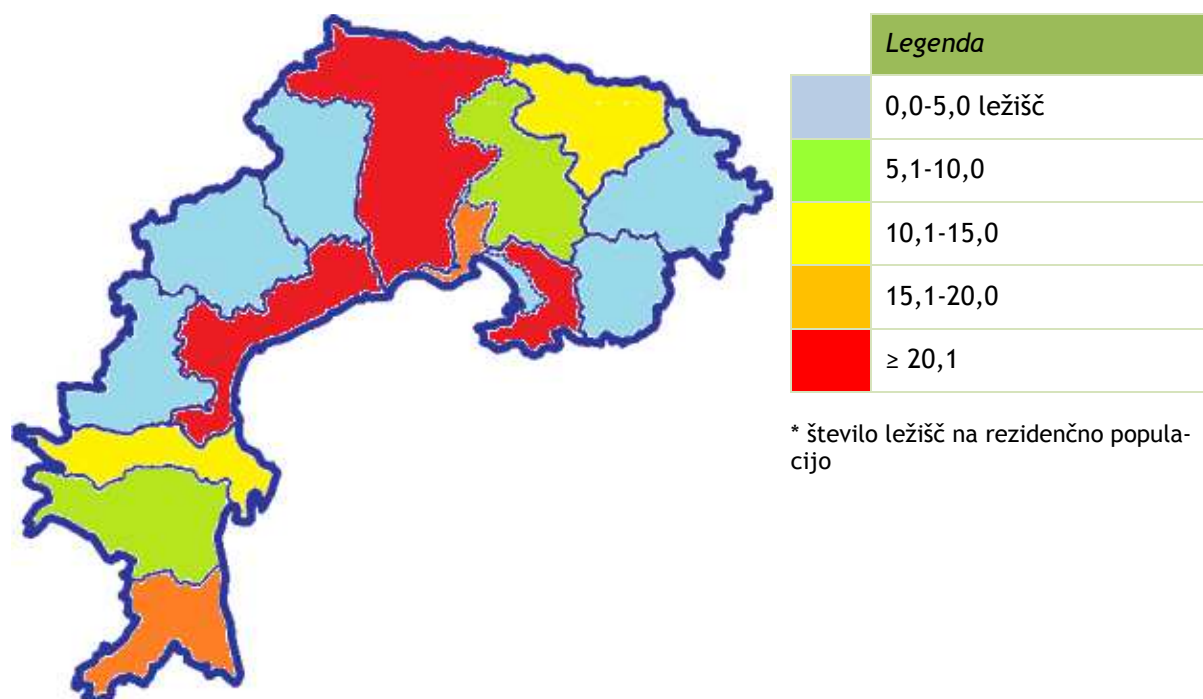
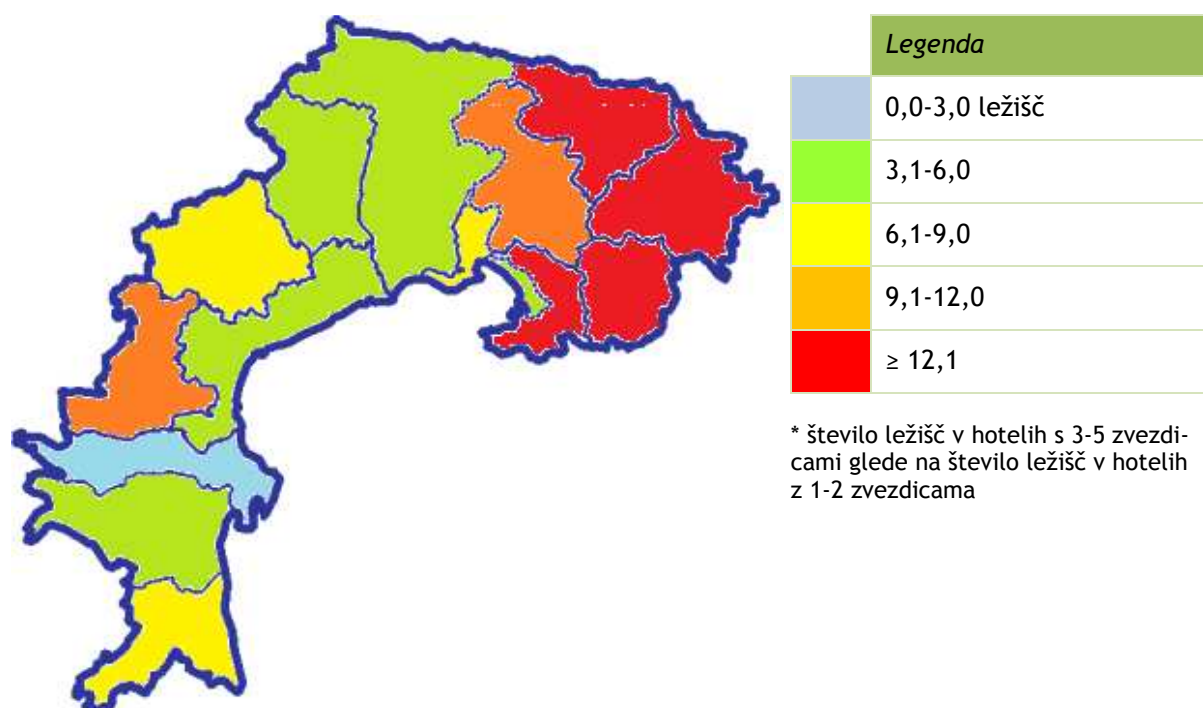
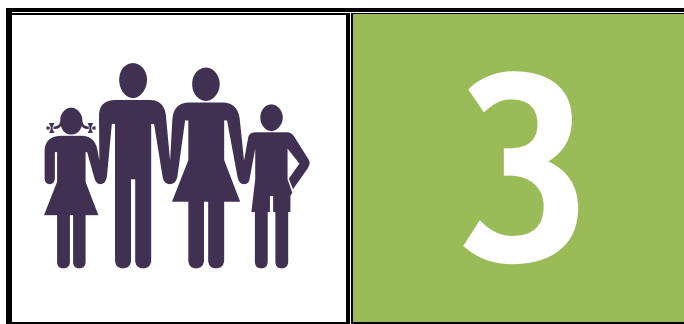


Fig. 8: Indeks kakovosti* (2009)



PROFIL SLOW TURISTA



Športno udejstvovanje, doživljanje lokalnih danosti in narave, opazovanje preteklosti in ponovno pridobivanje lastnega časa so značilnosti počasnega turizma, ki prevzamejo izletnike in turiste iz slovensko-italijanskega čezmejnega območja. Slow turisti so zelo zahtevni tudi glede kakovosti destinacij, ponujenih storitev in njihove dostopnosti.

1. Uvod

Izbiranje počitnic oziroma navadnega izleta je nekakšen povzetek preteklosti, sedanjosti in prihodnosti turista/izletnika. Preteklost sestavljajo odnosi z drugimi ter pozitivne in negativne izkušnje, sedanjost sestavljajo planiranje, trenutne zmogljivosti (razpoložljivost denarnih sredstev in/ali časa) in sugestivne ponudbe, prihodnost pa pričakovanja. Iz tega sledi, da ne obstaja samo ena vrsta turista oziroma ena sama turistična ponudba, ob tem pa je razvidno da demografske spremenljivke (starost, spol itd.) in družbeno-ekonomske spremenljivke (izobrazba, prihodki itd.) niso več dovolj, da obrazložimo ravnanje turističnih uporabnikov. Iz turistične literature izhaja, da lahko turiste razvrstimo v številne skupine/kategorije na osnovi različnih družbenih ved (psihologije, sociologije, antropologije itd.), njihovega življenjskega sloga, nezavestnih motivov, prioritet itd.

Zato lahko določeno potovanje izberemo na osnovi časa (od par ur do več mesecev), prostora (v bližnjo ali oddaljeno destinacijo), geografskega okolja (narava, umetniška mesta, kopališča itd.), organizacije (individualni turisti, ki potujejo samostojno, ali masovni turisti, ki se raje posvečajo *all inclusive* počitnicam). A izbira potovanja lahko zajema tudi druge dejavnike, npr. potrebo po počitku, iskanju samega sebe, po okrepitvi družinskih odnosov, vračanju k otroškim načinom vedenja, po prekinitvi vsakdanjega tempa, iskanju prestiža in socialne promocije, po razširjanju svojega znanja, po soočanju z drugimi itn.

V primeru projekta *Slow Tourism* smo se odločili, da bomo oblikovali profil slow turista zato, da lahko bolje planiramo turistično ponudbo soudeleženih partnerjev na podlagi homogene klasifikacije porabnikov počitniških storitev na območju izvajanja projekta. To se pravi, da smo skušali opredeliti glavne elemente slow turizma in socio-demografske lastnosti slow turistov.

Raziskovalna skupina Oddelka za socialne in politične vede Univerze v Trstu je pripravila strukturiran vprašalnik, s katerim je skušala opredeliti elemente slow turizma, pristop turistov do slow aktivnosti (povpraševanje) ter stopnjo zaznane kakovosti destinacij (ponudba).

Vprašalnik je štirijezičen (v italijanščini, slovenščini, angleščini in nemščini) in je sestavljen iz treh skupin vprašanj na podlagi Likertove lestvice, ki dovoljujejo en sam možen odgovor o stopnji zadovoljstva in pogostosti izvajanja slow aktivnosti ter o zaznani kakovosti določene turistične destinacije. Nadalje vprašalnik zajema še štiri vprašanja o razlogih za izbiro določene destinacije in obdobja bivanja (razlogi za izbiro potovanja, nastanitvene strukture, obdobja bivanja in sopotnikov) in pet vprašanj o socio-demografskih značilnostih turistov (spol, starost, izobrazba, zaposlitev in bivališče).

Fokus št. 1 **Zakaj potujemo po Evropi in po svetu**

Na mednarodni ravni predstavljajo potovanja za preživljanje prostega časa, razvedrilo in počitnice približno polovico vseh mednarodnih prihodov (51 %, 446 milijonov prihodov). Približno 15 % mednarodnih turistov potuje iz poslovnih razlogov, 27 % pa iz specifičnih razlogov, npr. obiskovanje prijateljev ali sorodnikov, verskih razlogov, zdravljenja itd. Iz analize evropskega trga izhaja, da na osnovi podatkov Eurobarometra (2010) je večina turistov (37 %) izjavila, da sta bila njihova glavna razloga za preživljanje počitnic leta 2009 *sprostitev in odpočitek*. Približno ena petina (19 %) je izbrala počitnice *ob morju in pod soncem* ter 17 % za *obiskovanje prijateljev in sorodnikov*. *Ogled mesta, kulturnih in verskih znamenitosti* je izbrala manj kot ena desetina vseh turistov (6-7 %). Niti en evropski prebivalec vsakih dvajset ni omenil *športnih in zdravstvenih razlogov* (3-4 %). Najmlajše turistov sta najbolj pritegnila *morje in plaža* (24 % v starostni skupini 15-24 let v primerjavi s 13 % v skupini nad 54. letom), starejše osebe pa so izbrale *wellness in zdravljenje, naravo, kulturo in verske razloge*. Pripadniki starostne skupine 25-54 pa so izjavili, da sta njihova glavna razloga za potovanje *odpočitek in sprostitve* (40-42 % najmlajših in 33-34 % najstarejših anketirancev). Pri izbiranju destinacije je tretjina Evropejcev (32 %) izjavila, da sta bila ključnega pomena *narava in okolje* (predvsem za turiste iz Nemčije, Finske, Avstrije, Litve, Slovenije, Madžarske in Islandije), nato pa sta sledila *kulturna dediščina* (25 %) in *razvedrilo* (16 %). Za *gastronomijo, umetnost in prireditve (ali drugi dogodki)* se je opredelil en Evropejec vsakih dvajset (5-6 %).

Fokus št. 2 **Profili turistov v Sloveniji**

Vsaka tri leta Statistični urad Republike Slovenije pripravi anketo o prisotnosti turistov iz tujine v slovenskih kampih in hotelih. Zadnjo raziskavo je izvedel leta 2009 v kampih in hotelih na celotnem slovenskem ozemlju (in sicer aprila, junija-avgusta in decembra). Leta 2010 je slovenski Statistični urad objavil podrobno analizo o turistih iz Avstrije, Velike Britanije, Hrvaške, Italije in Nemčije. Izsledki so navedeni v nadaljevanju. Turisti iz omenjenih držav potujejo v Slovenijo predvsem zaradi slovenskih naravnih lepote (93 % Angležev, 89 % Nemcev, 86 % Avstrijcev in 81 % Italijanov) ter sprostitve in odpočitek (96 % Hrvatov, 92 % Nemcev, 90 % Avstrijcev, 86 % Italijanov in 84 % Angležev). Tudi zdravilišča in wellness centri so pomembni pri izbiri potovanja v Slovenijo (66 % Italijanov, 33,5 % Avstrijcev in 17 % Hrvatov). Iz odgovorov, ki so jih podali Avstrijci (63 %), Hrvati (51,6 %), Italijani (48 %) in Nemci (45 %) izhaja, da oseb-

ne izkušnje ne vplivajo na izbiro potovanja v Slovenijo, za angleške turiste pa so mnenja in izkušnje prijateljev ter sorodnikov izredno pomembna (33 %), čeprav tovrstne informacije so precej pomembne tudi za ostale turiste. Nadpovprečno so Angleži ocenili tudi potovalne agencije kot vir za iskanje informacij o potovanju (21 %). Iz izsledkov ankete je razvidno, da se turisti v glavnem ne poslužujejo spleta za iskanje informacij o destinaciji, z izjemo Hrvatov (34 %), Italijanov (30 %), Avstrijcev (25 %), Angležev (25 %) in Nemcev (25 %). Anketiranci so nato podali tudi svoje splošne mnenje o počitnicah v Sloveniji in sicer preko treh definicij: »nad pričakovanji«, »skladno s pričakovanji« in »pod pričakovanji«. Tretji odgovor je izbral izredno nizek odstotek turistov, za prvega pa se je opredelilo 47,5 % Angležev, 40 % Italijanov, 34 % Nemcev, 28 % Avstrijcev in 27 % Hrvatov. Turisti so nato ocenili tudi specifične elemente (npr. okolje, kakovost cest in prometnih storitev, dostopnost turističnih informacij, priložnosti za sprostitve in odpočitek itd.): kakovost okolja je ocenilo kot odlično 72 % Angležev, 52 % Nemcev, 50 % Hrvatov, 41 % Avstrijcev in 40 % Italijanov, kakovost cest in prevoznih storitev pa je kot negativno ocenilo 27,5 % Hrvatov, 17 % Nemcev, 15 % Angležev, 14 % Italijanov in 8 % Avstrijcev. Gostoljubnost so kot odlično ocenili Angleži (58 %), Hrvati (52 %), Avstrijci (46 %), Nemci (36 %) in Italijani (30 %). 10 % angleških in nemških turistov pa je ocenilo kot izredno pomanjkljivo dostopnost informacij med bivanjem na slovenskem ozemlju.



Fokus št. 3 Profili turistov v Italiji

Analize italijanskega zavoda Isnat (2007) nam ponujajo vrsto zanimivih informacij o slow turistih. Načeloma tako italijanski kot tuji turisti dajejo velik pomen gostoljubnosti lokalnega prebivalstva, kakovosti hrane in pijače, čistoči struktur in destinacij na splošno. Okoljski vidiki (onesnaževanje, urbanizacija itd.) vplivajo bolj kot organiziranost območja in stroški bivanja.

- **Kulturni turist:** za kulturne znamenitosti se zanima približno 24 % vseh turistov, ki obiščejo Italijo (18 % iz Italije in 32 % iz tujine). Kultura je prvi turistični produkt glede na prihode in drugi glede na obiske (po kopališčih). Izobrazba kulturnega turista je načeloma srednje-visoka, njegova starost pa 30-40 let. Povprečno število dni bivanja je 2-3 nočitev za Italijane iz 7-13 za turiste iz tujine, obe skupini pa v glavnem bivajo v hotelih. Kulturni turist se med počitnicami ukvarja tudi z nakupovanjem in izletništvom.
- **Kopališki turist:** povpraševanje po kopališkem turizmu zajema približno 32 % vseh obiskov v Italiji (37 % iz Italije in 24 % iz tujine). Kopališki turisti so *repeaterji*, ki se večkrat vračajo v določeno destinacijo. V povprečju so stari 40 let, njihove počitnice pa trajajo približno 12-13 nočitev, v glavnem v hotelih, kampih in zasebnih apartmajih. Tovrstni turisti izberejo določeno destinacijo zaradi njenih naravnih lepote in priložnosti za sprostitev.
- **Gorski turist:** gorski turizem zajema 13 % vseh obiskov v Italiji. Turisti iz tujine so povprečno starejši od italijanskih (45 in 41 let) in so bolj *repeaterji* (68 % in 39 %). Za obe skupini so naravne lepote glavni razlog potovanja, Italijani pa na drugo mesto uvrščajo sprostitev, tujci pa športno udejstvovanje in ogledovanje še ne poznanih krajev.
- **Jezerski turist:** jezerski turizem zajema 7 % obiskov v Italiji. Tovrstni turist preživlja počitnice v raznih nastanitvenih strukturah in zasebnih apartmajih (8-9 nočitev). V povprečju je star 42 let in je *repeater*. Turisti iz te skupine iščejo sprostitev v destinacijah s pomembnimi okoljskimi danostmi.
- **Zeleni turist:** zeleni turizem zajema 4 % vseh prihodov. Zeleni turisti so povprečno stari 45 let in preživljajo počitnice večinoma v turističnih kmetijah (6 nočitev). Glavna razloga njihovega potovanja sta narava in odpočitek (za Italijane) ter narava in kulturna dediščina (za tujce).
- **Termalni turist:** termalni turizem zajema 4 % vseh obiskov v Italiji. Termalni turist je v povprečju star 52 let in je *repeater*. Njegove počitnice zajemajo povprečno 10-12 nočitev, njegovi glavni razlogi za potovanje pa so sprosti-

tev, zdravljenje, razvedrilo (za Italijane) in narava ter šport (za tujce).

- **Navtični turist:** navtični turizem je sestavljen iz 72 % Italijanov, 24 % vseh tujcev pa prihaja iz Evrope. Med glavnimi aktivnostmi, ki jih izvajajo tovrstni turisti, so izleti z zasebnimi plovili in izleti na kopnem. Najbolj obiskani kraji so naravni parki in rezervati, zgodovinska središča in katedrale.
- **Enogastronomski turist:** tovrstna oblika turizma zajema 3 % italijanskih in 9 % tujih turistov. Poleg klasičnih počitniških aktivnosti (izleti, kulturni ogledi) se tovrstni turisti udeležujejo enogastronomskih dogodkov, degustacij značilnih proizvodov ter se ukvarjajo z nakupovanjem tipičnih obrtniških proizvodov.
- **Športni turist:** športni turizem zajema 11 % italijanskih turistov in 13 % turistov iz tujine. Najbolj priljubljene športne panoge so plavanje, jadranje, sprehodi in podvodne aktivnosti (za Italijane) ter plavanje, kolesarjenje in treking (za tujce). Poleg tega se tovrstni turisti posvečajo še izletništvu, izletom z zasebnimi plovili, enogastronomskim dogodkom. Najbolj obiskane destinacije so naravni parki in stara mestna jedra.



2. Opis vzorca

Opravili smo 800 intervjujev, 200 za vsako italijansko deželo (Emilijo Romanjo, Veneto in Furlanijo Julijsko krajino) in 100 za vsako slovensko statistično regijo (Gorenjsko in Goriško). Anketiranje smo delno opravili v sodelovanju z usposobljenimi anketarji, ki so intervjuvali anketirance v raznih destinacijah, deloma pa preko samoizpolnjenih vprašalnikov, ki so bili na voljo v raznih sprejemnih centrih (Dom metuljev in Sprejemni center solin v Cervii, Didaktično-naravoslovni center v Bazovici itd.), turističnih uradih (Rovigo, Rosolina Mare, Porto Tolle itd.) in turističnih destinacijah (Oglejska bazilika, Katedrala Sv. Justa, Miramarski grad itd.).

Statistična veljavnost zbranih podatkov je izredno visoka, saj je stopnja napak manjša od 5 %. Zaradi obsežnosti vzorca lahko s 95-odstotno verjetnostjo ocenimo, da v najslabšem primeru znaša napaka pri oceni proporcij (odstotki pogostosti v določeni distribuciji) ne presega 5 % (absolutna vrednost). Tovrstni rezultati zagotavljajo stabilnost indeksov korelacij, na katerih temelji delež obdelav s spremenljivkami (faktor-ska analiza) (Chiari, Corbetta 1973: 499).

Glede na geografsko območje (italijansko deželo oziroma slovensko statistično regijo) nam količina 200 intervjujev zagotavlja, kljub višji stopnji napak, zadovoljivo stopnjo zanesljivosti pri opisu značilnosti anketirancev in preverjanju natančnosti mnenj strokovnjakov (Finsterbusch 1976: 117-136).

Večji del vzorca sestavljajo ženske (57 %), povprečna starost je 42 let, najbolj zastopana starostna skupina je tista od 36 do 50 let (50 % vseh anketirancev). Stopnja izobrazbe je visoka, saj 39 % anketirancev je zaključilo univerzitetni študij. 29 % anketirancev je brezposelnih (študentje, upokojenci, brezposelni itd.), 47 % je zaposlenih (delavci, uradniki, učitelji itd.) in 24 % opravlja vodilne funkcije (menedžerji, podjetniki, samozaposleni itd.).

Večina anketirancev prihaja iz Italije (60 %), ostali pa iz Avstrije oziroma Nemčije (11 %), Slovenije (9 %), drugih evropskih (15 %) in svetovnih držav (5 %).

Glede povprečnega števila dni bivanja naj poudarimo, da več kot ena tretjina vzorca se v destinacijah zadržuje 4-7 dni (38 %), približno ena četrtnina 8-14 dni (24 %) in 13 % za dva tedna. 13 % turistov predstavlja tako imenovani dnevni izletniki. Turisti/izletniki se v destinacijah Emilije Romanje zadržujejo dva tedna, v deželi Veneto pa 1-3 dni. Na splošno pa smo najdaljše obdobje bivanja zabeležili v slovenskih regijah: 13,3 dni, v primerjavi z 11,6 v Emiliji Romanji, 8,4 v Furlaniji Julijski krajini in 6,9 v Venetu.

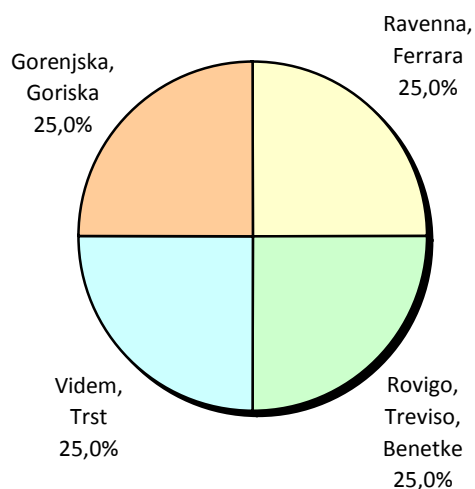
Samo v destinacijah Emilije Romanje in Veneta so najbolj priljubljena nastanitvena struktura hoteli s tremi zvezdicami (33 %), katerim sledijo bed&breakfast (13 %) in kampi (12 %). Med obema deželama ni večjih razlik pri izbiranju nastanitvenih struktur, razen pri visokokakovostnih hotelih, ki so bolj priljubljeni pri turistih/izletnikih, ki se zadržujejo v destinacijah Veneta (12 %).

40 % anketirancev je izjavilo, da preživlja počitnice z družino, 37 % s partnerjem, 18 % s prijatelji oziroma sodelavci in 4 % sami. Destinacije dežel Emilije Romanje in Furlanije Julijske krajine so najbolj priljubljene med družinami (približno 50 %), tiste iz Veneta in Slovenije pa med pari (36 % in 49 %).

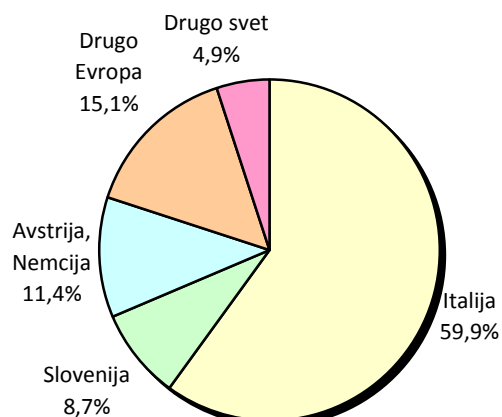
Zadnje vprašanje se je nanašalo na razloge potovanja. 35 % anketirancev je izjavilo, da je njihov glavni razlog pri izbiranju destinacije potreba po sprostitvi, 24 % po kulturi in 11 % po športnem udejstvovanju oziroma razvedrilu. Ostali motivi (zdravje, enogastronomija itd.) zajemajo manj kot 10 %. Potreba po miru najbolj izstopa v destinacijah Emilije Romanje (41 %) in Slovenije (33 %), medtem ko pri izbiri destinacij Furlanije Julijske krajine in Veneta prevladujejo kulturni razlogi (32 % in 30 %).

ZNAČILNOSTI VZORCA

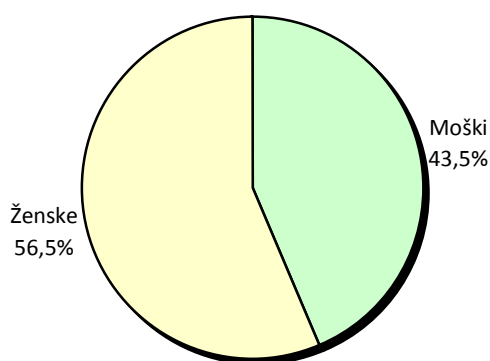
Graf. 1: Kraj (št. 800)



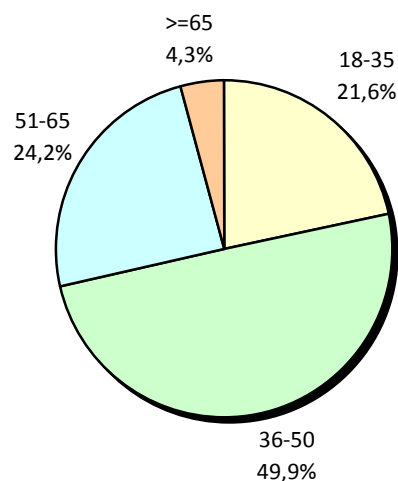
Graf. 2: Prebivališče (št. 781)



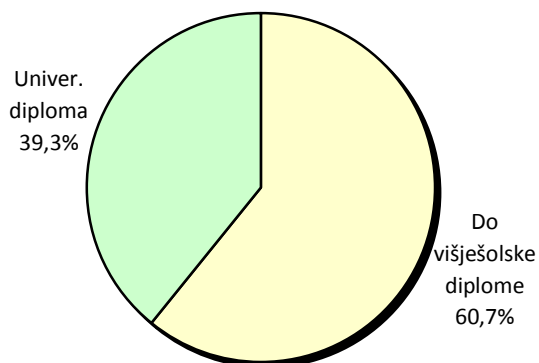
Graf. 3: Spol (št. 763)



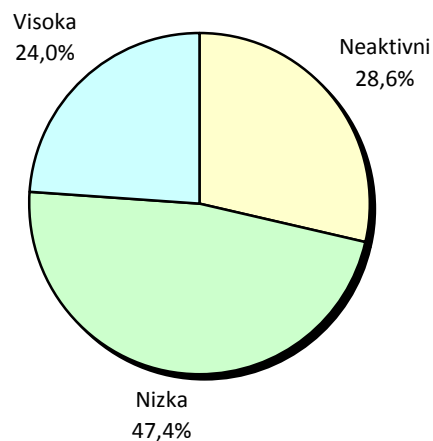
Graf. 4: Starost (št. 794)



Graf. 5: Izobrazba (št. 732)

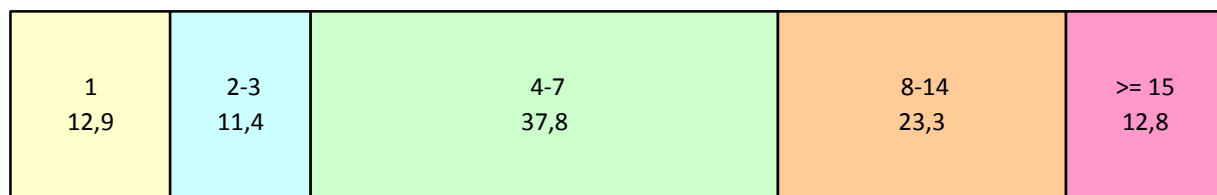


Graf. 6: Stopnja zaposlitve (št. 755)



BIVANJE IN NASTANITVENA STRUKTURA

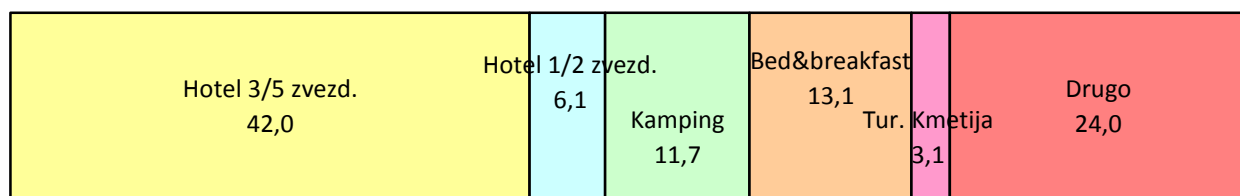
Graf. 7: Št. dni bivanja (%; št. 800)



Tab. 2: Št. dni bivanja po vzorčnih območjih (%)

Št. dni	Emilija Romanja	Veneto	Furlanija Julijska krajina	Slovenske regije	Skupaj
1	14,5%	13,0%	11,0%	13,0%	12,9%
2-3	8,5%	15,5%	9,0%	12,5%	11,4%
4-7	26,0%	50,5%	37,5%	37,0%	37,8%
8-14	29,5%	16,0%	28,5%	27,0%	25,3%
≥ 15	21,5%	5,0%	14,0%	10,5%	12,8%
Skupaj	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Povprečje	11,6	6,9	8,4	13,3	9,9

Graf. 8: Nastanitvena struktura (%; št. 396, samo za deželi Emilija Romanja in Veneto)

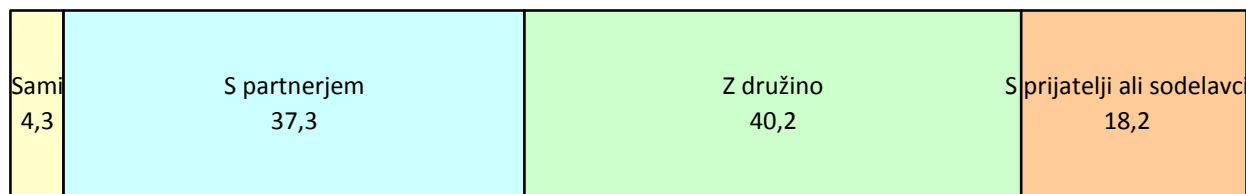


Tab. 3: Nastanitvena struktura po vzorčnih območjih (%)

Struktura	Emilija Romanja	Veneto	Skupaj
Hotel s 4-5 zvezd.	6,0%	12,0%	8,9%
Hotel s 3 zvezd.	33,2%	33,1%	33,1%
Hotel z 1-2 zvezd.	4,9%	7,4%	6,1%
Residence/meublé	4,3%	4,6%	4,5%
Kamp	13,0%	10,3%	11,7%
Bed&Breakfast	10,9%	15,4%	13,1%
Turist. kmetija	1,6%	4,6%	3,1%
Hostel	1,6%	3,4%	2,5%
Počitniška hiša	24,5%	9,1%	17,0%
Skupaj	100,0%	100,0%	100,0%

RAZLOGI ZA BIVANJE

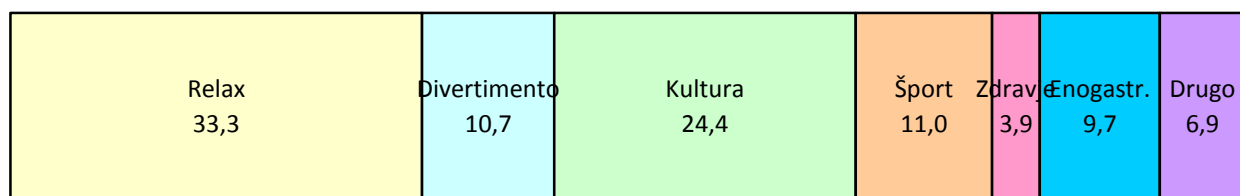
Graf. 9: Sopotniki (%; št. 762)



Tab. 4: Sopotniki po vzročnih območjih (%)

Sopotniki	Emilija Romanja	Veneto	Furlanija Julijska krajina	Slovenske regije	Skupaj
Sam	2,6%	7,0%	1,6%	6,1%	4,3%
Partner	30,5%	48,9%	34,2%	35,7%	37,3%
Družina	54,2%	30,1%	48,9%	27,6%	40,2%
Prijatelji, sodelavci	12,6%	14,0%	15,3%	30,6%	18,2%
Skupaj	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Graf. 10: Razlogi (%; št. 763)



Tab. 5: Razlogi bivanja po vzorčnih območjih (%)

Razlogi	Emilija Romanja	Veneto	Furlanija Julijska krajina	Slovenske regije	Skupaj
Sprostitev	41,2%	27,1%	31,2%	33,3%	33,3%
Razvedrilo	10,3%	10,1%	11,8%	10,8%	10,7%
Kultura	19,6%	29,8%	31,7%	16,9%	24,4%
Šport	6,2%	5,9%	5,4%	26,2%	11,0%
Zdravje	7,2%	4,3%	1,6%	2,6%	3,9%
Enogastronomija	4,6%	14,9%	12,4%	7,2%	9,7%
Drugo	10,8%	8,0%	5,9%	3,0%	6,9%
Skupaj	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3. Stopnja zadovoljstva in pogostost opravljanja slow aktivnosti

Turiste in izletnike smo zaprosili naj ocenijo stopnjo zadovoljstva (prav *nič*, *malo*, *precej*, *zelo*) ter pogostost (*nikoli*, *občasno*, *pogosto*) nekaterih slow aktivnosti, ki jih opravljajo med počitnicami/bivanjem, npr. obiskovanje naravnih rezervatov, kolesarjenje, bivanje v komplementarnih strukturah (turističnih kmetijah, bed&breakfast itd.), degustacija značilnih proizvodov, ogledovanje rastlin in živali, doživljanje vaškega življenja itd. Skupno so ocenili 20 elementov.

Največje število odgovorov *zelo zadovoljen/a* smo zabeležili pri naslednjih slow aktivnostih ($\geq 30\%$):

- Turistični ogledi in aktivnosti na prostem, ogledovanje krajine itd. (61 %).
- Ogledovanje gradov, cerkva, zgodovinskih stavb in ruševin (48 %).
- Ogledovanje naravnih rezervatov in sprejemnih centrov v parkih (44 %).
- Sprehajanje in izletništvo (42 %).
- Degustacija značilnih proizvodov v turističnih kmetijah in vinskih kletah (40 %).

Tovrstne aktivnosti zajemajo nekatere temeljne vidike slow filozofije: ogledovanje krajine, naravnih rezervatov in zgodovinskih krajev, sprehajanje in kakovostno hrano.

Najmanj priljubljene (prav *nič zadovoljen/a*) pa so naslednje slow aktivnosti ($\geq 20\%$):

- Zračni športi (jadrarno padalstvo, jadrarno letalstvo, balonarstvo itd.) (60 %).

- Jahanje na konju (48 %).
- Jadranje ali plovba z zasebnim plovilom (44 %).
- Zimski športi (motorne sani, vlečne sani s psi, tekanje na smučeh itd.) (37 %).
- Vodni športi (veslanje, windsurfing, smučanje na vodi, plavanje itd.) (30 %).
- Obiskovanje wellness centrov (lepotni centri, terme, zdravišča itd.) (25 %).
- Obiskovanje tečajev o lokalni kulturi (kuhinja, zgodovina, umetniška dediščina itd.) (24 %).

Iz omenjenih podatkov izhaja, da so tovrstne aktivnosti manj priljubljene, ker zahtevajo določeno fizično udejstvovanje (telesno pripravljenost), čas (za obiskovanje tečajev o lokalni kulturi) in denarna sredstva (plovba z zasebnimi plovili). Edina izjema so wellness centri, ki jih slow turisti ne pojmujejo kot pomembno slow aktivnost.

Zelo podobne podatke smo zabeležili tudi v italijanskih pokrajinah in slovenskih statističnih regijah, kot je to razvidno v spodnjih razpredelnicah (zlasti pri povprečnih vrednostih $\geq 3,00$ - pozitivna stopnja zadovoljstva in $\leq 2,00$ - negativna stopnja zadovoljstva).

Večje razlike pa smo zabeležili tudi pri različnih starostnih skupinah, saj so športne aktivnosti bolj priljubljene med mladimi (18-35 let) in manj pri drugih starostnih skupinah.

Tab. 6: Stopnja zadovoljstva pri športnem udejstvovanju po različnih starostnih skupinah (povprečne vrednosti)

Element	18-35 let	36-50 let	51-65 let	> 65 let	Skupaj
Kolesarjenje in gorsko kolesarjenje	2,81	2,80	2,42	2,16	2,70
Jahanje na konju	2,24	2,00	1,64	1,58	1,95
Vodni športi	2,82	2,35	2,04	2,03	2,37
Plovba z zasebnimi plovili	2,33	2,04	1,74	1,53	2,01
Zračni športi	2,20	1,66	1,35	1,23	1,68
Zimski izleti	2,66	2,26	1,94	1,73	2,25

Poleg stopnje zadovoljstva smo anketirance vprašali, naj nam navedejo pogostost opravljanja slow aktivnosti. Iz analize odgovorov *nikoli* in

pogosto (vrednosti $\geq 25\%$) izhaja, da so najbolj pogosto opravljene aktivnosti:

- Turistični ogledi in aktivnosti na prostem, ogledovanje krajine itd. (50 %).
- Ogledovanje gradov, cerkva, zgodovinskih stavb in ruševin (35 %).
- Degustacija značilnih proizvodov v turističnih kmetijah in vinskih kletah (26 %).
- Bivanje v turističnih kmetijah, zasebnih apartmajih, mladinskih hostlih, kočah, kampih itd. (26 %).
- Ogledovanje naravnih rezervatov in sprejemnih centrov v parkih (25 %).

Odgovor *nikoli* smo zabeležili pri naslednjih aktivnostih:

- Zračni športi (jadrarno padalstvo, jadrarno letalstvo, balonarstvo itd.) (84 %).
- Jahanje na konju (74 %).
- Jadranje ali plovba z zasebnim plovilom (69 %).

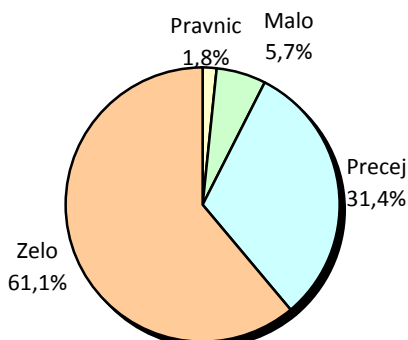
- Lov, ribolov, nabiranje zelišč, gobarjenje itd. (64 %).
- Obiskovanje tečajev o lokalni kulturi (kuhinja, zgodovina, umetniška dediščina itd.) (56 %).
- Zimski športi (motorne sani, vlečne sani s psi, tekanje na smučeh itd.) (52 %).
- Obiskovanje wellness centrov (lepotni centri, terme, zdravilišča itd.) (45 %).
- Vodni športi (veslanje, windsurfing, smučanje na vodi, plavanje itd.) (45 %).
- Opazovanje divjih rastlin in živali (opazovanje ptic itd.) (34 %).
- Cestno in gorsko kolesarjenje (31 %).

Iz navedenega je razvidno, da tudi ti odgovori so skladni s prejšnjimi. Zato lahko tudi v tem primeru podamo enako oceno glede teritorialnih in anagrafskih specifik obravnavanega območja.

STOPNJA ZADOVOLJSTVA IN POGOSTOST OPRAVLJANJE AKTIVNOSTI

Graf. 11: Turistični ogledi in aktivnosti na prostem, ogledovanje krajine itd.

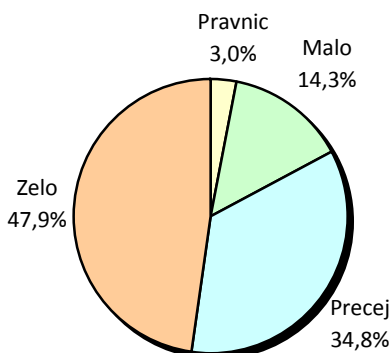
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 789)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	3,50	1,1%	58,8%	40,1%
Veneto	3,42	7,3%	45,5%	47,2%
Furlanija Julijska krajina	3,61	0,5%	45,2%	54,3%
Slovenske regije	3,54	2,7%	39,2%	58,1%
Skupaj	3,52	2,9%	47,1%	50,0%

Graf. 12: Ogled gradov, cerkva, zgodovinskih stavb ali ruševin

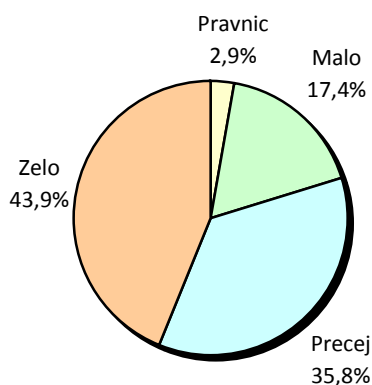
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 791)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	3,43	2,2%	65,8%	32,1%
Veneto	3,22	6,6%	57,5%	35,9%
Furlanija Julijska krajina	3,43	3,2%	50,5%	46,3%
Slovenske regije	3,02	8,7%	67,2%	24,0%
Skupaj	3,28	5,2%	60,2%	34,6%

Graf. 13: Ogled naravnih rezervatov in sprejemnih centrov v parkih

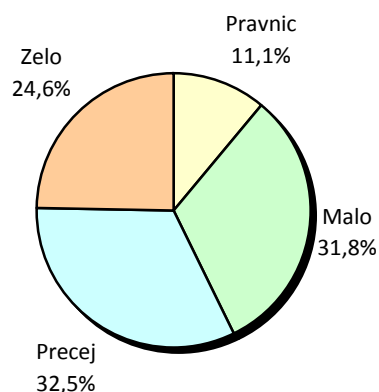
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 782)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	3,38	4,3%	75,0%	20,7%
Veneto	3,16	13,7%	62,9%	23,4%
Furlanija Julijska krajina	3,13	12,5%	64,1%	23,4%
Slovenske regije	3,15	10,3%	58,7%	31,0%
Skupaj	3,21	10,2%	65,2%	24,6%

Graf. 14: Opazovanje divjih rastlin in živali (opazovanje ptic itd.)

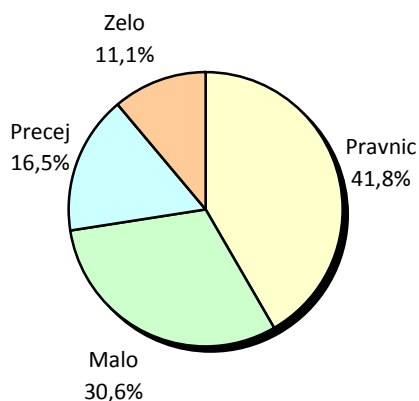
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 764)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,79	30,1%	58,0%	11,9%
Veneto	2,63	38,8%	46,6%	14,6%
Furlanija Julijska krajina	2,69	37,8%	52,8%	9,4%
Slovenske regije	2,72	29,6%	50,8%	19,6%
Skupaj	2,71	34,1%	52,0%	13,9%

Graf. 15: Lov, ribolov, nabiranje zelišč, gobarjenje, itd.

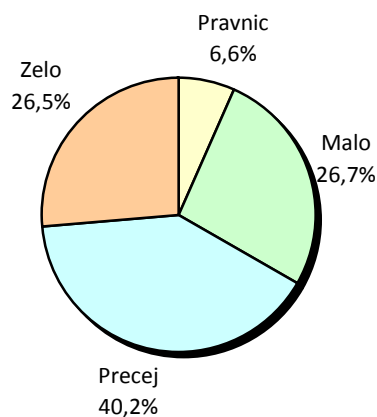
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 768)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,06	59,4%	31,4%	9,1%
Veneto	1,97	66,5%	23,7%	9,8%
Furlanija Julijska krajina	1,87	64,3%	29,7%	5,9%
Slovenske regije	1,98	66,7%	23,2%	10,2%
Skupaj	1,97	64,2%	27,0%	8,7%

Graf. 16: Doživljanje vaškega in podeželskega življenja (npr. kmetije, nedeljske tržnice)

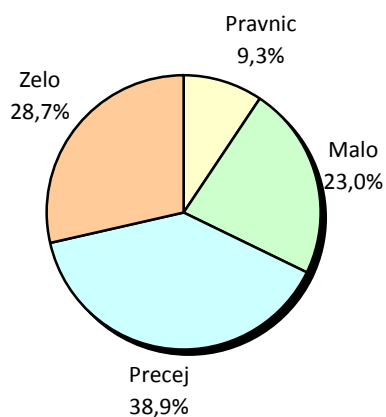
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 767)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,95	14,0%	62,6%	23,5%
Veneto	2,84	18,4%	60,9%	20,7%
Furlanija Julijska krajina	2,86	12,9%	65,7%	21,3%
Slovenske regije	2,81	15,3%	62,7%	22,0%
Skupaj	2,86	15,1%	63,0%	21,9%

Graf. 17: Obiskovanje glasbenih in gledaliških prireditev, festivalov itd.

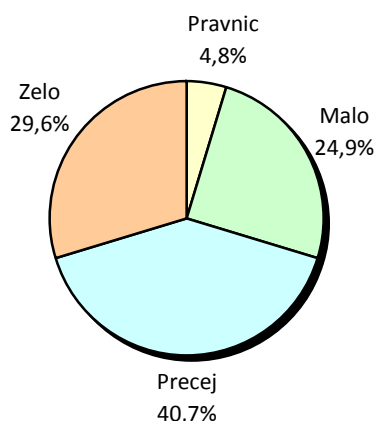
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 773)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,90	19,1%	60,1%	20,8%
Veneto	2,99	16,8%	56,4%	26,8%
Furlanija Julijska krajina	2,81	22,3%	62,0%	15,8%
Slovenske regije	2,78	22,6%	52,5%	24,9%
Skupaj	2,87	20,2%	57,8%	22,0%

Graf. 18: Ogled etnografskih, arheoloških, zgodovinskih muzejev itd.

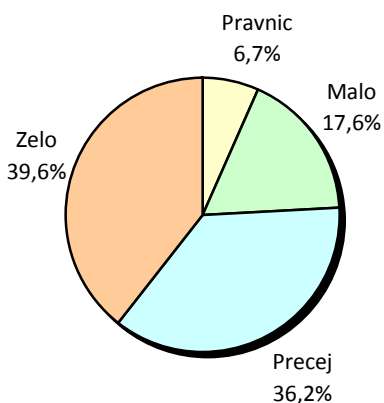
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 767)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,93	17,6%	64,8%	17,6%
Veneto	2,86	19,3%	61,4%	19,3%
Furlanija Julijska krajina	3,12	10,9%	59,2%	29,9%
Slovenske regije	2,88	12,4%	68,9%	18,6%
Skupaj	2,95	15,0%	63,6%	21,4%

Graf. 19: Degustacija tipičnih proizvodov v turističnih kmetijah oz. vinskih kletih

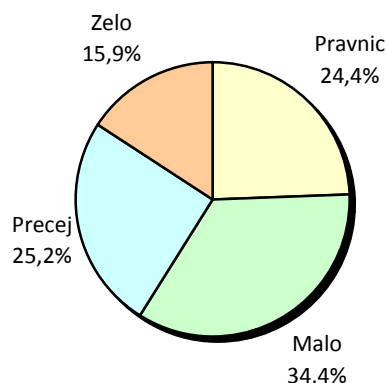
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 763)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	3,15	15,5%	61,3%	23,2%
Veneto	3,15	12,5%	59,7%	27,8%
Furlanija Julijska krajina	3,08	17,8%	57,3%	24,9%
Slovenske regije	2,96	16,4%	57,3%	26,3%
Skupaj	3,09	15,6%	58,9%	25,5%

Graf. 20: Obiskovanje tečajev lokalne kulture (kuhinja, zgodovina, umetniška dediščina itd.)

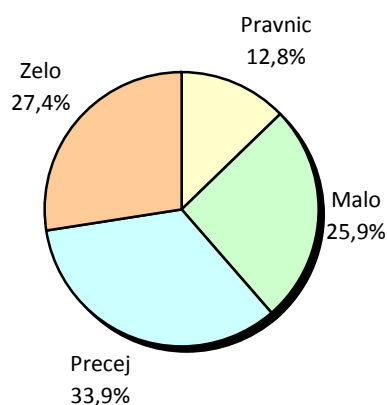
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 753)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,35	60,2%	33,0%	6,8%
Veneto	2,48	47,2%	46,0%	6,8%
Furlanija Julijska krajina	2,30	61,9%	30,4%	7,7%
Slovenske regije	2,17	54,3%	38,2%	7,5%
Skupaj	2,33	55,9%	36,8%	7,2%

Graf. 21: Bivanje v turističnih kmetijah, mladinskih hostlih, kočah, kampih itd.

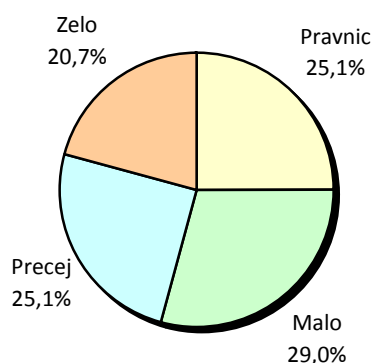
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 771)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,73	24,7%	53,8%	21,4%
Veneto	2,69	29,1%	47,4%	23,4%
Furlanija Julijska krajina	2,65	28,7%	47,5%	23,8%
Slovenske regije	2,97	16,0%	49,7%	34,3%
Skupaj	2,76	24,7%	49,6%	25,7%

Graf. 22: Obiskovanje wellness centrov (lepotni centri, terme, zdravilišča itd.)

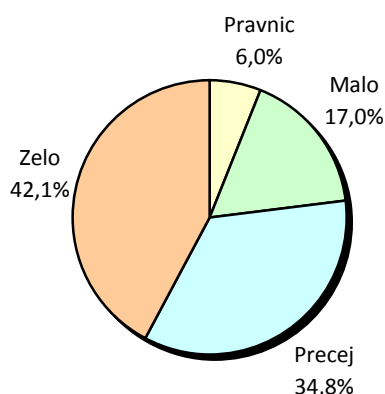
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 772)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,45	47,5%	45,3%	7,3%
Veneto	2,58	35,6%	52,3%	12,1%
Furlanija Julijska krajina	2,29	52,8%	40,0%	7,2%
Slovenske regije	2,34	44,7%	43,0%	12,3%
Skupaj	2,41	45,2%	45,1%	9,7%

Graf. 23: *Sprehajanje in izletništvo (peš)*

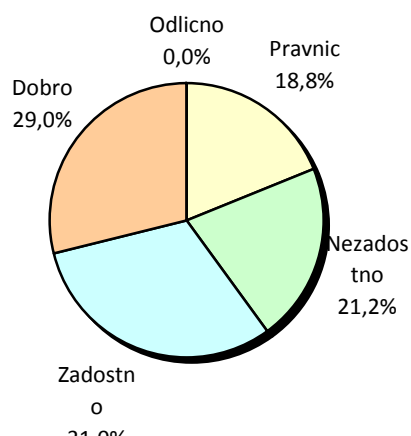
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 781)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,98	14,5%	64,2%	14,5%
Veneto	2,95	22,0%	52,5%	22,0%
Furlanija Julijska krajina	3,05	17,5%	47,0%	17,5%
Slovenske regije	3,54	5,5%	35,9%	5,5%
Skupaj	3,13	14,9%	49,9%	14,9%

Graf. 24: *Cestno in gorsko kolesarjenje*

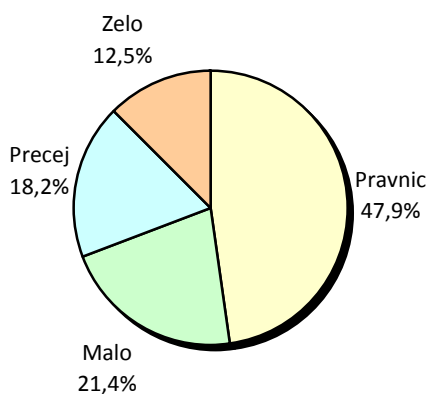
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 775)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,94	21,8%	52,0%	26,3%
Veneto	2,69	26,9%	49,7%	23,4%
Furlanija Julijska krajina	2,51	40,5%	43,8%	15,7%
Slovenske regije	2,69	35,6%	38,9%	25,6%
Skupaj	2,70	31,3%	46,0%	22,7%

Graf. 25: *Jahanje na konju*

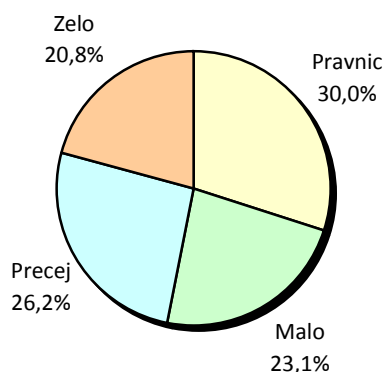
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 775)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,01	76,5%	17,3%	6,1%
Veneto	2,02	70,9%	21,2%	7,8%
Furlanija Julijska krajina	1,80	79,3%	17,3%	3,4%
Slovenske regije	1,99	71,8%	20,4%	7,7%
Skupaj	1,95	74,7%	19,1%	6,3%

Graf. 26: Vodni športi (veslanje, windsurfing, smučanje na vodi, plavanje itd.)

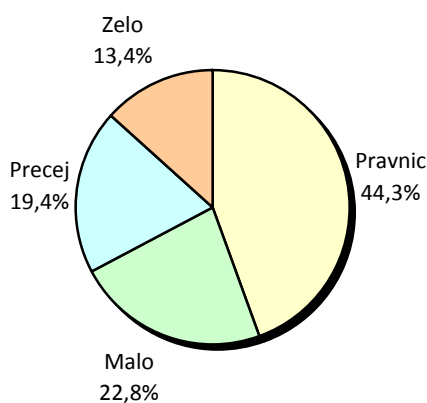
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 771)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,26	49,2%	40,4%	10,4%
Veneto	2,27	51,7%	33,0%	15,3%
Furlanija Julijska krajina	2,24	49,7%	36,9%	13,4%
Slovenske regije	2,75	29,4%	47,5%	23,2%
Skupaj	2,38	45,0%	39,4%	15,5%

Graf. 27: Jadranje in plovba z zasebnimi plovili

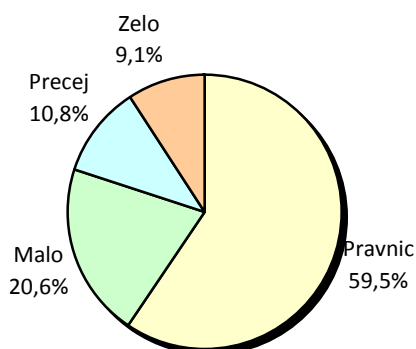
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 767)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,06	75,8%	18,5%	5,6%
Veneto	2,02	66,1%	25,9%	8,0%
Furlanija Julijska krajina	1,88	74,2%	22,5%	3,3%
Slovenske regije	2,12	60,5%	34,5%	5,1%
Skupaj	2,02	69,2%	25,3%	5,5%

Graf. 28: Zračni športi (jadrarno padalstvo, jadrarno letalstvo, balonarstvo itd.)

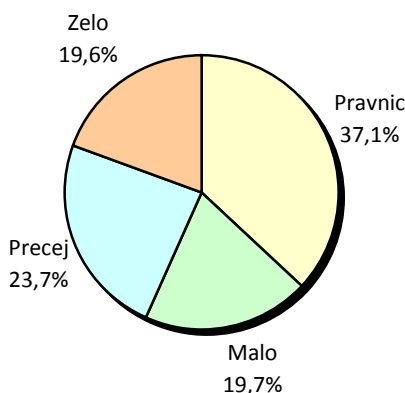
Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 766)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	1,60	91,1%	6,1%	2,8%
Veneto	1,69	84,5%	10,9%	4,6%
Furlanija Julijska krajina	1,46	89,5%	8,8%	1,7%
Slovenske regije	2,05	72,2%	21,1%	6,7%
Skupaj	1,70	84,3%	11,8%	3,9%

Graf. 29: Zimski športi (motorne sani, tekanje na smučeh, vlečne sani s psi itd.)

Zadovoljstvo (% območje skupaj; št. 761)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 4)		Pogostost		
		Nikoli	Včasih	Pogosto
Emilija Romanja	2,25	55,7%	35,6%	8,6%
Veneto	2,24	51,7%	33,1%	15,1%
Furlanija Julijska krajina	2,05	59,9%	25,3%	14,8%
Slovenske regije	2,50	42,0%	31,3%	26,7%
Skupaj	2,26	52,4%	31,3%	16,3%

4. Kakovost slow območij

Kakovost je bistveni element za zagotovitev uspešnosti določenega turističnega produkta (storitev oziroma destinacije). Čezmejno območje *Slow Tourism* ponuja mešanico izredno raznolikih in kakovostnih produktov. Kljub temu pa zaradi vse večje konkurenčnosti novih nacionalnih in mednarodnih destinacij, za katere je turizem strateškega pomena za razvoj območja, morajo turistični akterji čezmejnega območja biti sposobni pravilno upravljati kakovost svojih produktov. Zagotavljanje stalnega izboljšanja kakovosti turističnih destinacij in njihovih posameznih znamenitosti mora postati stalen proces, pri katerem so soudeleženi institucionalni, gospodarski in turistični akterji ter lokalni prebivalci. Kakovostne destinacije ali storitve povečajo profit, zagotavljajo vračanje turistov, stabilizirajo turistično področje, preprečujejo tržna nihanja in izboljšajo kakovost življenja lokalnih prebivalcev.

V skladu z določili Priročnika o ocenjevanju kakovostne uspešnosti turističnih destinacij in storitev, ki ga je objavila Evropska komisija leta 2003, se kakovost določene destinacije oceni na osnovi prevoza, promocije, varnosti, okolja (to so elementi *kakovosti destinacije*) ter informiranja, enogastronomske ponudbe, znamenitosti, dostopnosti in nastanitvenih struktur (to so elementi *kakovosti produktov*).

Vprašanja, ki smo jih zastavili anketirancem, so se nanašala na 20 elementov, o katerih so anke-

tiranci izrazili svojo stopnjo zadovoljstva: *prav nič, nezadostno, zadostno, dobro, odlično*.

Na splošno smo ugotovili, da so mnenja o obiskanih krajih izredno pozitivna. Pri vseh elementih smo zabeležili povprečno vrednost nad 3,5 (1 - *prav nič*, 5 - *odlično*), to se pravi, da so destinacije skoraj *dobre*.

Če analiziramo odgovore *odlično* ugotovimo, da smo pri naslednjih 7 elementih zabeležili vrednosti nad 20 %:

- Prijaznost lokalnega prebivalstva (33 %).
- Kakovost zraka v destinaciji (32 %).
- Kakovost lokalnega okolja (30 %).
- Občutek varnosti (30 %).
- Kakovost informacij o aktivnostih, ki so na voljo v destinaciji (24 %).
- Raznolikost in kakovost gostinstva (23 %).
- Raznolikost aktivnosti, ki so na voljo v destinaciji (22 %).

Tovrstni elementi so izredno pomembni, kajti odražajo čistočo določene destinacije z naravnega (neokrnjenost okolja in zraka) in socialnega vidika (varnost), kakovost značilnih proizvodov in prijaznost ter gostoljubnost lokalnih prebivalcev/akterjev.

Kot negativno (*prav nič, nezadostno*) pa so anketiranci ocenili naslednje 4 elemente:

- Standard javnega prevoza v destinaciji (16 %).
- Kakovost kopališč (10 %).
- Življenjski stroški v destinaciji (8 %).
- Kakovost informacij o destinaciji pred odhodom (7 %).

Naj poudarimo, da so anketiranci zelo nezadovoljni z lokalnimi prevoznimi sredstvi, ki so osnovnega pomena za turiste, ki nimajo osebnih vozil, in s kakovostjo kopališč (morje, reke, jezera itd.), a z vidika odstotkov tovrstni podatki niso pomenljivi.

Če analizirane povprečne vrednosti ($\geq 4,00$ ali $\leq 3,50$) porazdelimo po posameznih deželah ugotovimo naslednje:

V pokrajinah dežele Emilije Romanje so pozitivni naslednji elementi:

- Prijaznost lokalnega prebivalstva (4,29).
- Raznolikost in kakovost gostinstva (4,00).
- Raznolikost in kakovost aktivnosti, ki so na voljo v destinaciji (3,99).
- Občutek varnosti (3,99).

Negativni pa naslednji:

- Standard javnega prevoza v destinaciji (3,47).
- Kakovost kopališč (plaža, morje, pomožne storitve) (3,47).

V pokrajinah dežele Veneto so pozitivni naslednji elementi:

- Kakovost informacij o aktivnostih, ki so na voljo v destinaciji (4,06).

Negativni pa naslednji:

- Kakovost kopališč (plaža, morje, pomožne storitve) (3,47).
- Življenjski stroški v destinaciji (3,30).
- Standard javnega prevoza v destinaciji (3,19).

V pokrajinah dežele Furlanije Julijske krajine so pozitivni naslednji elementi:

- Občutek varnosti (4,17).
- Raznolikost in kakovost gostinstva (4,08).
- Raznolikost in kakovost aktivnosti, ki so na voljo v destinaciji (4,07).
- Kakovost nastanitvene strukture (4,01).

V slovenskih statističnih regijah so pozitivni elementi naslednji:

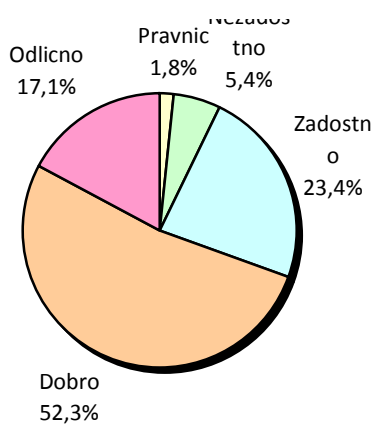
- Kakovost zraka v destinaciji (4,53).
- Kakovost naravnega okolja (4,36).
- Občutek varnosti (4,32).
- Prijaznost lokalnega prebivalstva (4,26).
- Kakovost kopališč (4,13).
- Kakovost informacij o aktivnostih, ki so na voljo v destinaciji (4,11).
- Raznolikost in kakovost aktivnosti, ki so na voljo v destinaciji (4,02).

Dostopnost turističnih storitev (3,99).

KAZALNIKI KAKOVOSTI

Graf. 30: Kakovost informacij o destinaciji pred odhodom

Odstotek za območje skupaj (št. 738)

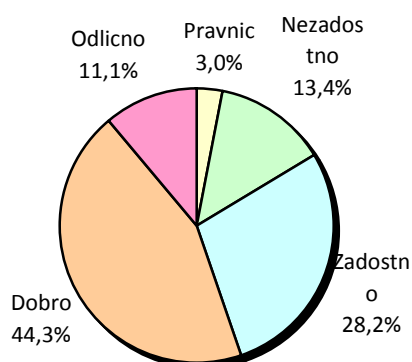


Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)

Emilija Romanja	3,80
Veneto	3,80
Furlanija Julijska krajina	3,73
Slovenske regije	3,77
Skupaj	3,78

Graf. 31: Standard prevoznih storitev v destinaciji

Odstotek za območje skupaj (št. 641)

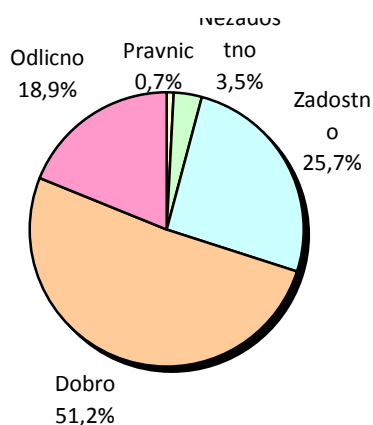


Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)

Emilija Romanja	3,47
Veneto	3,19
Furlanija Julijska krajina	3,68
Slovenske regije	3,58
Skupaj	3,47

Graf. 32: Kakovost nastanitvene strukture

Odstotek za območje skupaj (št. 713)

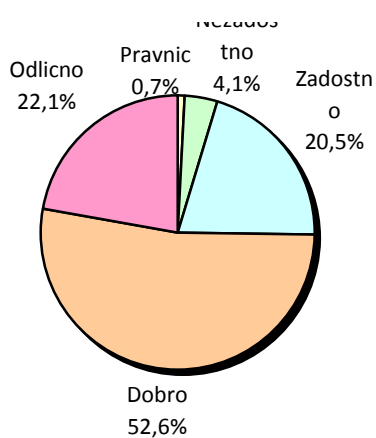


Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)

Emilija Romanja	3,85
Veneto	3,57
Furlanija Julijska krajina	4,01
Slovenske regije	3,94
Skupaj	3,84

Graf. 33: Raznolikost in kakovost aktivnosti v destinaciji

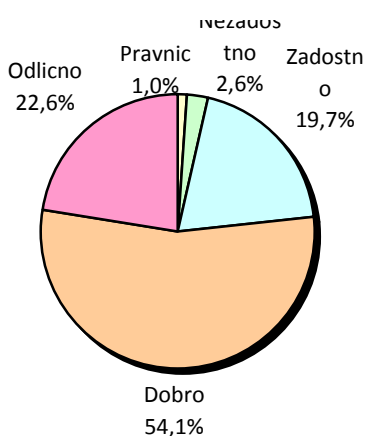
Odstotek za območje skupaj (št. 737)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)	
Emilija Romanja	3,99
Veneto	3,58
Furlanija Julijska krajina	4,07
Slovenske regije	4,02
Skupaj	3,91

Graf. 34: Raznolikost in kakovost gostišč

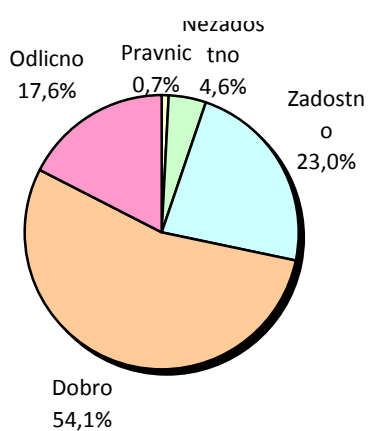
Odstotek za območje skupaj (št. 727)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)	
Emilija Romanja	4,00
Veneto	3,82
Furlanija Julijska krajina	4,08
Slovenske regije	3,89
Skupaj	3,95

Graf. 35: Dostopnost turističnih storitev

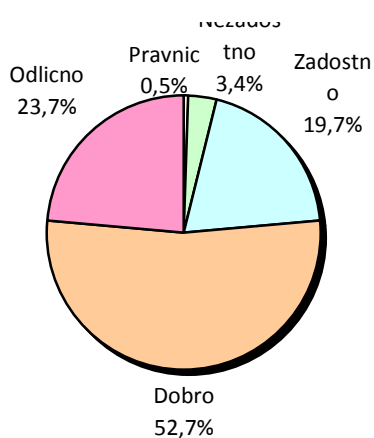
Odstotek za območje skupaj (št. 723)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)	
Emilija Romanja	3,87
Veneto	3,60
Furlanija Julijska krajina	3,87
Slovenske regije	3,99
Skupaj	3,83

Graf. 36: Kakovost informacij o aktivnostih v destinaciji

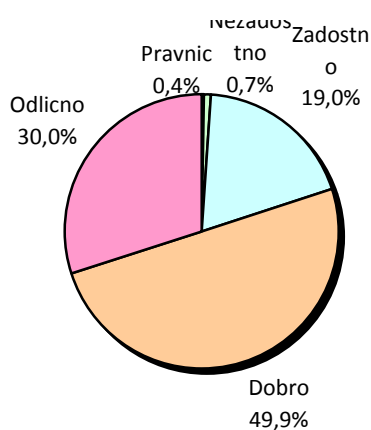
Odstotek za območje skupaj (št. 730)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)	
Emilija Romanja	3,80
Veneto	4,06
Furlanija Julijska krajina	3,84
Slovenske regije	4,11
Skupaj	3,95

Graf. 37: Stopnja zaznane varnosti

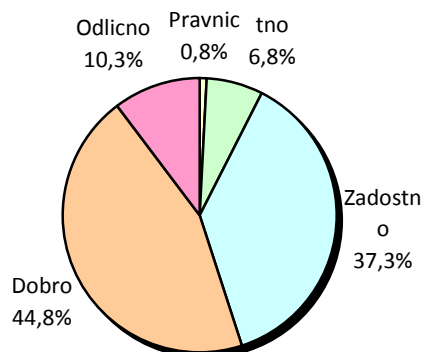
Odstotek za območje skupaj (št. 737)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)	
Emilija Romanja	3,99
Veneto	3,83
Furlanija Julijska krajina	4,17
Slovenske regije	4,32
Skupaj	4,08

Graf. 38: Življenjski stroški v destinaciji

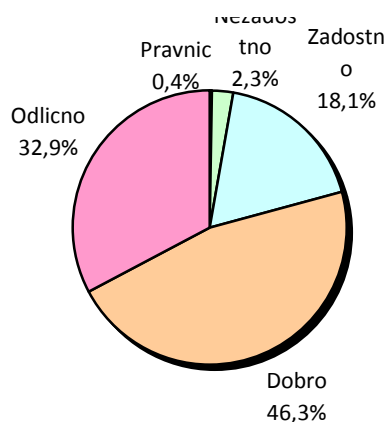
Odstotek za območje skupaj (št. 730)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)	
Emilija Romanja	3,70
Veneto	3,30
Furlanija Julijska krajina	3,53
Slovenske regije	3,74
Skupaj	3,57

Graf. 39: Prijaznost lokalnega prebivalstva

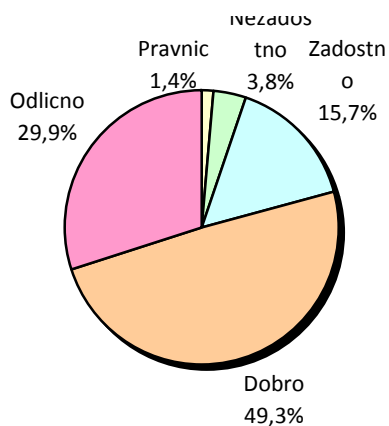
Odstotek za območje skupaj (št. 739)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)	
Emilija Romanja	4,29
Veneto	3,67
Furlanija Julijska krajina	4,12
Slovenske regije	4,26
Skupaj	4,09

Graf. 40: Kakovost lokalnega okolja

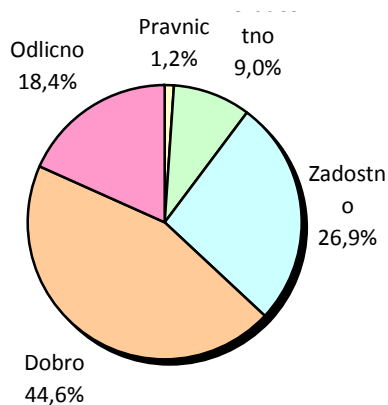
Odstotek za območje skupaj (št. 739)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)	
Emilija Romanja	3,96
Veneto	3,66
Furlanija Julijska krajina	4,10
Slovenske regije	4,36
Skupaj	4,03

Graf. 41: Kakovost kopališč

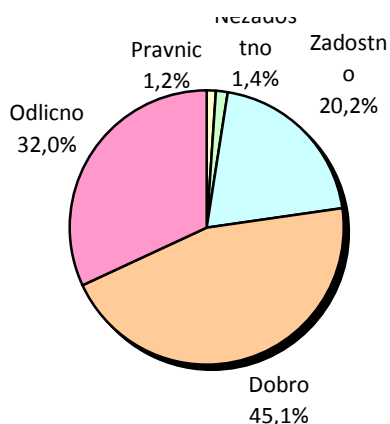
Odstotek za območje skupaj (št. 648)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)	
Emilija Romanja	3,47
Veneto	3,47
Furlanija Julijska krajina	3,70
Slovenske regije	4,13
Skupaj	3,70

Graf. 42: Kakovost zraka v destinaciji

Odstotek za območje skupaj (št. 727)



Povprečje za vzorčno območje (od 1 do 5)	
Emilija Romanja	3,79
Veneto	3,81
Furlanija Julijska krajina	4,05
Slovenske regije	4,53
Skupaj	4,05

5. Elementi slow turizma in profili slow turistov

Če aplicirano multivariantno tehniko faktorske analize pri vprašanjih o stopnji zadovoljstva slow aktivnosti in zaznani kakovosti območja, lahko skrčimo število kazalnikov in izpostavimo latentne elemente slow aktivnosti. Pri analizi smo upoštevali stopnjo zadovoljstva pri opravljanju slow aktivnosti in kakovost destinacije, s katerima lahko opredelimo počasni turizem z vidika ponudbe in povpraševanja (zaželeno in zaznana kakovost). Za vsak element navajamo

težo ($\geq 0,3$) in distribucijo najpomembnejših povprečnih vrednosti socio-demografskih spremenljivk: spol, starost, izobrazba, zaposlitev, vzorčno območje, bivališče, trajanje bivanja, nastanitvena struktura, sopotniki in razlogi.

Spremenljivke pri stopnji zadovoljstva slow aktivnosti se linearno povezujejo s 5 dejavniki, ki predstavljajo 56 % variance začetnih spremenljivk.

A. Športno udejstvovanje

Prvi element, ki predstavlja 24,1 % variance, je sestavljen iz naslednjih elementov:

- Zračni športi ,701
- Jadranje in plovba z zasebnimi plovili ,688
- Vodni športi ,643
- Zimski športi ,639
- Jahanje na konju ,494
- Cestno in gorsko kolesarjenje ,461

Ta element se nanaša na športno udejstvovanje. Daljše ali krajše obdobje preživljanja počitnic predstavlja priložnost za sprostitve lastne energije in psiho-fizično uravnoteženje preko opravljanja športnih aktivnosti. Med vsemi dejavniki izstopa tisti, ki združuje vse vodne (jadranje,

plavanje itd.), kopenske (jahanje na konju, kolesarski turizem, tekanje na smučeh itd.) in zračne (jadrarno letalstvo, jadrarno padalstvo itd.) športne aktivnosti.

Ta element je najbolj razširjena v slovenskih regijah, Emiliji Romanji in Venetu ter je priljubljena med mladimi (18-35 let), večinoma moškega spola, ki prihajajo iz notranjih nacionalnih območij in nemškega sveta. Tovrstni turisti se nastanejo v komplementarnih strukturah (kampih in hostlih) oziroma hotelih z 1-2 zvezdicama, najdlje 1 teden. Raje potujejo sami, s partnerji ali prijatelji. Razlogi so povezani z željo po fizičnem udejstvovanju, sprostitvi in uravnoteženju telesne energije.

Spol Moški (2,22)	Starost 18-35 let (2,49) 36-50 let (2,21)	Izobrazba Višješol. diploma (2,27)	Zaposlitev Nizek profil (2,21) Neaktivni (2,15) Visok profil (2,12)
Območje Slovenija (2,68) Emilija Romanja (2,21) Veneto (2,17)	Element I ŠPORTNO UDEJSTVOVANJE		Prebivališče Slovenija (2,34) Italija (2,20) Avstrija-Nemčija (2,17)
Trajanje bivanja 1 dan (2,23) 4-7 dni (2,20) 8-14 dni (2,20)	Nastanitev Kamp (2,34) Hostel (2,31) Hotel z 1-2 zvezdicami (2,26)	Družba Sam (2,36) Prijatelji (2,30) Partner (2,20)	Razlogi Šport (2,55) Zdravje (2,32) Sprostitev (2,19)

B. Doživljanje lokalnih danosti

Drugi element, ki predstavlja 11,3 % variance, je sestavljen iz naslednjih elementov:

- Obiskovanje tečajev o lokalni kulturi ,620
- Degustacija tipičnih proizvodov v kmetijah in vinskih kletih ,488
- Doživljanje vaškega in podeželskega življenja,448
- Obiskovanje wellness centrov ,410
- Udeležba na glasbenih in gledaliških dogodkih, festivalih itd. ,373
- Obiskovanje etnografskih, arheoloških, zgodovinskih muzejev ,353
- Bivanje v tur. kmetijah, apartmajih, hostlih, kampih itd. ,311

Ta element se nanaša na vzpostavljanje stikov z lokalno kulturo in prebivalstvom. Turiste očarajo vrednote in tempo vaškega ter podeželskega življenja, zato se prepustijo okusom tipičnih proizvodov in degustacijam v vinskih kletih oziroma turističnih kmetijah (v katerih so tudi večkrat nastanjeni), obiskujejo tečaje o lokalni

kulturi (enogastronomija, narava, zgodovina itd.). Njihovo dobro počutje se udejanja tudi preko negovanja lastnega telesa, zato se pogosto zadržujejo v wellness centrih.

Ta element je najbolj razširjen v slovenskih regijah, Emiliji Romanji in Venetu ter je priljubljena med mladimi (18-35 let) in odraslimi (36-65 let), večinoma ženskega spola, ki prihajajo iz Italije, Evrope, zlasti iz Avstrije in Nemčije. Ti turisti opravljajo pomembne in manj pomembne službe, njihovo obdobje nastanitve pa je različno: 1-3 dni za druge, v komplementarnih strukturah (bed&breakfast, turističnih kmetijah, hostlih), za prve pa 4-7 dni v hotelih s 4-5 zvezdicami. Tovrstni turisti potujejo z družino, prijatelji ali partnerji, njihovi razlogi pa zajemajo potrebo po fizičnem dobrem počutju, kulturi in doživljanju območja preko njegovih okusov.

Spol Ženske (2,83)	Starost 18-35 let (2,83) 36-50 let (2,77) 51-65 let (2,68)	Izobrazba Univ. diploma (2,78) Višješol. diploma (2,75)	Zaposlitev Nizek profil (2,76) Visok profil (2,76) Neaktivni (2,74)
Območje Slovenija (2,88) Veneto (2,80) Emilija Romanja (2,78)	Element II DOŽIVLJANJE LOKALNIH DANOSTI		Prebivališče Italija (2,83) Evropa (2,59) Avstrija-Nemčija (2,59)
Trajanje bivanja 1 dan (2,82) 2-3 dni (2,78) 4-7 dni (2,78)	Nastanitev Bed&breakfast (2,90) Hostel (2,89) Hotel s 4-5 zvezdicami (2,85) Turistična kmetija (2,84)	Družba Družina (2,77) Prijatelji (2,75) Partner (2,73)	Razlogi Zdravje (2,83) Enogastr. (2,79) Kultura (2,79)

C. Doživljanje narave

Tretji element, ki predstavlja 8,3 % variance, je sestavljen iz naslednjih elementov:

- Lov, ribolov, nabiranje zelišč, gobarjenje itd., 301
- Opazovanje divjih rastlin in živali ,787
- Obiskovanje naravnih rezervatov in sprejemnih centrov parkov ,649
- Sprehajanje in izletništvo (peš) ,374

Ta element se nanaša na neposredno in počasno doživljanje *divjega* ali *antropiziranega* naravnega okolja. Turisti se odpravijo peš v naravo in opazujejo divje rastline in živali v njihovem naravnem okolju oziroma zaščitene rezervatih, parkih itd.

Ta element zajema zlasti slovenske regije, Emilijo Romanjo in Furlanijo Julijsko krajino ter i priljubljena le med mladimi in odraslimi (18-50 let), ampak tudi med starejšimi (≥ 65 let), brez večjih razlik med spoloma, ki prihajajo iz Italije, Slovenije in drugih evropskih držav. Tovrstni turisti so razdeljeni v dve skupini: v prvo spada mladi, ki so zaposleni, in se nastanijo v cenejših strukturah (počitniških hišah ali hotelih z 1-2 zvezdicama) za 4-7 dni, skupaj s partnerjem oziroma prijatelji, ker se želijo ukvarjati s športnimi aktivnostmi. V drugo skupino pa spadajo odrasli, s srednje-visokimi službami, ki se nastanejo v visokokakovostnih hotelih za 2 tedna, skupaj z družino in zaradi potrebe po počitku in zdravljenju.

Spol Ženske (2,75) Moški (2,76)	Starost 18-35 let (2,80) 36-50 let (2,78) ≥ 65 let (2,73)	Izobrazba Univ. diploma (2,82) Višješol. diploma (2,76)	Zaposlitev Nizek profil (2,80) Visok profil (2,75) Neaktivni (2,71)
Območje Slovenija (2,89) Emilija Romanja (2,81) FJK (2,70)	Element III DOŽIVLJANJE NARAVE		Prebivališče Italija (2,86) Slovenija (2,85) Evropa (2,59)
Trajanje bivanja 8-14 dni (2,84) ≥ 15 dni (2,81) 4-7 dni (2,73)	Nastanitev Počitniška hiša (2,95) Hotel z 1-2 zvezdicami (2,85) Hotel s 4-5 zvezdicami (2,75)	Družba Družina (2,83) Prijatelji (2,75) Partner (2,70)	Razlogi Zdravje (3,07) Sprostitev (2,85) Šport (2,80)

D. Opazovanje preteklosti

Četrty element, ki predstavlja 6,4 % variance, je sestavljen iz naslednjih elementov:

- Udeležba na glasbenih in gledaliških dogodkih, festivalih itd. ,359
- Obiskovanje gradov, cerkva, zgodovinskih stavb ali ruševin ,675
- Turistični ogledi in aktivnosti na prostem, ogledovanje krajine itd. ,528
- Obiskovanje etnografskih, arheoloških, zgodovinskih muzejev ,479

Ta element se nanaša na odkrivanje preteklosti obiskovane destinacije. Turisti si ogledujejo

zgodovinsko dediščino, ki jo sestavljajo cerkve, gradovi, ruševine, arhitektonski slogi ter najdbe, ki so shranjene v etnografskih, zgodovinskih ali arheoloških muzejih.

Ta element zajema zlasti dežele Veneto, Emilijo Romanjo in Furlanijo Julijsko krajino ter je priljubljena predvsem med odraslimi (36-65 let), večinoma ženskega spola, izobraženimi, ki prihajajo iz Italije, Slovenije in germanskih držav. Trajanje počitnic niha od 1 dneva do 2 tednov, prav tako pa izbira nastanitve (od bed&breakfasta do hotela s 3-5 zvezdicami). Tovrstni turisti potujejo s partnerjem in družino iz kulturnih in enogastronomskih razlogov.

Spol Ženske (3,23)	Starost 51-65 let (3,23) 36-50 let (3,14)	Izobrazba Univ. diploma (3,25)	Zaposlitev Visok profil (3,21) Neaktivni (3,14) Nizek profil (3,14)
Območje FJK (3,25) Emilija Romanja (3,19) Veneto (3,13)	Element IV OPAZOVANJE PRETEKLOSTI		Prebivališče Italija (3,22) Slovenija (3,06) Avstrija-Nemčija (3,06)
Trajanje bivanja 4-7 dni (3,19) 1 dan (3,19) 8-14 dni (3,13)	Nastanitev Hotel s 4-5 zvezdicami (3,29) Bed&breakfast (3,27) Hotel s 3 zvezdicami (3,23)	Družba Partner (3,21) Družina (3,12)	Razlogi Kultura (3,29) Enogastr. (3,16)

E. Ponovna pridobitev lastnega časa

Peti element, ki predstavlja 5,7 % variance, je sestavljena iz naslednjih elementov:

- Cestno in gorsko kolesarjenje ,381
- Bivanje v tur. kmetijah, apartmajih, hostlih, kampih itd. ,559
- Sprehajanje in izletništvo (peš) ,476

Ta element se nanaša na počasnost: turisti se predajo tempu destinacije, kjer ni nikakršnih hitrih prevoznih sredstev oziroma opravil. Turisti so nastanjeni v nehotelskih strukturah kot so turistične kmetije, koč, kampi itd., njihov tempo

pa sovpada s hitrostjo njihove hoje oziroma hitrosti kolesa.

Ta element zajema zlasti slovenske regije, Emilijo Romanjo in Veneto ter ni priljubljena le med mladimi (18-35 let), ampak tudi med odraslimi (36-65 let), brez večjih razlik med spoloma, izobraženi, ki prihajajo iz Italije, Slovenije, Avstrije in Nemčije. Tovrstni turisti so nastanjeni v komplementarnih strukturah (turističnih kmetijah, bed&breakfast, kampih) za 4-15 dni in več, potujejo pa s prijatelji in družino zaradi potrebe po miru in psiho-fizičnem dobrem počutju, ki ga lahko dosežejo tudi preko športnega udejstvovanja.

Spol Moški (2,88) Ženske (2,86)	Starost 18-35 let (2,99) 36-50 let (2,91) 51-65 let (2,65)	Izobrazba Univ. diploma (2,98)	Zaposlitev Nizek profil (2,94) Neaktivni (2,81)
Območje Slovenija (3,20) Emilija Romanja (2,88) Veneto (2,77)	Element V PONOVNO KORIŠČENJE LASTNEGA ČASA		Prebivališče Slovenija (3,03) Italija (2,92) Avstrija-Nemčija (2,75)
Trajanje bivanja 8-14 dni (2,91) ≥ 15 dni (3,89) 4-7 dni (2,86)	Nastanitev Turistična kmetija (3,06) Bed&breakfast (3,03) Kamp (2,90)	Družba Prijatelji (2,94) Družina (2,91) Sam (2,86)	Razlogi Šport (3,17) Zdravje (2,96) Sprostitev (2,94)

Spremenljivke pri kakovosti destinacije zadovoljstva slow aktivnosti se linearno povezujejo s 3

dejavniki, ki predstavljajo 57 % variance začetnih spremenljivk.

A. Kakovost destinacije

Prvi element, ki predstavlja 38 % variance, je sestavljen iz naslednjih elementov:

▪ Kakovost zraka v destinaciji	,710
▪ Kakovost lokalnega okolja	,705
▪ Kakovost kopališč	,649
▪ Prijaznost lokalnega prebivalstva	,480
▪ Občutek varnosti	,448
▪ Življenjski stroški v destinaciji	,415

Ta element se nanaša na kakovost okolja in območja v destinaciji, natančneje na ekološke (čistoča zraka ali kopališč) in antropične parametre (občutek varnosti, ki turistom zagotavlja nemoteno in umirjeno preživljanje počitnic, ži-

vljenjski stroški v destinaciji, prijaznost in gostoljubnost lokalnega prebivalstva).

Ta element zajema zlasti slovenske regije, Emilijo Romanjo in Furlanijo Julijsko krajino ter je priljubljena zlasti med odraslimi (≥ 51 let), večinoma moškega spola, ki prihajajo iz neevropskih držav, Slovenije, Avstrije in Nemčije. V to skupino spadajo izletniki (1 dan) ali turisti (≥ 8 dni), obe tipologiji pa se raje nastanijo v cenejših strukturah (kampih, počitniških hišah, hotelih z 1-2 zvezdicama), v družbi prijateljev, partnerjev ali družinskih članov in potujejo zaradi potrebe po počitku in uravnovešanju telesne energije, ki se jo doseže tudi s kakovostnim prehranjevanjem.



B. Kakovost storitev

Drugi element, ki predstavlja 10,7 % variance, je sestavljen iz naslednjih elementov:

▪ Prijaznost lokalnega prebivalstva	,431
▪ Raznolikost in kakovost aktivnosti, ki so na voljo v destinaciji	,697
▪ Raznolikost in kakovost gostinstva	,543
▪ Kakovost nastanitvene strukture	,469
▪ Dostopnost turističnih storitev	,366

Ta element zajema količino in kakovost turistične ponudbe določene destinacije, ki je sestavljena iz diverzifikacije in kakovosti nastanitvenih struktur, gostinstva, aktivnosti, ki so na voljo v destinaciji. Raznolikost in visoka kakovost pa nista dovolj za turiste: tudi prijaznost, razpoložljivost in gostoljubnost turističnih akterjev in lokalnega prebivalstva so predpogoj za i-

zpolnitev pričakovanj in vnovično vračanje turistov.

Ta element zajema zlasti slovenske regije, Emilijo Romanjo in Furlanijo Julijsko krajino ter je priljubljena zlasti med odraslimi nad 36. letom starosti, brez večjih razlik med spoloma, ki prihajajo iz neevropskih držav, Slovenije, Avstrije

in Nemčije. Tovrstni turisti se zadržujejo za daljša obdobja (več kot 8 dni) in se nastanijo bodisi v turističnih kmetijah, bodisi v hotelih s 4-5 zvezdicami, v družbi prijateljev ali družinskih članov, iz potrebe po razvedrilu, zdravju in kulturi.

Spol Ženske (3,93) Moški (3,93)	Starost ≥ 65 let (4,12) 51-65 let (4,02) 36-50 let (3,91)	Izobrazba Univ. diploma (3,97) Višješol. diploma (3,93)	Zaposlitev Neaktivni (4,05) Visok profil (3,99) Nizek profil (3,85)
Območje FJK (4,05) Emilija Romanja (4,02) Slovenija (3,94)	Element II KAKOVOST STORITEV		Prebivališče Svet (4,24) Slovenija (4,03) Avstrija-Nemčija (4,02)
Trajanje bivanja ≥ 15 dni (4,04) 8-14 dni (4,01)	Nastanitev Turistična kmetija (3,98) Hotel s 4-5 zvezdicami (3,90) Poč. hiša (3,98)	Družba Družina (3,97) Prijatelji (3,96)	Razlogi Zabava (4,08) Zdravje (3,97) Kultura (3,95)

C. Kakovost dostopnosti

Tretji element, ki predstavlja 8,3 % variance, je sestavljen iz naslednjih elementov:

- Dostopnost turističnih storitev ,610
- Kakovost informacij o aktivnostih, ki so na voljo v destinaciji ,569
- Kakovost informacij o destinacij pred odhodom ,512
- Standard javnega prevoza v destinaciji ,510

Ta element zajema dostopnost turističnih informacij, struktur in storitev v določeni destinaciji. V naših mislih se potovanje prične kot nekakšne sanje, nadaljuje pa se z iskanjem informacij, s katerimi lahko uresničimo te sanje. In-

formacije zajemajo nastanitveno strukturo, aktivnosti, ki se jih lahko opravlja v destinaciji, prevozna sredstva do in v destinaciji. To se pravi, da je treba dostopnost do turističnih storitev zagotoviti vsem turistom.

Ta element zajema zlasti slovenske regije, Emilijo Romanjo in Furlanijo Julijsko krajino ter je priljubljena zlasti med odraslimi (51-65 let) in starejšimi osebami (≥ 65 let), ki prihajajo iz evropskih (razen Italije in Slovenije) in neevropskih držav. Tovrstni turisti se zadržujejo za daljša obdobja (≥ 8 dni) v hotelih s 3-5 zvezdicami, v družbi prijateljev ali sami, zaradi potrebe po doživljanju kulturnih in enogastronomskih dogodkov.

Spol Ženske (3,77) Moški (3,72)	Starost ≥ 65 let (3,93) 51-65 let (3,79)	Izobrazba Višješol. diploma (3,76) Univ. diploma (3,76)	Zaposlitev Neaktivni (3,85) Visok profil (3,81)
Območje Slovenija (3,84) FJK (3,80) Emilija Romanja (3,74)	Element III KAKOVOST DOSTOPNOSTI		Prebivališče Svet (4,08) Evropa (3,85)
Trajanje bivanja ≥ 15 dni (3,81) 8-14 dni (3,76)	Nastanitev Hotel s 3 zvezdicami (3,76) Hotel s 4-5 zvezdicami (3,74)	Družba Sami (3,93) Prijatelji (3,76)	Razlogi Enogastron. (3,84) Kultura (3,82)

Ob koncu lahko povzamemo, da so slow turisti zelo malo oziroma prav nič podobni *masovnim turistom*, ki so odvisni od natančno določenih poti, in so bolj podobni *raziskovalcem*, ki ljubijo novosti in stike z gostujočo kulturo. Po Dalenu so to *idealisti*, ki ljubijo kakovost, naravo, zgodovino, mir, razvedrilo in kulturno vznemirljivost, ki jo doživljajo v družbi družinskih članov ali prijateljev. Tovrstni turisti skušajo doživeti nekaj novega, skrbijo zase in ponovno odkrivajo preproste odnose (1989).

Za slow turiste so počitnice oblika zabave in sprostitve, a tudi odgovor na krizo vrednot sodobne družbe, iskanje pristnosti (*doživljajski turizem*) in različnih življenjskih slogov (*ekspe-*

perimentalni turizem), katerih vrednote usmerjajo tudi njihovo vsakdanje življenje v sklopu lastne družbe (*eksistencialni turizem*).

Medtem, ko se masovni turisti sprašujejo »Kam bi rad šel?«, se slow turisti sprašujejo »Katero potrebo/zanimanje bi rad izpolnil in kje?«. Iz tega sledi, da turistični akterji niso le navadni ponudniki storitev, ampak tudi emocij, ki izhajajo iz bolj raznolikih in razvejanih izkušenj od tradicionalnih oblik preživljanja počitnic. Podelski, okoljski in kulturni turizem ter slow aktivnosti morajo poudariti aktivno soudeležbo obiskovalcev na podlagi odkrivanja in doživljanja pristnosti.



KARAKTERIZACIJA SLOW PONUDBE



Čezmejno območje karakterizira izjemno bogata naravna, zgodovinska in kulturna dediščina ter široka izbira ponudbe turističnih produktov in uslug, ki naredijo teritorij privlačen in valorizirajo njegovo dediščino. Adut slow turizma je promocija in podpora ponudbe ter spodbujanje povpraševanja, z namenom ohranjanja območji, bogati s tradicijami in lepotami, preko slow ponudbe.

1. Uvod

Katere so dejavnosti v letoviškem kraju, ki bi lahko pritegnile pozornost *slow* turista? Za odgovor na to vprašanje, naj se pomisli na obliko “počasne” atrakcije, oziroma na tiste značilnosti, ki bi morala dejavnost imeti, da bi jo lahko tako poimenovali.

Prva izmed značilnosti je ta, da mora nuditi možnost neposrednega stika z lokalnim okoljem, oziroma, da vrednoti naravne in zgodovinsko-kulturne značilnosti in da daje možnost ustvarjanja odnosov z lokalno skupnostjo: le na tak način bo lahko obiskovalec okusil pravo in avtentično realnost obiskanega kraja.

Druga značilnost je pozornost do okolja: *slow* aktivnost mora biti sinonim za nizko onesnaževanje, torej gre za aktivnosti, ki morajo imeti zelo nizek človeški vpliv na okolje. *Slow* dejavnost mora pritegniti osebe katerekoli starosti, spola in družbenega položaja. Gre torej za ljudski pristop, ki želi imeti do turista vzgojni in didaktični pristop, s katerim turist se zaveda pomena kulturne, krajinske, naravne in človeške dediščine, ki je v naši lasti in jo bodo naši nasledniki podedovali. *Slow* turist mora ob doživljanju neke dejavnosti mora imeti možnost, da najde samega sebe in stik s svojo notranjostjo, ki jo v frenetičnem življenju velikokrat zanemari.

Če se vrnemo prvotnem vprašanju in če imamo v mislih pravkar orisane karakteristike, lahko označimo za *slow* aktivnosti kot npr. planinstvo

in pohodništvo, kolesarjenje oz. gorsko kolesarjenje, jahanje, kanù in ostali vodni športi, odkrivanje podzemeljskega sveta jam, obiskovanje zavarovanih območij, kjer se lahko opazuje ptice, letenje z jadralnim letalom ali balonom, prakticiranje sleddog ali tek na smučeh oz. pohodništvo po snegu, obiskovanje muzejev ali ekomuzejev, didaktičnih središč ter centrov za obiskovalce, odprte muzeje.

Razvidno je, da kdor preizkusi omenjene aktivnosti, ki so označene kot *slow*, nima potrebe po dolgem potovanju z avtomobilom ali dolgega letenja z letalom. *Slow* atrakcije se ne nahajajo vedno v daljnih krajih, ampak se lahko skrivajo le nekaj korakov od doma in zahtevajo le omejen čas: krajši sprehod po sprehajališču, kolesarjenje v naravi, uživanje v vodnih športih, ogled jame, doživljanje nekaj trenutkov miru v varovanem območju z daljnogledom za opazovanje ptic ali drugih prebivalcev živalskega sveta, sprehod po snegu, pogled z visokega in prepustiti se vetru. Poglavitno je, da ob prakticiranju *slow* aktivnosti uporabnik ali društvo, ki upravlja z aktivnostjo dokaže, da je informiran, odgovoren in spoštljiv.

Vzajemno morata gojiti ekološko in okoljsko zavest, da bi narava, ki daje na razpolago *slow* aktivnosti, ostala neokrnjena.

Severno Jadransko območje nudi mnogo zanimivih izhodišč za analizo *slow* produktov. Očarljivo okolje je po svoje že ključni element

za oblikovanje *slow* ponudbe, čeprav *slow* turizem se ne aplicira ali izvaja le v naravnih kontekstih, ampak *slow* turizem je še mnogo več. *Slow* turizem je najprej odnos, ki privede do vrednotenja z novim zagonom in

s pozornostjo do okolja, ki se obišče, do oseb, ki jih srečamo, ter s časom, ki ga namenimo poslušanju, razumevanju in ocenjevanju.

2. Strukturirani turistični produkti nastanitve in preživljanja prostega časa

2.1. Receptivne zmogljivosti

A. POKRAJINA RAVENNA

- Veliko število receptivnih nastanitvenih objektov (77.000 ležišč, od katerih 41.000 v 550 hotelih), ki so razdeljeni na različne tipologije in kakovostne nivoje (131 hotelov in 9 kampov so vključeni v Seznam kakovostnih turističnih storitev in 55 hotelov ima znamko Italijanska gostoljubnost 2010). Poleg nedavne racionalizacije hotelskih zmogljivosti, kljub temu, da so ostale zelo majhne brez, da bi se njihovo število znatno povečalo, se je povprečno število razpoložljivih ležišč povečalo (od 67 na 74 ležišč).
- Rahlo zmanjšanje števila ležišč in veliko zmanjšanje izven hotelskih dejavnosti, zlasti zaradi zmanjšanja zmogljivosti zasebnih prenočitev v najem; zvišanje števila kmečkih turizmov in *bed&breakfast*.
- Bruto delež zaposlovanja v hotelskih nastanitvenih objektih znaša 30% (kot v italijanskem povprečju). Bruto delež zaposlovanja v nehotelskih nastanitvenih objektih znaša 15% (višji od italijanskega deleža).
- Nastanitveni objekti odprti tudi v nizki sezoni, zahvaljujoč različnim možnostim, ki jih ponuja območni turizem.
- Porast prihodov v zadnjem petletju (+21%), medtem ko pa je povprečna doba bivanja manjša (+10%). Povprečna doba bivanja se tako skrči (od 5,6 na 4,9 noči, povprečnoma v nehotelskih nastanitvenih objektih, oziroma večja za hotelske nastanitvene objekte 7,3 vs. 3,5). Obdobje med letoma 2004 in 2007 je dinamično, medtem pa v zadnjih dveh letih se zazna stalnica v prihodih in povprečni dobi bivanja.
- Tuji turisti predstavljajo 19% prihodov in v zadnjih 5 letih se je njihov obisk povečal za 12%, linearno s prihodi domačih turistov (+10%).
- Prisotnost več rezervacijskih platform (Ravenna reservation, Cervia reservation, Visit Emilia Romagna).

Kritika:

- Dejavnosti so v večji meri usmerjene v masovne produkte (S&B, nočna zabava); za uveljavitev *slow* turizma se potrebujejo specifične podporne aktivnosti (izobraževanje, asistenca, spodbujanje, itd.).

Cilji in aktivnosti:

- Nadgradnja turističnega portala Pokrajine Ravenna Intorno, s ciljem podpore potencialnim turistom v celotnem ciklu življenja in marketinškim aktivnostim.
- Uveljavitev Ravenna Visit Card, pomemben vir kulturne valorizacije mesta; namen je povezati vse ponudnike in turistične ponudnike pokrajinskega območja, da bi na tak način ustvarili celostno ponudbo.
- Večje sodelovanje med obalo in zaledjem (predvsem obala-Ravenna mesto umetnosti).
- Podaljšanje sezone (predvsem v pomladnih in jesenskih mesecih)

B. POKRAJINA FERRARA

- Široka receptivna zmogljivost (približno 32.000 ležišč skupaj, od katerih petina v 100 hotelih) različne tipologije in kvalitete.
- Zmanjšanje receptivne kapacitete na območju, izključno zaradi tipologije nastanitve v najem. Med drugim številčnost slednje nastanitvene tipologije je 7-krat večja od ostalih pokrajin.
- Ostale tipologije nastanitve ostajajo nespremenjene (hoteli, kampi) ali v porastu (kmečki turizmi, *bed&breakfast*, hostli, v porastu tako kot dejavnosti, kot v številu ležišč). Nedavno, porast kmečkih turizmov in podeželskih hotelov v zaledju in v območjih parkov in ob-parkih.
- Kakovostna izboljšava celotne ponudbe in uvajanje sistema certificiranja (npr. Ecolabel), predvsem s strani določenih hotelov in kampov v obalnem pasu.

- Porast uslug, ki so namenjeni za doživetje teritorija v smislu „slow“ (kolesa, daljnogledi za opazovanje ptic, usluge za navtični-rečni turizem, maneže, dejavnosti na odprtem, itd.).
- Večja diversifikacija in obogatitev ponudbe v kmetijskem sektorju (kmečki turizmi, odprte in didaktične domačije).
- Pretežna nespremenjena prisotnost in rahel porast prihodov v zadnjem petletju, kar pomeni zmanjšanje povprečnega bivanja (od 6,0 na 5,4 noči).
- Tuji turisti predstavljajo 37% gostov. V zadnjem petletju se zaznamuje 11% zmanjšanje števila tujih gostov, z razliko domačih gostov, katero število ostaja stabilno (3%).
- Sodelovanje med javnim sektorjem, lokalnimi društvi in podjetništvom.
- Dobra promocijska aktivnost preko katalogov, turističnih portalov (Visit Emiliaromagna, Ferrarainfo, Turismocomacchio) in realizacija dogodkov v območjih Parka (Primavera slow).

Kritika:

- Ponudba je močno neuravnovešena, osredotočena predvsem na tradicionalni kopališki turizem.
- Receptivna ponudba osredotočena predvsem na nastanitve/lastnine v najem, ponekdaj srednje-nizke kvalitete.
- Povpraševanje pogojeno s sezono (od maja do konca septembra), posledična manjša dejavnost izven sezone.
- Omejena integracija različne vrste ponudb in produktov na teritoriju.
- Težavnost pri sprejemu skupin (šolski turizem in/ali organiziran), zaradi pretežno manjših obratov.
- Nivo turističnih uslug ne vedno kvalificiran in omejena hotelska ponudba (pomanjkanje hotelov višje kategorije ob obali).
- Pomanjkanje podjetniške kulture, odpor do tveganja/ni prisotna naklonjenost do sprememb, manjše vlaganje v investicije s srednje-dolgimi efekti.
- Nizka stopnja sodelovanja med podjetniki: med podobnimi dejavnostmi kakor tudi med komplementarnimi dejavnostmi (receptivne, prevozi, zabava, druge usluge za goste).

Cilji in aktivnosti:

- Podpora dvigu lokalne ponudbe v smislu struktur in storitve, ki so povezane z naravoslo-

vnim-okoljskim turizmom.

- Širitev receptivne ponudbe, predvsem nehotelske, v smislu ruralnega turizma (podeželska receptivnost, kmečki turizmi).
- Podpora pobudam za rikvalifikacijo receptivnosti in manjših receptivnih enot povezana s turističnimi produkti (outdoor, naravni, športni, itd.).
- Podpora/razvoj pobud v smislu naravnih atraktivnosti območja, ki lahko podaljšajo trajanje turistične sezone.
- Vključitev operaterjev v sklopu promocijske kampanje Emozioni Tipiche Garantite.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Receptivna ponudba močno osredotočena v nehotelska prenočišča, saj so skorajda vse zmogljivosti ležišč razdeljene med kampi, zasebne sobe v najem (2.200 zasenih sob s skupnimi 12.000 ležišči, v močnem porastu v petletju 2004-2009, kar je zmanjšalo povprečni delež nehotelskih prenočišč).
- Omejena hotelska receptivna ponudba (pribl. 3.000 ležišč v 70 hotelskih nastanitvenih objektih, v večini nižje kategorije).
- Manjša prisotnost bed&breakfast in kmečkih turizmov (manj kot 100 v celotni pokrajini).
- V zadnjem petletju so se povečali skupni prihod (+14%), vendar ne prenočitve, ki so ostale nespremenjene. Povprečna doba bivanja se je zmanjšala za 1 noč (od 7,4 na 6,5 noči).
- Večji delež in vzpon prisotnosti tujcev (46% prisotnosti), ki se je v petletju povečala za 16%, medtem ko pa se je prisotnost domačih italijanskih gostov zmanjšala (-11%).
- Delež morskega turizma predstavlja 80% turističnega toka.
- Povečana atraktivnost in prepoznavnost Parka del Delta del Po.

Kritika:

- Občutljivost teritorija in omejena sposobnost sprejema.
- Povpraševanje vezano predvsem na sezono (pretežno kopalno), v poletnih mesecih.
- Odsotnost velikih umetniških novosti, ki zahtevajo integracijo tem, virov in privlačnih vsebin, z namenom oblikovanja tokov in mešanih predlogov z minimalno stopnjo privlačnosti.
- Pomanjkanje infrastruktur za opravljanje različnih aktivnosti v Delta (naravni, kolesarski, rečni turizem).

Cilji in aktivnosti:

- Večja povezava med teritorijem in Delta del Po, kot element pokrajinske prepoznavnosti. Učvrstitev promocije, izboljšava smerokazov, informacije in podpora turistom, v zvezi z zaščitenim območjem.
- Sinergično sodelovanje z ostalimi lokalnimi skupnostmi območja za realizacijo in skupno valorizacijo nove destinacije Grande Delta.
- Razvijati trajnostni turizem v Delta kakor tudi naravno-kulturno ponudbo, ki bi lahko integriral/diversificiral obmorsko ponudbo. Povezati obmorsko ponudbo z zaledjem in zaščitenim območjem.
- Razvijati infrastrukture in dostop za vse (predvsem za slow produkte: rečni in kolesarski turizem).
- Spodbujati turistični sektor (receptivna ponudba in dopolnilne storitve) v zvezi z različnimi turističnimi produkti, predvsem z aktivnostmi v podporo podjetjem (na novo ustanovljena ali že obstoječa).

D. POKRAJINA BENETKE

- Zelo velika receptivna ponudba (pribl. 400.000 ležišč, od katerih četrтина v približno 1.200 hotelskih nastanitvenih objektov), v porastu za 10% v zadnjem petletju (+17% hotelski ležišč, +8% nehotelskih).
- Znatni delež (več kot 30%) in porast hotelov višje kategorije (4-5 zvezdic), kateri predstavljajo srednje velikosti (pribl. 150 ležišč v povprečju).
- Nehotelska ponudba osredotočena predvsem na nastanitvene objekte v najemu in v kampih turističnih naselij, ki skupno predstavljajo skoraj celoto receptivnih nastanitvenih objektov, kar dokazuje pomen obmorskega/obalnega pasu območja.
- Skupno več kot 600 (skupno pribl. 4.000 ležišč) kmečkih turizmov in bed&breakfast, ki predstavljata tipologiji nastanitvenih objektov, katero število je v porastu v relativnem smislu (ne pa v absolutnem, saj predstavljajo le manjši delež skupne nehotelske ponudbe). Bed&breakfast predstavlja pomemben delež v mestu Benetke.
- Prisotnost več kot 600 kmečkih turizmov in bed&breakfast (skupno 4.000 ležišč). Gre za najpogostejše tipologije, katero število raste največ v relativnem smislu (in ne v absolutnem smislu, saj njihov delež je skromen v

skupni izven hotelski ponudbi). Bed&breakfast so predvsem prisotni v Benetkah-mesto.

- Bruto delež zaposlenih v hotelskih nastanitvenih objektih znaša 35-43% (višja od italijanskega povprečja), medtem ko pa je ta v nehotelskih nastanitvenih objektih 20% (dvakrat večji od italijanskega).
- V zadnjem petletju prihodi in prisotnosti rastejo linearno (+16%). Ostaja nespremenjen podatek glede povprečne prisotnosti (4,6 noči).
- Veliki delež tujih turistov (66% skupne prisotnosti, 71% prihodov), ki raste v petletju za 17%, kar je povsem podobno pri prisotnosti domačih gostov (+14%).
- Morski produkt zajema pribl. 70% vseh prihodov in 75% vseh prisotnosti.

Kritika:

- Vzdržnost Benetk, tudi z vidika pričakovane porasta novih uveljavljajočih se trgov.
- Konflikt med skrbjo za avtentičnostjo (obrt in kakovostne tradicije) in globalizacijo (trgovina in obrt nizke kakovosti ter inkoherenten)
- Pomanjkanje vzajemnega upravljanja teritorija (Benetke in preostala pokrajina).

Cilji in aktivnosti:

- Oživitev Benetk v smislu slow mesta je temelje gesla novih pokrajinskih strateških smernic.
- Večja kohezija in skupno upravljanje celotnega teritorija.

E. POKRAJINA TREVISO

- Skupna receptivna ponudba zajema 15.000 ležišč, več kot polovica v hotelskih nastanitvenih objektih (pribl. 160 nastanitvenih objektov za skupno 8.500 ležišč), katere kakovost je srednje-visoka (pribl. polovica je v 4-5 zvezdic).
- Skupna rast ponudbe v petletju znaša 35%, predvsem v nehotelski ponudbi (+58%), zlasti v kmečkih turizmih in bed&breakfast (več kot 400 nastanitvenih objektov za več kot 3.200 ležišč, več kot polovica skupnih pokrajinskih nehotelskih nastanitvenih objektov). Omejena ponudba kampov.
- Skupno povpraševanje registrira dobro dinamiko do leta 2007. Po letu 2008 se dinamika krči, zaradi katere so se podatki ob koncu le-

ta 2009 izenačili z letom 2004, tako za prihode (+6%), kakor tudi za prenočitve (-1%). Krčenje zajema sprva hotelirstvo, medtem pa leta 2009 tudi nehotelske nastanitvene objekte.

- Delež tujih turistov predstavlja 45% vseh prisotnosti.
- Ob rasti prihodov in prenočitev v nehotelskih nastanitvenih objektih, se opaža zmanjšanje povprečne dobe bivanja (od 6,7 noči v letu 2004 na 4,2 v letu 2009), kar nakazuje na prihod netradicionalnih turistov v ruralno-gorskem teritoriju, ki izberejo raje prenočitve krajšega trajanja.
- Večja ponudba in zmanjšanje povpraševanja v zadnjih dveh letih, povzroča znatno zmanjšanje deleža zaposlitve, zlasti v hotelskih nastanitvenih objektih višje kategorije.

Kritika:

- Večje zmanjšanje prihodov v zadnjih dveh letih, napram drugih območji, zaradi relevantnosti business/kongresne komponente, ki je zaznala večji izpad zaradi ekonomske krize v primerjavi z leisure komponento.

Cilji in aktivnosti:

- Razvijati eksperimentalni turizem: obogatiti pomen različnih tematskih pobud vezane na Teritorialni turistični načrt.
- V turistični razvoj je potrebno povečati vključitev, interakcijo in komunikacijo z lokalnim prebivalstvom, da bi na tak način poudarili proces identifikacije prebivalstva z lokalnim brandom.
- Promovirati sodelovanje in inovacijo v ruralnem sektorju za boljše upravljanje teritorija in diversifikacijo kmečkih podjetij v turističnem smislu.

F. POKRAJINA VIDEM

- Prisotnost večjega števila receptivnih nastanitvenih objektov različne tipologije in kakovosti (od gorskih koč do luksuznih prenočišč).
- Velika prisotnost apartmajev za najem (61 tisoč ležišč) in hotelskih nastanitvenih objektov nižje kategorije.
- Povečano število receptivnih nastanitvenih objektov na območju, predvsem nehotelske, v skladu s turističnim-ruralnim produktom (kmečki turizmi in t.i. alberghi diffusi).
- Celotna kakovostna izboljšava ponudbe in

uvajanje sistemov certificiranja, predvsem nastanitvenih objektov v obalnem pasu.

- Večja zmožnost kmečkega sektorja za diversifikacijo in bogatitev ponudbe (kmečki turizmi, didaktične in odprte domačije).
- Večje število uslug za uporabnike, željni po odkritju teritorija in njegovih turističnih produktov (kolesa-hotel).
- Bogata promocijska aktivnost preko katalogov, turističnih portalov (Turismofvg.it) in dogodkov (Aria di festa, Friuli doc, itd.).
- Velika prisotnost in porast tujih turistov (45%).
- Obmorski produkt zajema približno več kot polovica prihodov.

Kritika:

- Ponudbe je predvsem obmorska.
- Padec prihodov in prenočitev in povprečne dobe bivanja (4,9 noči). Oživitev turističnih prihodov 2010 z največjo stopnjo rasti v deželi v smislu prenočitve.
- Močna koncentracija povpraševanja v poletnih mesecih (60%).
- Občutljivost teritorija, kateri sprejema 60% turističnih tokov v regiji.

Cilji in aktivnosti:

- Privabiti turizem iz držav z vhoda in iz razvijajočih azijskih držav.
- Razvijati ponudbo short break ali za vikend, da bi tako privabili turistične tokove iz mejnih regij.
- Podpirati produkte, ki ne vežejo ponudbo na sezono (kulturni, navtični, kolesarki, ruralni, poslovni turizem, itd.).

G. POKRAJINA TRST

- Prisotnost številnih nastanitvenih objektov različnih tipologij in kategorij (od hotelov visoke kategorije, rezidence in kampi).
- Velika prisotnost kampov (3.401 ležišč) in zasebnih sob (1.113 ležišč).
- Porast receptivnih zmogljivosti v območju, predvsem nehotelske (kmečki turizmi in bed&breakfast).
- Zmožnost teritorija ponujanja storitev, ki izboljšujejo uživanje teritorija (kolesarski hoteli) in prisotnost kampov, ki so ustrezno opremljeni za športne aktivnosti, za preživljanje prostega časa in počitka ter s parkiriščem za avtodome.

- Dobra promocija preko katalogov, specializiranih revij, internetnih portalov (Turismofvg.it), zgibank in športnih dogodkov na državnem in mednarodnem nivoju.

H. GORENJSKA REGIJA

- Široka in diversificirana ter kakovostna tipologija ponudbe, s posebnim poudarkom na nehotelske nastanitvene objekte: kampi, zasebne sobe, penzioni, apartmaji, koče.
- Visoka skrb za okolje v gradnji objektov (v Bohinju je bil zgrajen prvi eko-hotel v Sloveniji visoke kategorije).
- Diversificirana tipologija turistov.
- Porast povpraševanja individualne prenočitve.
- Promocija produktov na spletu „Slovenian Alps“.
- Večina receptivnih nastanitvenih objektov je povezana v centralni slovenski rezervacijski sistem (www.slovenia.info).
- Dobro sodelovanje receptivnih nastanitvenih objektov z lokalnimi turističnimi organizacijami in ustanovami, ki delujejo na področju marketinga v turističnih informacijskih centrih ali preko spleta.

Kritika:

- Koncentracija ležišč le v nekaj središčih: Bohinj, Kranjska Gora, Bled in Radovljica (84%).
- Visoka odvisnost tujih turističnih tokov, ki predstavljajo 2/3 turistov.
- Nizek delež bruto zasedenosti ležišč.
- Visoka stopnja sezonskega turizma.
- Zmanjšanje povpraševanja s strani organiziranih skupin.
- Odsotnost marketinga na regijskem nivoju.
- Prisotnost receptivnih nastanitvenih objektov, ki nimajo dostopa do spleta (kmečki turizmi, manjši penzioni in zasebne sobe). Rezervacija v teh primerih je možna le preko tradicionalnih metod (telefon, osebni stik).

Cilji in aktivnosti:

- Povečati investicije v hotele in v kakovost, predvsem manjših nastanitvenih objektov.
- Podpirati izobraževanje osebja.
- Podpirati razvoj inovativnih produktov.
- Podpirati specializacijo ponudbe (storitve za popotnike, kolesarje, družine ali mladino).

I. GORIŠKA REGIJA

- Diversificirana in široka tipologija ponudbe, s posebnim poudarkom na nehotelske nastanitvene objekte: avtokampi (Kobarid), zasebne sobe, penzioni, apartmaji (Tolmin, Bovec).
- Porast števila kampov, predvsem v Kobaridu (Laza, Nadiža, Koren), gonilo razvoja turistične ponudbe.
- Veliki porast receptivne ponudbe, predvsem v Bovcu.
- Porast nehotelskih receptivnih nastanitvenih objektov, predvsem v Bovcu: penzioni, apartmaji (Kanin), mladinski hoteli.
- Porast povprečnega trajanja turističnega bivanja, zahvaljujoč predvsem gostov iz kampov in smučarske sezone.
- Dobro sodelovanje receptivnih nastanitvenih objektov z lokalnimi turističnimi organizacijami in ustanovami, ki se ukvarjajo z marketingom v turističnih informacijskih centrih ali preko spleta.
- Prisotnost spletnih strani, v katerih je zbrana večina ponudbe teritorija.
- Povezava velikega dela receptivnih nastanitvenih objektov v centralni slovenski rezervacijski sistem (www.slovenia.info).
- Ravnovesje med domačim in mednarodnim turizmom, z večino prisotnosti tujih turistov v Bovcu.
- Diversificirana tipologija turistov.
- Visoka stopnja investicij.

Kritika:

- Prisotnost receptivnih nastanitvenih objektov, ki nimajo dostopa do spleta (kmečki turizmi, manjši penzioni in zasebne sobe). Rezervacija v teh primerih je možna le preko tradicionalnih metod (telefon, osebni stik).
- Visoka stopnja sezonskega turizma tujih turističnih tokov: poletna v Kobaridu in Tolminu, tudi zimska v Bovcu.
- Manjše število hotelov višje kategorije, predvsem v Tolminu in Kobaridu.
- Odsotnost marketinga na regijskem nivoju.

Cilji in aktivnosti:

- Podpora izgradnji novih hotelskih receptivnih nastanitvenih objektov.
- Izboljšati kakovost hotelske ponudbe.
- Izobraziti delavce za izboljšavo kakovosti ponudbe.
- Investirati v prenovu apartmajev v Žarščah v

- Bovcu.
- Certificirati kampe v smislu eko pravil.

2.2. Gostinske zmogljivosti

A. POKRAJINA RAVENNA

- Gostinska ponudba je osredotočena na tipične in tradicionalne produkte, tako kmetijske kot morske.
- Razširjena je aktivnost promocije tipičnih produktov preko gostinskih in namenskih festivalov.
- Prisotnost številnih gostinskih ponudnikov različnih vrst in kakovosti (8 podjetij je priznanih kot restavracije Gourmet, 57 pa je vključenih v Seznam kakovostnih turističnih storitev-Italijansko gostoljubje 2010).
- Prisotnost turističnih poti za pospeševanje gostinske ponudbe: vina in okusi (Cesta Sangiovese, Pot „Piade“-italijanskega ploščatega sendviča v Cervii, mediteranske vrste rib, ribja kuhinja, turistični ribolov (Ribja cesta), muzeji okusov (Sol iz Cervie, Olje iz Brisighelle, Sadjarstvo Massalombarda, vrt zelišč, kraj Casola Valsenin).
- Dobra povezanost med javnimi in zasebnimi izvajalci pri pospeševanju ponudbe področja (pilotni projekt za izvedbo turistične gostinske poti v nižini pokrajine).

Cilji in aktivnosti:

- Povezovanje med produktom in področjem pridelovanja (tudi v fazi promocijskega komuniciranja).
- Identifikacija, izbira in jamstvo kakovosti in tipičnosti produktih.
- Kakovost gostoljubja in profesionalnost izvajalcev verige (ki morajo postati tudi predstavniki področja, proizvodnje in tradicije).
- Integrirana promocija gostinske ponudbe s preostalimi oblikami turizma, predvsem tiste povezane s kulturo, z „wellnes“razvajanjem, s športom in s kakovostjo okolja.
- Razširitev, izboljšava, integracija okrožij in poti turistične gostinske ponudbe.

B. POKRAJINA FERRARA

- Gostinska ponudba temelji na tipičnih in tradicionalnih kmetijskih in morskih produktih.

- Spodbujati razvoj kmečkih podjetij v turističnem smislu.

- Prisotnost številnih gostinskih ponudnikov raznih vrst in kakovosti (11 restavracij gourmet, 16 restavracij vključenih v Seznam kakovostnih turističnih storitev-Italijansko gostoljubje 2010).
- Porast v zaledju in v področjih kmečkih turizmov in podeželskih hotelov, ki ponujajo in povečujejo vrednost tradicionalnih produktov in tipične kvalitetne kuhinje.
- Izobraževalna aktivnost in pobuda šol, ki vključujejo didaktične kmetije in kmečke turizme.
- Prisotnost tematskih turističnih poti: vin in okusov (Pot Velike Reke, Pot Obsežnega Dvora, Pot Delte), mediteranskih ribjih vrst, ribje kuhinje in turističnega ribolova (Ribja cesta), muzeji okusov (Muzej kruha, Muzej jegulje, Delavnica obrti mornarjev).
- Razširjena je promocijska aktivnost gostinske ponudbe preko namenskih festivalov, sejmov, promocijskih pobud izmenjave, kot tudi preko podpornih projektov proizvodnje in lokalne gostinske ponudbe.
- Pristop gostinskih izvajalcev k znamki „Tipična in zajamčena čustva“, z različnimi promocijskimi aktivnostmi in prireditvami.

Cilji in aktivnosti:

- Projekt podpore, vrednotenje, trženje tipične gostinske proizvodnje področja.
- Razširitev, izboljšava, integracija okrožij in poti turistične gostinske ponudbe.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Veliko število gostinskih ponudnikov raznih vrst (približno 400 objektov, od tega 44 kmečkih turizmov).
- Gostinska ponudba temelji na tipičnih in tradicionalnih kmetijskih in morskih produktih.
- Promocijske aktivnosti gostinske ponudbe preko namenskih festivalov in „ad hoc“ pobud (Kolesarjenje okusov, Pojdi en večer na večerjo z....komedija).
- Dobra povezanost med javnostjo in gostinskimi ponudniki, kulturnimi društvi in združenji.

Kritika:

- Nezažnostna stopnja poznavanja trga in nezažnostna promocija prehrabnenih in kmetijskih proizvodov tipičnih za območje, katerih povečevanje postane srednjeročno glavni cilj.

D. POKRAJINA BENETKE

- Številni gostinski ponudniki raznih vrst in kakovosti (30 restavracij v Vodniku Michelin, 38 restavracij v Vodniku Akademije kuhinje, 1 restavracija z 15/20 v Vodniku Espresso, zgodovinski lokali).
- Gostinska ponudba temelji na tipičnih in tradicionalnih proizvodih.
- Prisotnost turističnih poti: Cesta vrhunskih vin Lison-Pramaggiore, ki vodi preko rimskih, langobardskih in srednjeveških naselbin.

E. POKRAJINA TREVISO

- Območje velike vinske tradicije (vina, žganja), slavna po vrtnarskih posebnostih (radič, šparglji) in mlečnih izdelkih. Močna opredelitev proizvoda (rdeči radič, vino Prosecco).
- Številni gostinski ponudniki raznih vrst in kakovosti in kuhinja močno osredotočena na tipične proizvode.
- Dobra povezanost med javnostjo in gostinskimi ponudniki, kulturnimi društvi in združenji v promociji prehrabnenih in kmetijskih proizvodov.
- Prisotnost turističnih poti:
- Vinske ceste (Lison-Pramaggiore, Vina Piave, Prosecco in gričevja Coneglianno ter Valdobbiadene, Montello in Gričevje Asoli) ki gredo preko zgodovinskih področij.
- Ceste okusov (Rdeči radič Treviso in radič Vairegiata di Castelfranco, beli šparglji Cimaadolmo).
- Organizacija kulinarčnih ključnih pobud „slow“ (Cocoradič, Cocogobe).
- Široka promocijska aktivnost in komunikacija z blagovnimi znamkami (Znamka Treviso, Reka čustev, Pomladno cvetje, Vino v vili, Zvezdni kelihi, Kelihi vin, Pomlad vina Prosecco, Vinske kleti z znamko), z širokim sodelovanjem izvajalcev sistema blagovnih znamk.

Cilji in aktivnosti:

- Podpirati promocijo posebnosti prehrabnenih in kmetijskih proizvodov na mednarodnem in lokalnem nivoju kot odgovor na iskanje kakovosti in lokalnih posebnosti za turiste.

F. POKRAJINA VIDEM

- Prisotnost številnih gostinskih ponudnikov raznih vrst in kakovosti.
- Konsolidacija turistično gostinskega sektorja, ki temelji na tipičnih tradicionalnih proizvodih, tako kmetijskih kot morskih.
- Prisotnost vinskih cest in cest okusov (Vinska cesta Oglej, Gričevje Furlanije).
- Prisotnost gostinsko turističnih poti (Morske dišave, V srcu Furlanije, Tromeja, Velika vas, Ob reki Tilment)
- Porast števila kmečkih turizmov in podeželskih hotelov.
- Široka promocija gostinstva preko namenskih festivalov in (ad hoc)- „za ta namen“ pobud (Praznično vzdušje, Vrhunska Furlanija, Praznik špargljev, Dnevi odprtih vinskih kleti,...itd.).
- Močna opredelitev ponujenih proizvodov (Sir Montasio, Pršut San Daniele in Sauris, Jabolka Furlanije Julijske Krajine, Furlanski Tokaj, Picolit, Ramandolo, itd.).
- Prisotnost proizvodov z certifikatom „Slow food“ (Radič Mont, Siri Frant, Česen iz Režije, Pestat).
- Prisotnost kluba proizvoda Okusi edinstvenih ljudi.

Cilji in aktivnosti:

- Podpirati usklajeno delovanje kmetijskega in turističnega sektorja za povečanje vrednosti kratke verige in približati kmeta s končnim potrošnikom.
- Izboljšati stopnjo storitev: prilagodljivost odpiralnih časov, pristop k kupcu, sposobnost neposrednega poznavanja proizvodov in lokalnih tradicij.

G. POKRAJINA TRST

- Številne gostinske dejavnosti različne tipologije in kategorije: zgodovinske restavracije, gostilne, pubi in kmečki turizmi v kateri je možen tudi nakup tipičnih lokalnih izdelkov.
- Prisotnost zgodovinskih kavarn, v kateri je

možno okusiti kavo in spoznati zgodovino velikih italijanskih pisateljev in pesnikov (caffè San Marco, caffè Tommaseo, caffè degli Specchi, Tergesteo, caffè Stella Polare).

- Temelj Enogastronomije so tipični in tradicionalni izdelki (polenovka po tržaško, sardoni, pršut v testu, jota, pinca, itd.).
- Prisotnost turističnih poti: Vinska pot Terana, ki poteka po značilni kraški zemlji s številnimi naravnimi značilnostmi.
- Prisotnost gostiln in restavracij znotraj mreže Movimento turismo del Vino in dogodka Olio Capitale na sejmišču.
- Močna karakterizacija ponujenega izdelka (škampi na buzaro, pripravljene z istrsko malvazijo, extra deviško olje Tergeste s priznanjem DOPT, cotto di Trieste, pedočiklavica, školjke, potica, vino Teran, Malvazija in Vitivska, sir - Zepek - z dodatki komarčka ali šatraja.
- Prisotnost tipičnih lokalov na Krasu, poznani pod imenom Osmice, ki ponujajo tipične izdelke svoje predelave za krajša obdobja.

H. GORENJSKA REGIJA

- Bogata tradicija gostinskih posebnosti in domača obrt.
- Močna opredelitev ponujenega proizvoda (Blejske kremšnite, Kranjska klobasa).
- Veliko število zasebnih sob v najem, ki ponujajo tudi gostinske storitve.

Kritika:

- Pomanjkanje restavracij, ki ponujajo lokalne posebnosti.
- Pomanjkanje kvalificirane delovne sile v sektorju.
- Ni proizvodnje vin.

Cilji in aktivnosti:

- Podpirati razvoj kulinarične identitete različnih destinacij.

- Podpirati usposabljanje osebja.
- Opredeliti in spodbujati tematske poti in prireditve (Praznik krompirja Šenčur), ki krepijo identiteto krajev.

I. GORIŠKA REGIJA

- Prisotnost številnih gostinskih posebnosti na področju.
- Stalna in razširjena organizacija prireditev povezanih z gostinskimi posebnostmi.
- Promocija na portalu Goriška“ Slovenske Alpe“

Kritika:

- Zmanjšanje števila restavracij, barov, gostiln, itd. zaradi poslabšanja demografske slike na podeželju in porast migracij (Tolmin).
- Na splošno, slaba kvaliteta ponudbe, izjema je Kobarid, kjer so se ponudniki prilagodili spremembi trga in izboljšali ter razširili obseg ponudbe.
- Pomanjkanje kvalificirane delovne sile v sektorju.
- Malo spodbude k razvoju kmečkega turizma.
- Malo kmečkih turizmov z gostinskimi storitvami.
- Malo ponudbe lokalnih proizvodov (npr., ponudba sirov, Tolminska frika).

Cilji in aktivnosti:

-
- Izboljšanje kvalitete ponudbe restavracij.
- Opogumljanje in podpiranje otvoritev gostinskih obratov, predvsem v Tolminu in Kobaridu zaradi povečanega števila turistov.
- Podpirati na ustanovitveni stopnji izvajalve kmetijskih področij v razvoju kmečkih turizmov.
- Podpirati posebnosti lokalnega gostinstva in jih razširiti v jedilnike področja.
- Podpirati usposabljanje osebja, ki so dodeljeni gostinskim obratom.

2.3. Objekti za rekreacijo, kopanje in dobro počutje

A. POKRAJINA RAVENNA

- 47 km obale, od tega pa 39 km primernih za kopanje, kjer je prisotnih 400 kopaliških objektov.
- Certifikat kvalitete obale: 2 Modri zastavi v

Cervii in na plažah Ravenne.

- Različne vrste ponudbe: od „trendovskih“ resortov (Milano Marittima) do dragocenih naravnih plaž (Lido di Dante-Fosso Ghiaia).
- Široka izbira storitev za vse segmente strank:

otroci, mladi, starejši in športniki.

- Široka izbira športne, gostinske, glasbene in kulturne zabave.
- Prisotnost tematskih parkov z veliko atrakcijami (Mirabilandia, in na drugem mestu Acquajoss, kamor spada tudi pet obstoječih parkov iz pokrajine Rimini, ki tako sestavlja sistem "Riviera parkov").
- Nočna odlična zabava, ki ponuja širok izbor lokalov, predvsem na obali in je v stalnem razvoju.
- Različnost termalnih objektov (Brisighella, Cervia, Punta Marina Terme, Riolo).
- Številni centri za dobro počutje, lepotilni saloni in telovadnice, lokalizirani na celotnem področju.

B. POKRAJINA FERRARA

- 25 km obale, kjer je prisotnih 137 kopaliških objektov.
- Certifikat kvalitete obale: 1 Modra zastava za plaže mesta Comacchio.
- Različne vrste ponudbe: naravna (Lido di Volano), mondeno-športna (Lido delle Nazioni „državna plaža“), za družine (Lido di Pomposa, Lido degli Scacchi), za mlade (Lido degli Estensi in Lido di Spina).
- Prisotnost termalnega centra, z sezonskim delovnim časom (Lido delle Nazioni), številni centri za dobro počutje in lepoto ter telovadnice (fitness centri) lokalizirani na vsem področju.

Kritika:

- Dejavnost omejena na poletne mesece. Ponudba zunaj sezone je bila razširjena pred kratkim v nekaterih hotelih in avtokampih/turističnih krajih na obali, ki so uvedli sistem okoljevarstvenega certifikata (Ecolabel) in obratujejo vse leto z produkti povečanja na področju.

Cilji in aktivnosti:

- Pomagati pri povezovanju teme Dobro počutje z obalno-kopališkim produktom.
- Podpirati promocijo kvalitetnih pobud (prireditve, izleti, animacija, učenje itd.), ki lahko izboljšajo vrednost obalno-kopališke ponudbe.
- Podpirati oživitev in zagon bivalnih hotelskih podjetij in extra hotele, ki prisegajo na raznolikost turistične ponudbe tudi preko

prestrukturiranja in prekvalificiranja.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Prisotni so štiri resorti, ki so opremljeni ter eden, ki ni opremljen, in so primerni za kopanje (skupaj 180 km obale-ki vključuje območje izliva (Delte) reke Pad in obenem tudi območje same reke-, od tega je le 55 kopališko primernih). Rosolina Mare je glavni turistični center; Otok Albarella pa je ekskluzivni kopališki center.
- Plaže, ki se nahajajo na območju izliva reke Pad bogatijo kopališko ponudbo z močno naravno komponento, ki se razlikuje od tipično-tradicionalnega mediteranskega modela (močno standardiziran).
- Na področju zabave je bil pred kratkim slavnostno odprt tematski park „Območje Pada v miniaturi“, na tem območju pa ima gost lahko tudi lahek dostop do bogate ponudbe sosednje pokrajine Verone.
- Nočna zabava ponuja dober izbor lokalov, ki so skoncentrirani v mestu Rovigo ter v kopaliških občinah.
- Certifikat za kvaliteto obale: 3 Modre zastave v Rosolini, Albarelli, Porto Tolle in pa certifikat EMAS v celotnem turističnem sistemu področja Polesine (področje reke Pad).
- Prisotni so lokali, pivnice, diskoteke, gledališča in kinematograf za raznovrstne goste.
- Področje ponuja številne lepotne salone in telovadnice (fitness centre).

Kritika:

- Slaba povezava z področjem izliva reke Pad (Delte).

Cilji in aktivnosti:

- Izboljšati kvaliteto plačljivih storitev.
- Spodbujati okoljevarstveno in kompatibilno mobilnost.
- Zagon - prekvalifikacija obale.
- Izboljšati stopnjo kvalitete obratov in storitev.
- Podaljšanje sezone.
- Povečati povezavo med Parkom izliva reke Pad (Delte reke Pada) in naravnimi viri področja.

D. POKRAJINA BENETKE

- 80 km obale z peščenimi in finimi plažami.
- Certifikat kvalitete: 6 Modrih zastav: Caorle, Bibione, Eraclea, Lido di Venezia, Jesolo, Cavallino Treporti.
- Različne vrste uporabnikov: severna stran obale (Bibione, Caorle) je močno osredotočena na družinski segment (self catering) z drugimi hišami, medtem ko je južna stran obale (Cavallino) ena izmed glavnih italijanskih točk segmenta šotorjenja in kampiranja.
- Prisotnost številnih tematskih parkov (Acqualandia v Jesolu, Reptilium Aquarium Bibione, Acquafollie Caorle) katerih ponudba narašča zaradi prisotnosti številnih zabaviščnih parkov iz Furlanije (Lignano) in območja Gardskega jezera.
- Nočna zabava ponuja širok izbor lokalov. Prisotni so lokali, pivnice, diskoteke, gledališča, casino` in kinodvorane za vse starosti in okuse.
- Prisotnost zdravilišča v Bibionu in številnih centrov za dobro počutje, lepotilnih salonov in telovadnic (fitnes centrov). V zaledju Padove pa Eugeansko zdravilišče nudi konkurenčno ponudbo centra za dobro počutje na mednarodnem nivoju.

E. POKRAJINA TREVISO

- Številna zdravilišča, lepotni saloni, centri za dobro počutje in telovadnice (fitnes centri) po vsem področju. Nekateri obrati so na zelo visokem nivoju in predstavljajo referenčne točke na mednarodnem nivoju.
- Prisotnost tematskega parka (Morski park Conca Verde).
- Širok spekter lokalov z široko ponudbo v stalnem razvoju na področju zabave. Prisotni so lokali, pivnice, diskoteke, gledališča in kinodvorane za vse starosti in okuse.
- Sposobnost upravljalcev, da sledijo modi in tendencam, ter konstantno prilagajajo svojo ponudbo.

Cilji in aktivnosti:

- Nadaljuje se prilagajanje in inovativnost glede na spremenljive okoliščine trga ter ponudbe in povpraševanja.
- Sledi se strategiji regionalnega razvoja, ki je poudarja kvaliteto življenja in pomembnost okolja in spodbuja rast kvalitetne ponudbe

povezane z dobrim počutjem na splošno (skrb za telo, naravna prehrana in aktivnost na prostem).

F. POKRAJINA VIDEM

- Certifikat za kvaliteto obale: 1 Modra zastava za Lignano Sabbiadoro.
- 8 km obale z zlatim peskom, mirno morje in plitvo dno (Lignano).
- Kopališka ponudba različne vrste (družinska, za mlade, za posebneže).
- Širok izbor športnega, gostinskega, glasbenega in kulturnega dogajanja.
- Prisotnost številnih tematskih parkov (Živalski vrt Punta Verde, morski park Aquasplash, Gulliverjeva dežela, Park Junior, Strabilia).
- Prisotnost zdravilišča (Talassoterapija).
- Širok izbor lokalov za nočno zabavo

Kritika:

- Sezona močno omejena na poletne mesece.
- Ponudba je osredotočena na počitniške hiše in stanovanja nizke kakovosti

Cilji in aktivnosti:

- Obnoviti produkte in storitve v kopališkem sektorju, ki so trenutno zastareli.
- Spodbujati povezavo z zaledjem in gostinskimi ter kulturnimi točkami (Aquileia, Palmanova).
- Podpirati razvoj paketov za dobro počutje (vikend paketi) v povezavi z gostinsko ponudbo furlanskega zaledja.

G. POKRAJINA TRST

- Kopališki objekti prisotni v celotnem Tržaškem zalivu, od Devina do Milj, med katerimi velja omeniti zgodovinsko kopališče, danes občinsko: Lanterna (pri lokalih poznani z imenom Pedocin). Zanimivost tega kopališča je, da je razdeljen z zidom, ki deli kopališče na žensko in moško.
- Kopališče z barom in restavracijo Bagno Antica Diga nasproti Trga Unità d'Italia, povezan s kopnim s trajektom.
- Prisotnost naravnega rezervata Miramar, v katerem se prirejajo nočna potapljanja, ogledi z barkami, peš in možnost doživljanja see watching.
- Glasbeni dogodki z mednarodnimi gosti, inavguracija italijanskih križark, sejem Maxi

Yacht, ki privabi goste in prodajalce iz celega sveta.

Cilji in aktivnosti:

- Realizacija Morskega parka, na veliki razpoložljivi površini, z namenom izgradnje razstavnega prostora za raziskovalne in didaktične namene z veliko vrednostjo, tako na državnem kakor na mednarodnem nivoju.

H. GORENJSKA REGIJA

- Prisotnost jezer različnih velikosti (Bohinj, Bled, Trbojsko, Planšarsko na Jezerskem, Črnava v Preddvoru), rek (Sora, Sava, koka), slapov, izvirov in vodnih tokov, ki predstavljajo naravna kopališka območja.
- Prisotnost vodnih parkov (Bohinj, Kranjska Gora).
- Okolje je primerno za psihološko dobro počutje in skrb za telo.
- Številni fitness centri, ki so vključeni v hotelsko ponudbo skupaj z masažami in savnami (Bled, Bohinj, Kranjska Gora).
- Prisotnost adrenalinskih in tematskih parkov v naravnem okolju (Kekčeva dežela v Kranjski Gori, pa tudi v Bohinju, Škofji Loki ter na Jezerskem).

Kritika:

- Odsotnost celostne ponudbe produkta Zdravje in dobro počutje.
- Odsotnost celostne ponudbe zdravilišč (majhni zdraviliški bazeni znotraj kotelskih kompleksov).
- Pomanjkljivosti bazenov in morskih parkov.
- Odsotnost celostnega trženja rekreacijskih aktivnosti.
- Pomanjkljivost infrastrukture za rekreacijske aktivnosti.
- Pomanjkljivost ponudbe za nočno zabavo (diskoteke).

Cilji in aktivnosti:

- Krepitev infrastrukture na področjih naravnih kopališč.
- Povečati število pokritih bazenov ter bazenov na prostem z gradnjo morskih parkov, kar bi omogočilo podaljšanje turistične sezone.

- Krepitev celostnega trženja.

I. GORIŠKA REGIJA

- Prisotnost jezer različnih velikosti (Kriška, Trenta-Krn, Most na Soči), rek (Soča, Nadiža), različnih slapov, izvirov (izvir Soče) in vodnih tokov, ki predstavljajo naravna kopališka področja.
- Stalna promocija naravnih kopaliških področij.
- Zelo čista in zdravilna voda za različne kožne bolezni.
- Okolje ustrezno za dobro psihološko počutje ter skrb za telo.
- Številni fitness centri vključeni v hotelske ponudbe skupaj z masažami in uporabo savn.
- Prisotnost adrenalinskih parkov v naravnem okolju (Park gorskega kolesarjenja v Bovcu, Maya Adrenalin park v Tolminu).
- Bogata ponudba prireditev in športnih, glasbenih, kulturnih dogodkov, itd. (Tolminski festival, Festival Kluže v Bovcu).

Kritika:

- Pomanjkanje celostnega trženja kopaliških naravnih področij.
- Odsotnost športnega centra, ki je pomemben za plavanje.
- Pomanjkljivost primernih bazenov.
- Odsotnost velikega kopališkega centra.
- Ponudba storitev za dobro počutje je na stopnji posamezne strukture. Primanjkuje celostna trženjska strategija zbrana v zloženki ali brošuri.
- Zmanjšanje ponudbe zabave v poletnem času.
- Festivali ter krajevne prireditve so manj primerni za mednarodni turizem.

Cilji in aktivnosti:

- Podpirati ter pospešiti gradnjo Centra za dobro počutje v Tolminu.
- Spodbujati gradnjo večjega števila tematskih parkov glede na obstoj nedotaknjene narave.
- Podpirati mesto Tolmin v podobi-destinacije mesta festivalov, s spodbujanjem gradnje infrastrukture in z različnimi vsebinami (Trekking festival, Kolesarjenje, itd.).

3. Turistični strukturirani naravni produkti

3.1. Okoljski turizem

A. POKRAJINA RAVENNA

- Produkt, ki je osnovan predvsem na prisotnosti Parka Delte, Centrov za obiskovalce (Sveti Albert, Cervia-Alfonsine) in Regionalnega parka Vena del Gesso Romagnola.
- Organizacija prireditve Pomlad slow, ki predstavlja številne didaktične delavnice, tematske poti za otroke in odrasle (GAL DELTA 2000).
- Prisotnost drugih struktur: ekomuzej in etno-park močvirske civilizacije (Bagnacavallo), vrt zelišč (Casola Valsenia); Pokrajinski muzej Appennino Faentino (Riolo Terme).
- Javen dostop do številnih kmetijskih podjetij in didaktičnih kmetij (30).
- Zavzema vodilno vlogo na italijanskem nivoju v upravljanju didaktičnih aktivnosti in predstavitvijo ekoturizma na področju.

Cilji in aktivnosti:

- Nadaljevanje/ poudarjanje ponudbe vezane na okoljski turizem in ekoturizem na področju parkov ter v celotnem zaledju.

B. POKRAJINA FERRARA

- Prisotnost pomembnega zaščenega področja visoke naravne in okoljske vrednosti z bogato dediščino rastlinstva in živalstva ter velikega turističnega obiska (Park Delte reke Pad).
- Pozitiven trend pri prihodu udeležencev motiviranih za ekoturizem; rast interesa za razpršitev kmetijskih aktivnosti v okoljski turizem.
- Številne ponudbe-za individualne goste ter šole-delavnice, tečaji in didaktične aktivnosti, ki se izvajajo v različnih Centrih obiskovalcev, Centrih za izobraževanje o okolju in Ekomuzejih prisotnih na področju.

Kritika:

- Receptivna ponudba ni usklajena, da bi popolnoma izpolnjevala povpraševanje.
- Vzdrževanje, organizacija, označenost in upravljanje je slabo na različnih poteh (peš in kolesarskih poteh, jahalnih stezah in naravnih poteh). Pomanjkljivost tudi glede

na primerno ponudbo le-teh v komercialne namene.

- Tudi naravni turizem (ki ima potencial vse leto) je omejen na sezono pomlad-poletje.

Cilji in aktivnosti:

- Strukturirati produkte, ki so vezani na odkrivanje narave in parkov preko ustvarjanja še večjih naravnih poti s številnimi načini in vrstami prevoza.
- Okrepiti turistično ponudbo, ki je vezana na naravno vrednost področja: kot „delavnico“ za opazovanje in didaktiko, kot igrišče za izvajanje športnih kopenskih in rečnih aktivnosti na odprtem.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Prisotnost pomembnega zaščenega področja visoke okoljske in naravne vrednosti z bogato dediščino rastlinja in živalstva ter velikega turističnega obiska (Park Delte reke Pad).
- Prisotnost ekomuzejev o rečni in podeželski civilizaciji, na katerih je osredotočena promocija produkta.
- Dostopnost javnosti do številnih kmetijskih podjetij ter didaktičnih kmetij (30).

Kritika:

- Ponudba ekoturizma je še vedno omejena in ni strukturirana.
- Majhna povezava naravnega turizma s kopališkim produktom.

Cilji in aktivnosti:

- Razviti ekoturizem kot element, ki je tipičen za področje.
- Močnejše pozicioniranje področja med naravnimi področji države.
- Močnejše integriranje naravnega turizma z kopališkim in z kmetijsko-podeželskim svetom.
- Potrebni ukrepi za izboljšanje uporabnosti: storitve turistične asistence; označbe; ustvaritev točk zanimivosti.

D. POKRAJINA BENETKE

- Prisotnost številnih parkov in rezervatov (reka Sile, Lemene, Reghena, Valle Vecchia, Bosco Nordio), lagun in mokrišč (Benetka, Caorle, Eraclea), nasadov borovcev (Duna Verde, Eraclea Mare, Bibione).
- Dostop javnosti do številnih kmetijskih podjetij in didaktičnih kmetij (39) z kartico kvalitete, i definira zahteve in obveznosti za akreditacijo.

E. POKRAJINA TREVISO

- Prisotnost številnih parkov (Arheološko-didaktični v Liveletu, Storga, reka Sile, Gozd Cansiglio).
- Edinstvenost najdišč.
- Dostop javnosti do številnih kmetijskih podjetij in didaktičnih kmetij (32) z kartico kvalitete, i definira zahteve in obveznosti za akreditacijo.
- Turistična prisotnost razdeljena preko celega leta.
- Povečanje ponudbe šolarjev in turistov za konec tedna.
- Tokovi v porastu povezani z razširitvijo podeželskega turizma.

Cilji in aktivnosti:

- Izboljšati promocijo najdišč z povezavami in drugimi prireditvami, ki se dogajajo periodično v referenčnih področjih.

F. POKRAJINA VIDEM

- Prisotnost številnih parkov in naravnih rezervatov (v področjih Marano Lagunare, Forgaria Furlanije, Forni di Sopra, Rezija, Villa Santina).
- Prisotnost preostalih struktur za obiskovalce (ekomuzeji).
- Dostop javnosti do številnih kmetijskih podjetij in didaktičnih kmetij.
- Možnost kolesarjenja po nekaterih poteh preko goste rečne mreže ter ob vznožju planinskih pašnikov, opazovanje ptic (Laguna Marano), „Tarzaning“-akrobatske ture na višini (Sella Nevea), ježa konj (Cormor).

G. POKRAJINA TRST

- Prisotnost Naravnega rezervata Miramar, v katerem se prirejajo potapljaške ekskurzije, za vse generacije, tako nočne kot dnevne.

- Grajski park Miramar, ki ohranja mnoge botanične vrste.
- Turistične poti v Naravni rezervi Dolina Glinščice (rimski vodovod, cerkev Sv. Marije na Pečah, jama, opatija Rosazzo), pot Rilke v Devinu-Nabrežini, Resljeva pot v Bazovici, primeren za slabovidne.
- Kraške jame, med katerimi najbolj obiskana je Velika jama.
- Kolesarka pot od Golega vrha do kraja Ferlugi in dolga mestna kolesarska pot po stari železnici "Giordano Cottur".

Cilji in aktivnosti:

- Sprememba rezervata v Oazo WWF.
- Obuditi stare načine ribarjenja in odkriti nove vrste rib, ki so pozabljene (kot npr. sardela), in poskusiti privabiti interes ribičev.

H. GORENJSKA REGIJA

- Prisotnost Nacionalnega parka Triglav.
- Nedotaknjena narava, kjer je rastlinje in živalstvo na dosegu vsakega.
- Možnost izvedbe foto safarija (Krajska Gora in Bohinj).
- Organizacija prireditev botaničnega značaja (Festival gorskega rastlinja v Bohinju).
- Prisotnost receptivnih ekoloških struktur s certifikatom (Eko resort in spa hotel Bohinj park, kmečki turizmi).
- Povečano število in razpršenost ponujenih produktov.

Cilji in aktivnosti:

- Razvoj turističnih okoljskih produktov prispeva k ravnotežju med ohranjanjem narave ter razvojem področja. Naravna dediščina je poglavitni pogoj za razvoj zelenega turizma in Slovenija, ki ima bogato naravno dediščino, omogoča nadaljnji razvoj v turističnem sektorju.

I. GORIŠKA REGIJA

- Nedotaknjena narava, kjer je rastlinje in živalstvo na dosegu vsakega (Julijske Alpe, reka Soča).
- Pozornost na ekološki pristop in vzdrževanje okoljske avtentičnosti s strani inštitucij in lokalne populacije.
- Dolina Soče je prva destinacija odličnosti v Sloveniji in povezuje preteklost s sedanjostjo z principom trajnega zelenega razvoja.

- Prisotnost kmetij za ekološki turizem katerih produkti imajo blagovno znamko Biogift (Černuta in Pri Plajerju v Bovcu, Lovrč v Tolminu).
- Prisotnost prvega eko-kampa (Korita), meka za mlade in turiste, ki iščejo avanturo.
- Visoka ponudba ekoloških produktov.
- Organizacija ekofestivala (Tolmin).
- Veliko tematskih poti (izobraževalna pot Cirila Kosmača, zgodovinska pot v Kobaridu, itd.).

Kritika:

3.2. Kulturni turizem

A. POKRAJINA RAVENNA

- Visoka ponudba v smislu različnosti in sposobnosti privlačnosti.
- Priznanje kulturne dediščine UNESCO za osem zanimivosti bistvenega pomena za kulturni turizem; v zaledju, zgodovinska mesta in trdnjave, ki povečujejo pomen dragocene kulturne dediščine.
- Pomembna dediščina povezana z materialno kulturo: mozaiki (Ravenna), keramika (Faenza), potiskane tkanine, kulinarika, pomorstvo.
- Program kulturnih dogodkov prvotnega pomena; Festival Ravenna, srednjeveški festival (Brisighella).
- Povpraševanje tipično za konec tedna s konicami pomladi in septembra.

Cilji in aktivnosti:

- Integracija kulturne ponudbe na različnih stopnjah: a) produkta: kulturno-kopališka integracija; b) ustreznosti: gradnja povezav, ki bodo integrirale bolj znane zanimivosti z tistimi manj znanimi, ampak tudi dragocenimi; c) področja: integracija ponudbe Ravenne z zaledjem (Faenza, Brisighella, Riolo Terme).
- Nadaljevanje s poudarjanjem pomembnosti Kartice obiskovalcev Ravenne kot glavnega instrumenta integracije turistično-kulturne storitve.

B. POKRAJINA FERRARA

- Ferrara (Delizie Estense-“ Podaljšani užitki“) ter Delta reke Pad, dediščina Unesco.

- Slaba povezava v mreži proizvajalcev ekoloških produktov v promociji.
- Visoke cene ekoloških produktov.

Cilji in aktivnosti:

- Stalna pozornost na zaščito okolja in ekološko različnost.
- Prilagajanje kvalitete ponudbe za zadovoljitev povpraševanja za goste, ki so pripravljeni kupovati tak produkt.
- Razvoj Zelene hiše v Kobaridu, centru zelenega turizma v dolini.

- Prisotnost visoke zgodovinske, arhitekturne in kulturne dediščine (mesta produkcije, stolpi in zgodovinske utrdbe, srednjeveški in renesančni gradovi).
- Prisotnost krajev z visoko simbolično-versko vrednostjo: Bazilika Sveta Marija in Vado (Ferrara), Svetišče Čudežne Krvi, Opatija Pomposa.
- Prisotnost visoke dediščine podeželskih poslopij, zgodovinsko-kulturnih in arhitekturnih virov, ki so povezani z dolinsko-podeželsko civilizacijo Delte reke Pad.
- Razstave in program kulturnih prireditev v prvi vrsti osredotočeni na mesto Ferrara.

Kritika:

- Slabe razmere in zapuščenost nekaterih virov dediščine na podeželju.

Cilji in aktivnosti:

- Povezovalni ukrepi za izboljšavo, vrednotenje in promocijo virov in kulturne dediščine, predvsem v dolinsko-podeželskem področju kot ekoturizma, tudi zaradi ohranjanja spomina na področje ter skupnost.
- Razvoj strategij, ki ciljajo na specializacijo okoljskega turizma in na razpršenost povezovalnih dejavnosti.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Dediščina kulturnih virov (zgodovinske palače, vile-med katerimi se v Fratta Polesine nahaja Vila Badoer, dediščina UNESCO-muzeji, obrt in tradicija/ podeželski

produkti), ki sicer niso prvotnega pomena, vendar lahko postanejo dober faktor za obisk, če se vključijo v obiskovalno mrežo poti.

- Dejavnost razpršenosti in promocije kulturne dediščine področja Polesine preko Pokrajinskega muzejskega sistema Polesine.
- Veliko število prireditev in dogodkov organiziranih na vsem področju.

Kritika:

- Težava priprave časovnice dogodkov in učinkovite komunikacije le-te ter področja na splošno.

Cilji in aktivnosti:

- Povečati vidnost in uporabnost pokrajine Rovigo kot kulturne destinacije (tudi na pokrajinskem območju), z izpostavljanjem izvirnosti in elementov tradicije.
- Zagotavljati odprtost in uporabnost kulturne dediščine.
- Vzdrževati kontinuiteto razstav in prireditev s tem da se izboljša program z skrbnim načrtovanjem.

D. POKRAJINA BENETKE

- Kulturna ponudba na svetovni stopnji, močno osredotočena na Benetke in njenih številnih virov.
- Preostalo področje pokrajine pa ponuja kulturno ponudbo visoke stopnje in raznolikosti: arheologija, beneške vile (nekatero izmed njih pod Unescom), itd.

E. POKRAJINA TREVISO

- Široka in raznolika ponudba, odlične ravni, ki se dotika različnih tem: zgodovinski centri (Treviso), paladijske vile (UNESCO), Velika vojna, muzeji in ekomuzeji, umetnostni dogodki, krajina.
- Enostavnost kreiranja tematske mreže.
- Ponudba v porastu z velikim številom vpletenih ljudi tako državnega kot tujega izvora.

Kritika:

- Težava koordinacije različnih vpletenih subjektov.

Cilji in aktivnosti:

- Okrepiti komunikacijo predvsem proti tujini in vključiti v mrežo umetnostne, kulturne in zgodovinske vrednosti z gostinskimi in krajinskimi odličnostmi področja.

F. POKRAJINA VIDEM

- Prisotnost visoke zgodovinske, arhitekturne in kulturne dediščine: gradovi, jarki, utrdbe, srednjeveški kraji, itd. (Udine-Videm, Cividale-Čedad, Aquileia-Oglej, Venzona, Palmanova).
- Priznanje Unesco za Aquileio (Oglej), priznana arheološko središče.

Kritika:

- Potreba po povezovalnih ukrepih, točnih in strukturiranih, za promocijo in vrednotenje podeželskih virov, s ciljem ohranjanja spomina na področje ter skupnost.
- Težava priprave časovnice dogodkov na pokrajinski ravni kot so sejmi in prireditve z ustrezno fragmentacijo potencialnih udeležencev.

Cilji in aktivnosti:

- Podpirati kulturni produkt za turizem konec tedna (mestna in podeželska pauza).

G. POKRAJINA TRST

- Kulturna ponudba zelo velika: tri gradovi (Miramarski, Devinski in Miljski) z njihovimi muzeji in veliko mestnih muzejev.
- Prisotnost pomembne zgodovinske in kulturne dediščine: zgodovinske palače, Botanični vrt v Zgoniku, Muzej kraška hiša, Naravoslovni muzej, Muzej Sveva, Sartoria, Morpurgo de Nilma, hebrejske skupnosti in mnogi drugi.
- Prisotnost velikega števila cerkva in svetišč različnih verskih skupnosti (Bazilika Sv. Justa, Sv. Antona novega, Marijino svetišče Monte Grisa, Sinagoga, Srbsko-pravoslavna in grško-pravoslavna cerkev).
- Mestni itinerariji, za odkrivanje življenja pisateljev Italo Svevo in James Joyce.
- Prisotnost gledališč, ki ponujajo predstave različnih zvrsti, od proze do pesmi z dogodki mednarodnega značaja (Gledališče Verdi, Rossetti, La Contrada, Slovensko stalno gledališče).

- Filmski dogodki mednarodnega značaja: Festival kratkih filmov in opere prime, latinsko-ameriškega kina, Trieste Science Fiction, Maremetraggio.
- V nekdanji morski postaji, danes kongresni center, ob morju v mestnem središču, se prirejajo pomembni posveti na državnem in mednarodnem nivoju.

Kritika:

- Drobljena muzejska mreža, s težavami v koordinaciji.
- Težave pri uveljaviti Trsta kot središče verskega turizma.
- Težave pri upravljanju in prenovi mestnih cerkva.

Cilji in aktivnosti:

- Racionalizacija muzejske mreže z vključitvijo tudi manjših struktur.
- Spodbujati sinergije z Deželo, predvsem v promociji.

H. GORENJSKA REGIJA

- Prisotnost pomebnih zgodovinskih mest (Jesenice, Tržič, Kranj, Škofja Loka in Radovljica).
- Prisotnost kulturnih dogodkov (srečanja na Bledu), muzeji (Muzej železarstva v Stari savi, Muzej v Železnikih z majhno galerijo čipk, Muzej v Žireh in obisk utrdb na Rapalski meji, itd.) ter številni gradovi (Bela Peč, Škofja Loka, ki ima muzej, itd.)
- Slaba predstavnost tem in kulturnih poti.

Cilji in aktivnosti:

- Kulturni turizem regije Gorenjske bi moral biti bolj inovativen v sektorju integriranih turističnih produktov.

I. GORIŠKA REGIJA

- Dobro strukturiran zgodovinski sektor, predvsem v Kobaridu na teme vezane na Prvo svetovno vojno z muzejem in številnimi potmi, ki povezujejo dediščino spomina z lepoto krajev.
- Organizacija številnih prireditev kulturno-zgodovinskega značaja (Dan Bovca, Festival Kluže, Kmečke igre v Bovcu, Festival Sajeta, itd.).
- Prepoznavnost zgodovinskega produkta na mednarodni stopnji.
- Prisotnost Poti Miru (iz Loga pod Mangrtom do mengor v bližini Mosta na Soči) mimo vojaških pokopališč, utrdb, slapov, cerkev, itd.
- Prisotnost območij, ki so namenjeni krajevnim osebnostim (Simon Gregorčič, Julius Kugy, Ciril Kosmač).
- Povišana promocija produktov, ki jih ponujajo zloženske, brošure, internetne strani.

Cilji in aktivnosti:

- Povečati vrednost Cerkve Javorca s krepitvijo različne infrastrukture.
- Krepitev vidnosti zgodovinskih poti.
- Zgodovinski razvoj področja Baške grape s pomočjo prepoznavnega turističnega produkta.
- Razvoj tematskega muzeja (etnološki in zgodovinski) v okolici Bovca.

3.3. Rečni turizem

A. POKRAJINA RAVENNA

- Možnost opravljanja ribolovnega turizma (združenje ribičev, Cervia).

B. POKRAJINA FERRARA

- Bogata ponudba vodotokov, kanalov in rek, ki prečkajo področje in so zato primerni za izvedbo vodnih športov kot tudi plovbo. Predvsem reka Pad ima visoko sugestivno

moč rečnega področja in močan turističen potencial.

- Porast se nadaljuje v ponudbi izkoriščanja vodnih poti (na morju, izleti po Delti od krajev na obali, rečni izleti iz Ferrare, kombinacija ladja-kolo).
- Pomembno načrtovanje za podporo produkta (gradnja plovne poti, ki bo povezovala reko Pad z Benetkami, Ferraro in Pristaniščem Garibaldi preko Pada iz Volana, Projekt Waterways Forward („Vodne poti naprej“) na

področju programa Interreg IVC, Daturway na področju programa Jugovzhodne Evrope; Vodne poti Severne Italije, projekt realiziran na področju Leader + 2000 - 2006 dokončan kot pomoč za večjo izkoriščenost, povečanje in promocijo rečnih in navtičnih poti).

- Možnost opravljanja ribolovnega turizma: udeležba na ribolovnih dogodkih, izvajati kratke izlete vzdolž obale ali v lagunskem območju, opazovati in spoznati okolje ter dejavnosti profesionalnega ribolova, okušati na krovu ali na kopnem sveže ribe, itd. (Goro, Gorino, Pristanišče Garibaldi).

Kritika:

- Razvoj omejen glede na potencialnost turistično rečnega produkta.
- Vidiki ravnanja in vzdrževanje infrastrukture, kot tudi njihovo prilagodljivost.

Cilji in aktivnosti:

- Strateško načrtovanje produkta.
- Povečanje osveščanja s strani izvajalcev.
- Gradnja plovne poti, ki bo povezala Pad z Benetkami, Ferraro in pristaniščem Garibaldi preko Pada iz Volana.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Plovnost reke Pada in Canalbianca (Belega kanala) za dolge razdalje.
- Že razvite možnosti bivanja in rečnih izletov (11 izvajalcev v ponudbi) in ribolovni turizem na Delti (različni izvajalci v ponudbi, 4 strukturirane poti).
- Podpora institucij za razvoj rečnega turizma in izletov po reki Pad.
- Povpraševanje po rečnem turizmu v porastu na področju (kot tudi na globalnem nivoju).

Kritika:

- Turistični produkt še vedno slabo promoviran.

Cilji in aktivnosti:

- Nadaljevati z razvojem v tem segmentu.
- Razvoj rečnega prometa.
- Intervencije v storitvah privezov in pristankov za izboljšanje standardov dostopa in izkoriščanja.

D. POKRAJINA BENETKE

- Prisotnost sistema plovnih ulic (Beneška obala, Chioggia-Trst), nekatere velike časti (Riviera Brenta).
- Možnost opravljanja ribolovnega turizma na morju (Jesolo, Caorle).
- Možnost bivanja na reki z „houseboatingom“-hiša na ladji.
- Javni promet, ki niso linijski za vodne poti.

E. POKRAJINA TREVISO

- Prisotnost poti preko starodavnih rečnih poti (Volti, Alzaie).
- Prisotnost slikovite pokrajine na področju izvirov (vodnjaki, jezera, mokrotni travniki, šotišča).
- Možnost bivanja na reki z „houseboatingom“-hiša na ladji (reka Sile do severne beneške lagune).

F. POKRAJINA VIDEM

- Možnost ureditve sprehajalnih poti vzdolž rek Tagliamento in Stella ter izkoriščanje možnosti prehoda prek kanalov in plovnih rek, ki imajo velik turističen interes glede na lepoto pokrajine, z bodočim razvojem primerno opremljenih turističnih pristanišč (Lignano, Latisana).

Cilji in aktivnosti:

- Produkt predstavlja dober potencial za razvoj.
- Spodbujati potencial razvoja infrastrukture vzdolž reke Nadiže (Natissa) Aquileia (Oglej).
- Produkt se odlično integrira z povpraševanjem poznavanja okolja, področja in lokalnih tipičnosti glede na „slow“ turista.

G. GORENJSKA REGIJA

- Možnost športnega ribolova in drugih aktivnosti kot: soteskanje, vožnja s kanuji in rafting po reki Savi, Savi Bohinjki in Sori.

F. GORIŠKA REGIJA

- Možnost športnega ribolova in drugih aktivnosti : soteskanje, vožnja s kanuji in rafting po reki Soči.

3.4. Walking

A. POKRAJINA RAVENNA

- Sprehodi in izleti različnih težavnosti z potmi v dolini ali na apeninskem področju Faenze (Pot Frassati, tudi spiritualnih vrednosti; Mreža „Corolla delle Ginestre“).

B. POKRAJINA FERRARA

- Sprehodi in izleti različne težavnosti in razdalj, ki se razvijajo v dolini, predvsem na področju Delte reke Pada, z možnostjo povezave izletov z opazovanjem ptic (Gozd Mesola, Oaza gozda Panfilia, Campotti di Argenta, Dolina Comacchio).

Kritika:

- Aktivnosti opravljaja prevsem lokalna populacija.
- Upravljanje in vzdrževanje poti.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Sprehodi in izleti po različnih poteh, različnih razdalja, predvsem na območju Delte reke Pad in po grebenih reke Pad, Adige in Canabianco.

Kritika:

- Aktivnost, ki potrebuje večjo promocijo na področju.

Cilji in aktivnosti:

- Izboljšava standardov izkoriščanja poti Greenways.

D. POKRAJINA BENETKE

- Sprehodi in izleti po različnih poteh vzdolž obalnega lagunskega področja Benetke-Lignano Sabbiadoro, Valle Vecchia (Caorle) in v notranjost do Portogruara.

E. POKRAJINA TREVISO

- Široka izbira ponudbe za peš poti in sprehode po celotnem področju Parka Sile.
- Prisotnost blagovne znamke Treviso, Klub produkta Treviso: Pokrajina športa.

F. POKRAJINA VIDEM

- Sprehodi in izleti po različnih težavnostnih poteh zahvaljujoč prisotnosti raznolikega morfološkega področja.
- Prisotnost poti z kuturno, spominsko in posebno-lokalno tematiko (poti Cramars ,poti tihotapcev, kočarjev, vere, itd.).

G. POKRAJINA TRST

- Sprehodi in ekskurzije z različnimi itinereri na tržaškem krasu v Bazovici, v Dolini Glinščice, v Devinu po poti Rilke, itd.
- Mestni itinererji, za spoznavanje krajev, kjer so živeli veliki italijanski in mednarodni pesniki, ki so živeli v mestu med koncem 19. in začetku 20. stol.

H. GORENJSKA REGIJA

- Sprehodi in izleti po različnih poteh, ki so zelo dobro označene in vzdrževane, predvsem na področju Triglavskega narodnega parka.
- Produkt prepoznan kot eden izmed najpomembnejših turističnih produktov v regiji.
- Porast povpraševanja po pohodništvu.
- Prisotnost tematskih poti: pot sirarstva v Bohinju, Poključka pista, Loška didaktična pot, gozdna didaktična pot Visoko, pot čebelarstva v Poljanski dolini, kulturna dediščina Žirovnice, itd.).
- Dobro trženje produkta z zloženkami in brošurami.
- Prisotnost zatočišč (koč) in točk za ustavljanje ob poteh.
- Prisotnost številnih pohodniških poti in preko 100 zatočišč (koč). Veliko je različnih tematskih poti (loške gorske poti, pot ob stari Rapalski meji. Krožne zgodovinske poti, pot sirarstva v Bohinju, sprehajalna pot na Pokljuki, pot kulturne dediščine Žirovnica, športni sprehod Rikli na Bledu, itd).

Kritika:

- Regija ni prepoznavna kot turistična točka na mednarodnem trgu.

Cilji in aktivnosti:

- Razvoj prepoznavnega in integriranega turističnega produkta.
- Spodbujati receptivne sposobnosti in izdelava promocijskega materiala kot so vodniki in zemljevidi.

I. GORIŠKA REGIJA

- Povečano število poti (dolina Koritnice, Kobarid, Mangrsko sedlo, Dolina Bavščice, Stol, Soča, itd.).
- Prisotnost zatočišč (koč), kjer se lahko ustavi v primeru slabih klimatskih razmer.
- Prisotnost številnih tematskih poti (zgodovinska pot v Kobaridu in Mostu na Soči, itd.).
- Prisotnost 14 energetskih poti (Modrej, Kozmerice, Sela pri Volčah, itd.).
- Dobra informativna prisotnost v obiskovalnih centrih (zemljevidi, brošure, itd.).

3.5. Kolesarski turizem

A. POKRAJINA RAVENNA

- Velika raznolikost kolesarskih poti na dolinskem področju (področje Delte reke Pad), v nižini Romagne in na gričevnatem področju (Apenini Faenza).
- Intenzivna aktivnost prireditelj in promocijskih aktivnosti na segmentu: projekt CYCLE-R (Pokrajine Ravenna, Modena, Ferrara, Forlì-Cesena) za uporabo novih tehnologij, Gran fondo del sale - "Velik sklad soli"; Rally di montagna-, "Gorski rally"; Mountain Bike- „Gorsko kolo“ (v regionalnem parku Vena del Gesso predvisen za obdobje 8-13 maj 2011).

B. POKRAJINA FERRARA

- Velika raznolikost poti (47 poti dolgih tudi preko 100 km, enostavne zahtevnosti, v dolini, ki se dotikajo različnih tem: kulturne poti v notranjosti mesta Ferrara in naravoslovne poti na področju Delte reke Pad.
- Pot gre po desni strani reke Pad, vzdolž toka reke, po obali Stellata do Svetilnika Goro in vstopa na sredozemsko kolesarsko pot Eurovelo 8 iz Cadiza v Atene.
- Turistično-kolesarske poti, ki so dobro strukturirane in dobro prevozne.

- Prisotnost območij za ustavljanje kamp prikolic (Bovec, Kobarid).
- Prisotnost specializiranih receptivnih struktur (Hotela Hvala in Lucija).
- Organizacija specifičnih festivalov.

Kritika:

- Pomanjkanje parkirišč.
- Pomanjkanje parkirišč za avtobuse v Tolminu in Kobaridu.
- Pomanjkanje oskrbovalcev specializiranih za ta produkt kljub ponujenim možnostim.

Cilji in aktivnosti:

- Podpirati gradnjo parkirišč za avtobuse (Tolmin, Kobarid).
- Garantirati vzdrževanje kvalitete obstoječih poti.
- Vključiti tematske poti (gastronske, fotografske, etnološke, itd.).

- Lokalna uprava močno pritiska na uporabo kolesa na svojem področju. V letu 2000 je mesto ferrara dobilo prvo nagrado Ministrstva za okolje „Trajnostno mesto“ in Ferrara je Mesto koles.
- Prisotnost občinskih projektov, ki vrednotijo in prilagajajo poudarjanje kolesarstva na področju.
- Specifičen projekt na področju Skupnosti mest umetnosti in priključitev nekaterih privatnih partnerjev h ključnem projektu Kolesarski turizem.
- Prilagajanje različnih izvajalcev receptivnih struktur z ustreznimi prostori (kolesarnice, mini popravljavnice koles, jedilniki primerni za kolesarje).

Kritika:

- Slaba povezava / integracija vseh poti in odsekov.
- Primanjkuje integrirana ponudba storitev in upravljanja, da bi se zagotovila polna uporaba.

Cilji in aktivnosti:

- Realizacija in izboljšava povezav med kolesarstvom in vodnimi potmi z integracijo ladje in kolesa, kot tudi povečanje primernih

- rešitev za povezavo vlaka in kolesa.
- Krepitev označevanja.
- Razvoj inovativnega sistema monitoringa turističnih tokov.
- Spodbujanje privatnega podjetništva za razvoj optimalnih storitev za kolesarske turiste.
- Krepitev promo-komunikacije na segmentu.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Prisotnost turistično-kolesarskih poti različnih težavnosti in razdalj. Po vsem pokrajinskem področju, predvsem pa v Parku Delte reke Pad. Največkrat so povezane z izleti z ladjami.
- Možnost izposoje koles tudi v kmečko-turističnih podjetjih.
- Kapilarna distribucija kolesarske mreže po področju.

Kritika:

- Fragmentarnost poti in nezadostna označenost.

Cilji in aktivnosti:

- Nadaljnji razvoj lokalne mreže.
- Realizacija in izboljšava povezav med kolesarji, s ciljem vključiti se v široko kolesarsko-turistično regionalno mrežo Veneta (Benečije) in Evrope, ter z namenom premagovanja kritičnih točk za varnost/dostopnost turističnih kolesarjev.
- Realizacija naprednih označb.
- Krepitev promo-komunikacije na segmentu.

D. POKRAJINA BENETKE

- Velika raznolikost turistično-kolesarskih poti različnih razdalj in težavnosti v pokrajini, ki gredo preko naravnih znamenitosti ter arheoloških najdišč (Beneški otoki, Cavallino Treporti, Jesolo-Eraclea, reka Greenway Livenza, tagliamento).
- Skupno število doseženih kolesarskih poti (55 km) izpopolnjuje gradnjo kolesarskega sistema Vzhodnih Benetk za 388 km in so povezane z sekundarnimi potmi z nadaljnjimi 223 km.

E. POKRAJINA TREVISO

- Velika raznolikost turistično-kolesarskih poti

različnih razdalj in težavnosti v pokrajini, ki gredo preko naravnih znamenitosti ter arheoloških najdišč (Prstan Montello in povezani pasovi: Treviso-Ostiglia ter pot Claudia Augusta Altinate).

- Različni promocijski instrumenti kot posledica številnih ponudb med sezono.
- Klub produkta "Treviso: Pokrajina športa".
- Povečan interes lokalne populacije, tako profesionalno kot amatersko.

Cilji in aktivnosti:

- Vključiti ljubitelje turističnega kolesarstva, da bi spoznali področje in njegove atrakcije (razvoj Kluba produkta).

F. POKRAJINA VIDEM

- Velika raznolikost turistično-kolesarskih poti različnih razdalj in težavnosti v pokrajini, ki gredo preko naravnih in zgodovinsko-kulturnih znamenitosti tako dolgih razdalj (Alpe Adria, pot Jadranskega morja, Pedemontano, Furlanske nižine, A 13 reke Nadiže) kot tudi kratkih razdalj (Alkimija pršuta, Cesta Manin, Krožna vzmetna pot, Dežele polente, mlinov in podeželskih mest, pridelovanja in lagun, okopov ter Velike vojne).
- Prisotnost Kluba produkta „Kolesarski hoteli“.
- Povečan interes lokalne populacije, tako profesionalne kot amaterske.
- Dobro strukturiran produkt.
- Dobra promocija področja in realizacija projekta "Razširjeno kolo", projekt, ki povezuje produkte in aktivnosti namenjene ljubiteljem kolesarjenja z dobrim bivanjem v hotelih razširjenih po področju.

G. POKRAJINA TRST

- Kolesarka pot od Golega vrha do kraja Ferluga in po kolesarski mestni poti, po stari železnici Giordano Cottur.
- Hoteli vključeni v mrežo Bici Hotels.

Kritika:

- Šibka ponudba kolesarskih poti predvsem v mestu.

Cilji in aktivnosti:

- Krepitev kolesarskih poti za boljšo povezavo

mesta in zaledja.

H. GORENJSKA REGIJA

- Veliko število kolesarskih poti: 152, 1.195 km (Radeče-Mojstrana, Radovljica-Bled, Škofja Loka, Kranjska Gora, Bohinj, itd.).
- Dobre možnosti za gorsko kolesarjenje v naravnem okolju z panoramskim razgledom.
- Dostopne cene.
- Dobro razvit produkt in povezan s sosednjimi državami (Avstrija, Italija).
- Organizacija različnih kolesarskih tekmovanj tako na cestah kot v gorah (Juriš na Vršič, vzpon na Blegoš, dirke po pobočjih Kranjske Gore, tekmovanje v Kranju, železni triatlon v Bohinju, dirka v spomin Mirku Krakarju, itd.).

Kritika:

- Regija ni prepoznavna na mednarodnem trgu kot destinacija za ta produkt.
- Veliki turistični centri menijo, da še ni strateški produkt.
- Razvoj produkta je voden na nivoju posameznih operaterjev.

Cilji in aktivnosti:

- Krepi obstoj bivalnih hiš, ki so specializirane za kolesarje in organizirane ter vodene izlete s prenosom prtljage z

vlakom ali avtom.

- Krepitev komercializacije produkta.

I. GORIŠKA REGIJA

- Veliko število kolesarskih prog: 90, 2.660 km (Gora Matajur, Kuk, Stol, Kojca, itd.).
- Ugodni okoljski pogoji in morfološka ustreznost, ki oblikujejo regijo za raj ljubiteljev gorskega kolesarstva.
- Dobra promocija produkta preko publikacij, zemljevidov in zložen.
- Produkt, ki ponuja priložnost razvoja na različnih lokacijah (Bovec).
- Prisotnost parka, ki je za navdušence odprt vse leto (Kanin).
- Dobro razvit produkt.
- Privlačnost stroškov.
- Institucionalni operaterji so zasedeni z razvojem ponudbe in razvojem novih poti.

Kritika:

- Manjka integrirana ponudba produkta na regionalnem nivoju.
- Pomanjkanje vodnikov za individualne in skupinske izlete.
- Slaba evidenca označb.
- Pomanjkanje infrastrukture in storitev.
- Pomanjkanje receptivnih struktur za kolesarje.

3.6. Turizem jahanja

A. POKRAJINA RAVENNA

- Prisotnost številnih konjeniških centrov po vsem področju.
- Prisotnost različnih jahalnih poti (Marina Romea/Marrani, Mreža Corolla della Ginestre).
- Dobra promocija produkta (S konjem jeseni v oktobru na morje, Corolla delle ginestre).

B. POKRAJINA FERRARA

- Nižinsko območje primerno za dejavnosti jahalnega turizma.
- Prisotnost številnih poti, ki gredo po pokrajini (Starodavne poti vode, Jahalna steza Ferrara, Park kliče Park: Delta reke Pad in Ptica).
- Prisotnost opremljenih poti in operaterjev, ki nudijo storitve "ad hoc" (konjeniški centri, počivalna območja, itd.).

- Obstaja vzreja konj Delta-Camargue, avtohtona vrsta konj, ki izhaja iz konja Camargue, v Konjeniškem centru Lido delle Nazioni.

Kritika:

- Fragmentacija storitev ponujenih s strani operaterjev in pomanjkanje telesa/strukture za upravljanje celotnih poti v Ferrari.
- Vzdrževanje poti.

Cilji in aktivnosti:

- Certifikacija jahalnih poti na področju Ferrare (PAL Leader Asse 4 2007-2013).
- Povezava z področjem ravenske Delte reke Pad.
- Izboljšava in krepitev storitev z organizacijo javno-privatnega sistema.

- Organizirati promo-komercializacijo produkta jahalnega turizma.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Nižinsko področje primerno za jahalno-turistične dejavnosti.
- Prisotnost številnih turistično-jahalnih poti, ki se vijejo okoli reke Pad in okoli drugih rek na področju Polesine.
- Možnost štarta iz kmečko turističnih podjetij na področju.
- Izdelava informativnega materiala z javno-privatno povezavo.

Kritika:

- Turistični produkt z majhno vrednostjo.

Cilji in aktivnosti:

- Spodbujati počasno mobilnost preko jahalnega turizma z gradnjo večih jahalnih stez.
- Povečati znanje o ježi v šolah tudi s terapevtskim namenom.
- Bolj vključiti lokalne akterje (na primer lokalne zdravstvene ustanove).
- Realizacija oznak.

D. POKRAJINA BENETKE

- Prisotnost številnih konjeniških centrov, konjušnic in jahalnih šol na vsem področju (Jesolo, Eracle Mare, Caorle, Musile di Piave, Bibione, ecc.).

E. POKRAJINA TREVISO

- Prisotnost številnih konjeniških centrov po vsem področju (33).
- Prisotnost različnih jahalno-turističnih poti

F. POKRAJINA VIDEM

- Nižinsko področje primerno za jahalno-turistične dejavnosti.
- Prisotnost številnih konjeniških centrov po vsem področju in pa kmečkih turizmov, ki nudijo storitev produkta.
- Prisotnost različnih jahalnih stez, ki gredo po manj poznanih lokacijah, vendar so zgodovinske, kulturne in gostinske vrhunske vrednosti (jahalna steza Doline Cormor, Dolini Nadiže in Del Torre, Furlanska nižina,

itd.).

G. GORENJSKA REGIJA

- Morfologija področja ponuja tipologijo različnih poti tako za začetnike kot izkušene jahalce.
- Prisotnost različnih jahalno-turističnih poti (Bled, Bohinj, jesenice, Kranjska Gora, Jezersko, Radovljica, Žirovnica, Škofja Loka in krožne ture po visoki Gorenjski, itd.).
- Prisotnost šol, konjeniških centrov in klubov.

Kritika:

- Produkt je v fazi razvoja in še ni integriran.
- Dostopnost pretežno z lokalnimi vodniki zaradi pomanjkanja primernih označb.
- Pomanjkanje kompleksne strategije v promociji produkta s strani konjeniških klubov, ki se omejujejo le na promocijo svoje lastne ponudbe.
- Nezadostna infrastruktura in gostinska ponudba.
- Pomanjkanje zemljevidov poti.

Cilji in aktivnosti:

- Izvedba projekta za razvoj produkta agencije Ragor.
- Povečati število poti in izboljšati označenost.
- Izdelati specifičen katalog.
- Promovirati produkt na sejnih.

F. GORIŠKA REGIJA

- Obstoje poti v kontekstu sanjskega okolja (Dolina Soče in trente, Lepena, Kobarid, Tolmin, Idrija, itd.).
- Obstoje konjeniškega festivala v Slapu ob Idrijci pri Tolminu.

Kritika:

- Nezadostno strukturiran produkt.
- Ponudba na področju je slaba.
- Primanjkuje promocija na regionalnem nivoju.
- Dejavnosti so razvite na nivoju posameznih operaterjev in samo lokalno.

Cilji in aktivnosti:

- Izvedba pristopa mreže med operaterji.
- Podpora promocije na regionalnem nivoju.

- Izboljšava označb.

3.7. Opazovanje ptic

A. POKRAJINA RAVENNA

- Obilje krajev, kjer se lahko izvaja dejavnost.
- Pobude in projekti osredotočeni na strukturiranje ponudbe opazovanja ptic v Parku Delte reke Pad (Pomlad slow 2010, Mednarodni ptičji sejem Delte reke Pad, Delta 2000).
- Povečanje ponudbe storitev izletov in vodnikov, specializiranih na produktu opazovanja ptic.

B. POKRAJINA FERRARA

- Obilje krajev, kjer se lahko izvaja dejavnost, predvsem na področju Parka Delte reke Pad, na strukturiranih poteh in opremljenih točkah (stolpiči za opazovanje ptic, točke opazovanje z zasloni, itd.). Šteje se tudi za IIBA (Pomembno ptičje področje, „Important Bird Area“): Beli Otok.
- Pobude in projekti osredotočeni na strukturiranje ponudbe opazovanja ptic v Parku Delte reke Pad (Pomlad slow 2010, Mednarodni ptičji sejem Delte reke Pad).
- Povečanje ponudbe storitev izletov in vodnikov, specializiranih na produktu opazovanja ptic.
- Projekti osredotočeni na integracijo operaterjev in povezati v mrežo ponudbo segmenta (na primer Kvaliteta Opazovanja ptic, Vodja+ 2000-2006).

Kritika:

- Nepoznavanje priložnosti ponudbe opazovanja ptic s strani operaterjev.
- Primanjkuje bolj strukturirana integracija ponudbe opazovanja ptic s ponudbo področja.

Cilji in aktivnosti:

- Na območju Parka Delte reke Pad se odvijajo zaključne politike in strategije za kategorizacijo območja kot najpomembnejše evropske destinacije za prakso opazovanja ptic v naravi.
- Opazovanje ptic, ustrezno in učinkovito integrirano z ponudbo umetnosti in kulture,

predstavlja široko in dolgoročno vrednost produkta na trgu.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Delta reke Pad ima izredno ornitološko dediščino z več kot 370 vrstami vodnih ptic, ptic selivk ter prehodnih ptic.
- Obstajajo štiri glavni kraji, kjer se izvaja opazovanje ptic (Pot južnih dolin, Oaza Ca`Mello, Dolina Canelle, Pad Maistra).

Kritika

- Številne strukture so slabo vzdrževane zaradi zaščitenega vpogleda.

Cilji in aktivnosti:

- Večje sodelovanje privatnih struktur za varstvo omenjenih področij.

D. POKRAJINA BENETKE

- 2 IBA (Pomembno ptičje območje): Cave Gaggio, Ca`Roman. Številni preostali kraji, kjer se lahko odvija dejavnost po lagunskem območju pokrajine (Caorle, Lio Piccolo, Valle Vecchia).

E. POKRAJINA TREVISO

- 1 IBA (Pomembno ptičje področje). Center štokelj Sile. Odlična razpoložljivost preostalih krajev, kjer se lahko odvija dejavnost, med temi skupek parkov in zaščenih območij prisotnih v pokrajini.
- Nerazvit produkt za turizem.

F. POKRAJINA VIDEM

- Obstoj številnih območij, kjer se odvija dejavnost tako v laguni (Parki Foci della Stella, Dolina Canal Nuovo, lagunski Marano, Otok Cona), kot tudi v zaledju (Naravni rezervat jezera Cornino, Oaza Quadris v Fagagn).

Kritika:

- Pomanjkljiva osveščenost operaterjev glede na povečana možnosti povezane z ponudbo opazovanja ptic.
- Primanjkuje bolj strukturirana integracija ponudbe opazovanja ptic s ponudbo področja.

Cilji in aktivnosti:

- Opazovanje ptic, ustrezno in učinkovito integrirano v ponudbo umetnosti in kulture, predstavlja široko in dolgoročno vrednost produkta na trgu.

G. GORENJSKA REGIJA

- Visok obstoj različnih vrst ptic selivk (več kot 200 od tega 163 vrst na poti izumrtja ali zaščitene).
- Obstoj ptic selivk in prehodnih ptic predvsem na jezeru Trboje blizu Kranja, kjer lahko najdemo več kot 120 vrst, na jezeru Bobovška. V notranjosti Narodnega Triglavskega parka pa gnezdi več kot 84 različnih vrst, ki so razširjene na področju Kamniško-Savinjskih Alp in Karavank.
- Znotraj programa LAGO so bila organizirana čezmejna potovanja za šolarje in turiste.
- Vsako leto v oktobru se organizira na jezeru Trbojsko evropski dan opazovanja ptic.

Kritika:

- Pomanjkanje mreže operaterjev.
- Pomanjkanje postaj za opazovanje.
- Pomanjkanje specializiranih vodnikov, izjema je ornitološka pot v Žirovnici.

Cilji in aktivnosti:

- Povečati in integrirati potencialne obiskovalce s povezavo z turističnimi kraji v bližini, ki so dobro obiskani.
- Povečati turistično trženje regije.
- Podpirati usposabljanje vodnikov.
- Organizirati sejme na tem področju z primernim in priljubljenim materialom.
- Izdelati brošure in zemljevide poti.

F. GORIŠKA REGIJA

- Visok obstoj različnih vrst ptic selivk v Narodnem parku Triglav.
- Številna območja za izvedbo dejavnosti (Breginjski kot, Kobariško mokrišče, Kolovrat, Trenta, Lepena, Koritnica, itd.).

Kritika:

- Pomanjkanje postaj za opazovanje.
- Neprimerna infrastruktura.
- Produkt privatno upravljan in neintegriran.
- Pomanjkanje strategij za razvoj produkta.

4. Strukturirani športni turistični produkti

4.1. Zimski športi

A. PROVINCIA DI TREVISO

- Obstoj nekaterih smučarskih stez za tek na smučeh, alpsko smučanje in pohodništvo v okolju daleč od gneče najbolj znanih smučišč na meji z pokrajino Belluno.
- Močan interes povpraševanja za ta produkt, tako na diletantskem kot na tekmovalnem nivoju.

Kritika:

- Visoka konkurenčnost sosednjih dolomitskih območij.
- Širok izbor struktur in storitev na kvalitativnem nivoju.
- Okoljske značilnosti, ki ne dovoljujejo

konstantne dejavnosti v primeru, ko je malo snega.

B. PROVINCIA DI UDINE

- Obstoj številnih smučarskih stez za alpsko smučanje, tek na smučeh in pohodništvo (Tarvisio, Ravascletto, Forni di Sopra, Sella Nevea).
- Visoko povpraševanje po tem produktu tako na diletantskem kot tekmovalnem nivoju.
- Možnost izkoriščanja smučarskih stez v Avstriji in Sloveniji preko čezmejnih poti.
- Dober obstoj produkta med zimsko sezono medtem ko je možnost upada poletne sezone.

Kritika:

- Močna konkurenčnost sosednjih območij (Benetke, Avstrija in Slovenija).
- Naslovljenost produkta na regionalnega potrošnika.
- Visoka zrelost smučarskega produkta.

Cilji in aktivnosti:

- Podpiranje inovacije zimskega sektorja s krepitvijo produkta preko integrativnih dejavnosti in pridobitev bolj pozorne klientele na igrive aspekte in manj občutljive na aspekte napora in športnega tekmovanja.

C. REGIONE DELLA GORENJSKA

- Idealno okolje za ta turističen produkt.
- Visoka številnost smučarskih stez (17), glavne so v Kranjski Gori, Krvavec in Vogel, Kobla, Stari Vrh in Soriška planina (127 km smučarskih stez in 133 km tekaških stez).
- Smučarski skoki so zelo razširjen šport, v Kranjski Gori in Planici se nahaja največja skakalnica na svetu (skakalnica velikanka).
- Možnost plezanja po ledu (Bohinj, Vršič, Jezersko, Kranjska Gora).
- Organizacija številnih mednarodnih športnih prireditev (Vitan Pokal, Smučarski skoki v Planici, Svetovni pokal v biatlonu na Pokljuki, itd.).
- Dobra ponudba zimskih dejavnosti (tek na smučeh, turno smučanje, krpljanje ali zimsko pohodništvo, plezanje po ledu, sankanje, itd.), na Krvavcu pa je možno bivanje v iglujski vasi.
- Dobra promocija na mednarodnem nivoju ter na regionalnem nivoju s specifičnimi programi (smučarski safari, tek na smučeh, krpljanje, itd.).
- Mednarodno priznanje regije v športnih prireditvah.
- Dobra infrastruktura.
- Atraktivnost cen.

Kritika:

4.2. Vodni športi

A. POKRAJINA RAVENNA

- Obstoje številnih pristanišč s skupno 2.150 mesti za ladje (Pristanišče Ravenna-Marinara, Marina Ravenna, Pristanišče Corsini, Marina

- Problem umetnega snega zaradi nizke geografske lege (velik del področij je pod 1200 m nadmorske višine).
- Neinovativna ponudba.
- Zastarele žičnice.

Cilji in aktivnosti:

- Podpirati razvoj integriranega trženja.
- Reklamirati enotno izkaznico.
- Specijalizirati ponudbo za otroke.
- Izboljšati receptivno kapaciteto struktur z uvedbo kvalitativnih standardov.
- Razširiti športni center na Pokljuki.

D. REGIONE DELLA GORIŠKA

- Cona, predvsem Bovec, z mrzlimi zimami, ki je primerna za zimske športe: smučanje in tek na smučeh (30 in 15 km stez).
- Promocija na narodnem nivoju preko katalogov in na lokalnem nivoju preko športnih agencij in privatnih operaterjev.
- Možnost prakticiranja tudi drugih oblik športa: izleti s sanmi z vlečnimi psi, s snežnimi loparji, plezanje po ledu, itd.).

Kritika:

- Vpliv Jadranskega morja in posledično milih zim, kar onemogoča Tolminu in Kobaridu ponudbo zimskih produktov.
- Odvisnost od vremenskih razmer (veter je pogosto problem na Kaninu).
- Obstoje dnevnega ali tedenskega turizma, tako domačega kot mednarodnega.

Cilji in aktivnosti:

- Podpirati investicije za izboljšavo konkurenčnosti ponudbe.
- Sistematizacija smučarskih stez za tek na smučeh (Idrska, Matajur).
- Podpirati produkt kot dodatno ponudbo v Tolminu in Kobaridu.

Romea, Casalborsetti, Pristanišče Reno, Cervia Marina).

- Obstoje krajev za izvedbo športnega ribolova (zalivi rek Reno, Lamone in Savio).
- Obstoje šol za jadranje in surfanje/ deskanje,

v največji meri upravljanje s strani društev in privatnih operaterjev, ki s prepoznavnostjo ne gredo preko lokalne vidnosti.

- Obstoje poti tako na morju kot v močvirnatih področjih Parka Delte reke Pad, v solinah in po kanalih Cervie.

B. POKRAJINA FERRARA

- Obstoje številnih pristanišč s skupno 784 mesti za ladje (Pristanišče Garibaldi-Pristanišče Canale, Marina degli Estensi, navtična ladjedelnica Brancaloni-Lido di Volano, Nautica Mondo-Lido di Volano, Pristanišče Goro - Goro).
- Obstoje krajev, kjer je možno prakticirati športni ribolov na zelo visokem nivoju turistične atraktivnosti.
- Obstoje veslaških centrov z jadrnicami, čolni na vesla, kanuji, deskami za surfanje ter deskanje (Ferrara, Berra, Comacchio, Codigoro, Goro).
Možnost dnevnih in nočnih izletov s kanuji po dolini Comacchio ali v Parku Delte reke Pad, ki jih organizirajo različna društva pokrajine Ferrara in sosednjih pokrajin.

Kritika:

- Vzdrževanje pristanišč in infrastrukture.
- Pomanjkanje specifičnih storitev.

Cilji in aktivnosti:

- Spodbujati rečno plovbo v povezavi z turističnim kolesarjenjem in slow turizmom na splošno.
- Razvoj integriranega turističnega sistema plovba-turistično kolesarjenje-opazovanje ptic.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Obstoje številnih operaterjev, ki organizirajo športni ribolov (9).
- Obstoje številnih pristanišč s skupno 1.940 mesti za ladje (Marina di Albarella, Pristanišče Barricata-Pristanišče Tolle, izliv reke Pad Pille-Pristanišče Tolle, Pristanišče Viro, Pristanišče Levante, Marina pristanišča Levante, nova marina Pristanišča Levante, turistično pristanišče Rovigo).
- Na vzhodni strani območja Polesine proti zaledju je prisotnih nekaj manjših privezov na reki Pad in drugih vodotokih.

- Obstoje jadrlnih šol (Otok Albarella, Marina pristanišča Levante).
- 4 možne strukturirane rečne poti na Delti reke Pad (Volta Grimana-pristanišče Levante-Adige, reka Pad pri Pile-reka Pad Maistra, Pad Donzella-Pad Tolle, Pad Goro-Pad Gnocca).
- Park Delte reke Pad ponuja 25 poti s kanuji (practicira se tudi v Canalbianco), največ jih je dosegljivih z javnim prevozom.
- Uporabo kanujev spodbujajo s številnimi športnimi iniciativami skozi vse leto in z dobro prisotnostjo/vidnostjo na internetu.

Kritika:

- Vzdrževanje pristanišč in struktur za vodne dejavnosti.

Cilji in aktivnosti:

- Spodbujati rečno plovbo v povezavi z kongresnim turizmom.

D. POKRAJINA BENETKE

- Obstoje številnih pristanišč s skupno 10.044 mesti za ladje v 47 pristaniščih.
- Številne vodne poti iz Delte reke Pad v Furlanijo prevozne z navtičnim turizmom.
- Obstoje krajev, kjer se lahko prakticira športni ribolov, predvsem na jezerih, od katerih je največji Lido di Jesolo.
- Prisotnost operaterjev športnega ribolova na odprtem morju (4).
- Prisotnost šol surfanja (5) in potapljanja (5).

E. POKRAJINA TREVISO

- Dejavnost veslanja, v kontekstu močne karakteristike.
- Obstoje poti kanujev (Sacile-Caorle po Livenzi) in raftanja (spusti od centrale Silea do pristanišča Cendon).
- Obstoje krajev, kjer je možno prakticirati športni ribolov, predvsem na jezerih.

Kritika:

- Zelo fragmentirana in skorajda neobstoječa ponudba.
- Pomanjkanje storitev in pristanišč.

F. POKRAJINA VIDEM

- Veliko število marin, opremljenih privezov s tehničnimi kakovostnimi storitvami.
- Bližina marin v turističnih centrih obale.
- Razvoj koncepta navtične postaje, kateri center je opremljen za opravljanje navtičnega športa in vodnih aktivnosti (Punta Verde, Sveti Jurij, Capo Nord, itd.)
- Obstoje pomebnih navtičnih prireditev v bližini (Barcolana) in specializiranih sejmov (Aprilia Marittima).
- Možnost prakticiranja vodnih športov, kot so surfanje, deskanje, smučanje na vodi, jadrnanje, itd. z visoko kvalificiranim kadrom (Wind Village Lignano), pa tudi raftanje in soteskanje (Sauris, Tolmezzo, Moggio, Villa Santina, Chiusaforte, itd.).

Kritika:

- Cene storitev marin glede na slovenska in hrvaška področja.
- Zamuljevanje (zapeščevanje) pristanišč.

Cilji in aktivnosti:

- Podpirati vodni turizem (yachting) s ponudbo slow: izposoja koles, konjeniški centri, pohodi, itd.
- Podpirati razvoj vodnega turizma kot instrumenta poznavanja področja.
- Razviti ponudbo slow specifično za turizem“ ugrizni in zbeži.“

G. POKRAJINA TRST

- Prisotnost navtičnih privezov: eden v sugestivnem Pristanišču Sv. Rok v Miljah in eden v osrčju mesta, Marina Sv. Justa.
- Prisotnost jadrlnih klubov, ki nudijo tečaje jadrnanja in veslanja.
- Organizacija Barkolane, zgodovinska evropska jadrlna regata.

H. GORENJSKA REGIJA

- Obstoje številnih jezer in rek za ribolov (12 tisoč ha) (Sava, Sava Dolinka, Sava Bohinjka, itd.)
- Dobro razvit in strukturiran produkt, ki se uporablja kot dodatna ponudba.
- Odlični pogoji za prakticiranje raftanja (reka

Sava), plovba, veslanje (Bled), potapljanje (jezera Bled in Bohinj).

- Promocija se izvaja preko informativnih centrov, interneta, športnih agencij, brošur in publikacij.

Kritika:

- Turistični produkt za dnevno rabo.

Cilji in aktivnosti:

- Skrb za naravo in preprečevanje onesnaževanja voda.
- Krepitev in izboljšava promocije glede na to, da so vodni športi eden izmed glavnih razlogov prihoda.
- Izboljšava kvalitete produktov s ciljno in definirano ponudbo.

I. GORIŠKA REGIJA

- Obstoje reke Soče, ene izmed najbolj zaželenih destinacij vse Evrope.
- Dobro strukturiran produkt, ki ponuja različne vrste dejavnosti na reki.
- Ribolov je glavna turistična dejavnost v regiji.
- Širok izbor ponudbe in vodeni izleti s kajaki.
- Možnost prakticiranja ostalih dejavnosti kot: hydrospeeding (reka Soča), veslanje (Bovec), vožnja s kajaki, riverbug (oblika čolna), itd.).

Kritika:

- Preveč športnih tujih agencij, ki ponujajo storitve.
- Turistični produkt za dnevno rabo.

Cilji in aktivnosti:

- Krepitev in izboljšava promocije glede na to, da so vodni športi eden izmed glavnih razlogov prihoda.
- Izboljšava dostopa do storitev.
- Vključiti sistem koncesij, ki bo omejeval konkurenco tujih podjetij.
- Krepitev sistema parkirišč za ribiče (reka Soča, Bača, Trebušica, Tolmin).
- Ohranjanje soške marmorizirane postrvi in lipana in preprečitev vključitve drugih neavtohtonih vrst.
- Preprečevati aktivnosti divjega ribolova.

4.3. Zračni športi

A. POKRAJINA RAVENNA

- Prisotnost letalskega kluba s šolo letenja, z zmajarstvom in z jadralnim padalstvom (Letalski klub Ravenna "F. Baracca", Letalski klub Ravenna št. 66) in z padalstvom. (Pull Out Ravenna).
- Organizacija prireditev močnega značaja, kot Mednarodni festival zmajarstva in Sprint kite news (leteča Cervia) in panoramska vožnja z letalom preko kulturnih in naravnih znamenitosti (Ravenna z zraka).

B. POKRAJINA FERRARA

- Prisotnost letalskih klubov s šolo letenja, z motornimi zmaji, jadralnim padalstvom in padalstvom (Društvo letenja Delta 2000, Letalski klub „Fabbri“, Letalski klub jadralnega letenja Ferrara "Mario Naldini", Center študija jadralnega letalstva območja Pada).
- Organizacija vožnje z balonom na vroč zrak.

C. POKRAJINA ROVIGO

- Prisotnost letalskih klubov s šolo letalstva in z zmajarstvom (Letalski klub Rovigo "Luciano Baldi").
- Aktivacija spodbude za pridobitev boljše prepoznavnosti preko internetnih strani.

D. POKRAJINA BENETKE

- Prisotnost kluba, ki organizira tečaje padalstva (Letalski klub Benetke, Narodno društvo padalcev Italije) in zmajarstva (AirBorne Italia Deltaplano).
- Mednarodni zbor letalcev Eraclea Mare.

E. POKRAJINA TREVISO

- Prisotnost številnih znamenitosti športnega letenja (jezera Revine, Gora Grappa, Gora Pizzoc, Col Visentin).
- Višji nivo kvalitete ponudbe.
- Prisotnost platforme (ploščadi) Borso del Grappa, ki privlači praktikante celotne Italije in Evrope (prosto letenje, jadralno padalstvo, zmajarstvo).

F. POKRAJINA VIDEM

- Prisotnost krajev, kjer je možno prakticiranje zračnih športov (jadralno padalstvo, itd.). kot Gora Cuarnan.
- Dobre klimatske razmere za ta tip aktivnosti, ker prejema ugodne toplotne tokove iz bližnjega Jadrana.
- Prisotnost letalskega kluba s šolo letenja.

G. GORENJSKA REGIJA

- Visoka številnost krajev, kjer je možno prakticirati zračni šport: jadralno padalstvo, akrobatsko padalstvo, itd. (Begunje, Kriška Gora, Vogel in Studor, Dražgoška Gora, itd.).
- Dobre klimatske razmere za ta tip aktivnosti.
- V bližini Bleda in Radovljice se nahaja pomemben center za letalske športe Lesce, kjer se lahko uporablja motorni zmaj, prakticira jadralno padalstvo, letalske športe, možno je najeti letalo taxi ali pa se panoramsko voziti z letalom.
- Promocija in trženje preko specializiranih društev.

Kritika:

- Turistična ponudba je nestrukturirana in lokalno realizirana.
- Slaba promocija in trženje.

Cilji in aktivnosti:

- Promovirati produkt kot dodatno ponudbo.
- Garantirati možnosti izvedbe preko vsega leta tudi v zimskih mesecih.
- Promovirati pristop k mreži.

F. GORIŠKA REGIJA

- Visoka številnost krajev, kjer se lahko prakticira letalski šport: jadralno padalstvo, akrobatsko padalstvo, itd. (Bovec, Stol, Kobala, Kanin).
- Dobre klimatske razmere za ta tip aktivnosti.
- Kompleksno dobro strukturiran produkt.
- Športno letališče v Bovcu se smatra za enega najlepših letališč v Alpah.

Kritika:

- Slaba povezanost z mrežo operaterjev.

Cilji in aktivnosti:

- Izboljšati dostop do enega najbolj pomembnih krajev za padalstvo (Stol).

4.4. Športni objekti

A. POKRAJINA RAVENNA

- Obstoje klubov in golf igrišč s klubskimi hišami in igrišči za vadbo (Adriatic Golf Klub Cervia, Rio Golf La Torre, Golf Klub Faenza Le Cicogne).
- Organizacija in promocija turističnih paketov na mednarodnem nivoju, ki ga izvaja Emilia Romagna Klub.
- Obstoje številnih klubov in igrišč za tenis.

B. POKRAJINA FERRARA

- Obstoje klubov in golf igrišč s klubskimi hišami in igrišči za vadbo (Argenta, CUS, Fossadalbero, Ca`Laura).
- Organizacija in promocija turističnih paketov na mednarodnem nivoju, ki ga izvaja Emilia Romagna Klub.
- Obstoje številnih klubov in igrišč za tenis.
- Obstoje preostalih športnih objektov kot: kartodrom (gokard pista) (Lido di Pomposa, Migliaro), mednarodno strelišče s sterljanjem na tarčo (Ferrara), steza za vožnjo z mini motorji (Ferrara), lokostrelstvo (Ferrara).

C. POKRAJINA ROVIGO

- Obstoje klubov in golf igrišč s klubskimi hišami in igrišči za vadbo (Rovigo in Albarella).
- Obstoje številnih klubov in igrišč za tenis.
- Obstoje profesionalnih objektov za streljanje na tarčo (Adria in Rovigo).
- Obstoje naprednega modernega objekta za motocross (Adria International Raceway-Jadransko mednarodno dirkališče) in še enega v Occhiobellu.

D. POKRAJINA BENETKE

- Obstoje klubov in golf igrišč s klubskimi hišami in igrišči za vadbo (Pra`delle Torri, Nave, Benetke, Jesolo).
- Obstoje številnih klubov in igrišč za tenis.

- Garantirati dostop preko vsega leta tudi v zimskih mesecih (Tolmin).
- Promovirati integrirano ponudbo med občinami v regiji.

E. POKRAJINA TREVISO

- Obstoje klubov in golf igrišč s klubskimi hišami in igrišči za vadbo (Villa Condulmer, Ca` della Nave, Castelfranco Ca` Amata, Consiglio, Asolo, I Salici, Sport Hotel All`Ancora).
- Obstoje številnih klubov in igrišč za tenis.
- Prisotnost Kluba produkta „Treviso: Pokrajina športa“.

F. POKRAJINA VIDEM

- Obstoje klubov in golf igrišč s klubskimi hišami in igrišči za vadbo (Golf Klub Tarvisio, Udine (Videm) v Fagagn, Chiasiellis Mortegliano, Lignano).
- Široka ponudba športnih produktov.
- Dobra športna infrastruktura in tudi mednarodnega značaja (stadion za slalom Sella Nevea).

G. POKRAJINA TRST

- Prisotnost klubov in golf igrišč, s club house in vadbenimi igrišči, veliko bazenov v mestu in eno plavalno središče, zgrajeno pred nedavnim, ki gosti državna in svetovna plavalna.
- Prisotnost številnih jadrskih klubov z možnostjo obiska tečajev jadrarja in veslanja.

H. GORENJSKA REGIJA

- Obstoje klubov in golf igrišč s klubskimi hišami in igrišči za vadbo (Golf Court (igrišče) na jezeru Bled, Kraljevo igrišče, Brdo).
- Obstoje številnih klubov in igrišč za tenis (105).
- Obstoje centrov za plezanje in naravnih telovadnic na ledu (Mlača v Kranjski Gori).
- Široka ponudba športnih produktov
- Široka prepoznavnost športnih produktov na internetu in preko promocijskega materiala.
- Dobra športna infrastruktura.
- Interes osrednje vlade za investicije v

športno infrastrukturo, ki je povezana z turizmom.

Kritika:

- Produkt golf ni dovolj razvit.
- Številne športne infrastrukture so bolj orientirane bolj lokalno kot na turiste.
- Številne športne strukture niso povezane z turističnimi produkti.

Cilji in aktivnosti:

- Podpirati povezavo z golf igrišči v Avstriji in Sloveniji.
- Podpirati podobo regije kot destinacije za golf.

I. GORIŠKA REGIJA

- Obstoje klubov in golf igrišč s klubskimi hišami in igrišči za vadbo (Bovec).
- Obstoje številnih klubov in igrišč za tenis.
- Prisotnost umetne stene za plezanje (Kobarid, majhen center za plezanje, Dolina Soče pri Nadiži, Čiginj, Senica, Pisano, itd.).
- Široka prepoznavnost športnih produktov na internetu in preko promocijskega materiala.

Cilji in aktivnosti:

- Pomanjkanje velikih načrtov za razvoj tega sektorja.
- Zagotoviti vzdrževanje obstoječih sten za plezanje.
- Vključiti poletne aktivnosti v Tolminu.
- Priskrbeti posebno ponudbo za otroke.

5. Blagovne znamke

Poroča se o obstoječi situaciji glede certifikacije vpletenega področja, ki je vključen v čezmejni projekt Slow Tourism, in sicer o slovenski Gorenjski in Goriški, deželah Furlanije

A. RECEPTIVNOST



Green Globe (Zeleni Globus) je blagovna znamka mednarodne certifikacije, ki sloni na linijah vodnika ISO 19011 in je podeljena receptivnim strukturam vsega sveta, ki upoštevajo zahtevane kriterije. Green Globe „Zeleni Globus“Certifikat je član TSC (Tourism Sustainability Council- „Turistični svet trajnosti“).



Evropski znak za okolje, je vključen s predpisom CE n. 1980/2000, in je blagovna znamka

Julijske Krajine, Veneta in Emilie Romagne, kar se tiče razmer na področju receptivnih struktur, gostinske dejavnosti, varstva okolja in preostalih dejavnosti.

ekološke kvalitete za produkte in storitve, z zmanjšanim vplivom na okolje. V turističnem sektorju je certifikacija lahko zahtevana s strani hotele, kampov ali alpskih koč. Pred kratkim so možnost razširili tudi na termalne strukture.



Certifikat „Italijanska gostoljubnost“ - Ospitalità Italiana je promoviran s strani ISNART- „Narodnega inštituta za turistične raziskave“- in Gospodarske Zbornice. Vrednotenje je izvedeno s strani Pokrajinske Komisije in je lahko dodeljena tako receptivnim strukturam, kot tudi gostinskim podjetjem.



V letu 2001, je bil financiran projekt VISIT z namenom harmonizacije osnovnih standardov. Italija je prisotna z znakom za okolje

„Turistična okoljska liga“- Legaambiente Turismo, v katero so vključili v letu 2010 približno 400 receptivnih struktur.



Privatna italijanska skupina, v katero se lahko vključijo hotelirji s povpraševanjem. Z blagovno znamko okoljske kvalitete EcoWorldHotel- „Svetovni Eko Hotel“, se garantira zavezanost k spoštovanju okolja. Skupina poseduje tudi Eco-Shop- „Eko Trgovino“, ki ponuja ekološko hotelsko pohištvo.



Blagovna znamka namenjena strukturam v Sloveniji, ki ponujajo svojim gostom storitve namenjene otrokom.



S tem logotipom se označujejo receptivne zmogljivosti in avtokampi, s ponudbo prirejeno za kolesarje. Točkovanje (od 1-5 koles) je osredotočeno na stalne kriterije. Ta logotip dodeljuje slovenske turistična organizacija.



S to blagovno znamko so označene receptivne strukture s storitvami namenjenimi pohodnikom. Točkovanje, osnovano na določenih kriterijih, gre od enega do petih pohodnikov. Ta blagovna znamka je dodeljena s starni Slovenske turistične organizacije.

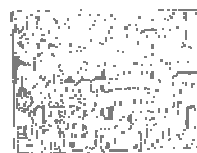
B. GOSTINSTVO



Certifikat „Italijanska gostoljubnost“ - Ospitalità Italiana je promoviran s strani ISNART- „Narodnega inštituta za turistične raziskave“- in Gospodarske Zbornice. Vrednotenje je izvedeno s strani Pokrajinske Komisije in je lahko dodeljena receptivnim strukturam, katerim je dodeljen certifikat: „Italijanska kvaliteta gostinskih podjetij“.



Kartica kvalitete „Kvaliteta Ferrare“ je bila osnovana s strani Združenja proizvodnih dejavnosti Ferrare, s sodelovanjem Združenja lokalnega zgodovinskega centra omenjenega mesta. Cilj tega certifikata je označiti tiste lokale v liniji turistične poklicanosti mesta in njegovih gastronomskih specijalit.



Zgodovinski lokali Italije so kulturno združenje, ki ima brez dobičkonosnega cilja, poslanstvo vrednotenja in skrbi za najstarejše in prestižne lokale, z najmanj sedemdesetimi leti življenja, ter so nosilci zgodovine Italije preko dogodkov in osebnosti, ki so obiskovale te lokale.



Blagovna znamka razvita s strani gostincev Kobarida za luksuzne restavracije visokega nivoja.



Ta blagovna znamka je dodeljena slovenskim produktom, ki izhajajo iz biološkega kmetijstva. Produkti s to blagovno znamko imajo na etiketi tudi ime proizvajalca ter izvor produkta. Ta certifikat je dodeljen s strani ISD, Inštituta za trajen razvoj, po kriterijih, ki jih določa Mednarodna skupnost Združenj ekološkega kmetijstva.

C. STORITVE



Evropski znak za okolje, je vključen s predpisom CE n. 1980/2000, in je blagovna znamka ekološke kvalitete za produkte in storitve, z zmanjšanim vplivom na okolje. Bil je dodeljen različnim strukturam in produktom področja.



Kolesarska pot Eurovelo 8 je ena izmed 12 kolesarskih poti, ki jih je ustanovila Evropska kolesarska federacija in obsega 3.800 km. Cilj je promovirati razvoj kolesarske evropske mreže in razviti uporabo kolesa s strani evropskega prebivalca, s promocijo trajnega in zdravega turizma.



Cilj Kartice kvalitete turističnih storitev za občine pokrajine Ravenna, je skrbeti za pravice turistov in pravice turističnih operaterjev s prekvalifikacijo turistične ponudbe. Kartica definira minimalne kvalitativne standarde za hotelske strukture, extra-hotelske in preostale receptivne vrste, kot tudi za termalne

strukture, gostinske, rekreativne aktivnosti in kopališke objekte.



Didaktične kmetije so ponavadi kmečki turizmi, ki so certifikat pridobili po različnih pokrajinah po določenem času obstoja in so dodeljeni bolj preko kmetijskih združenj kot pa preko pokrajinskih organizacij. Ne obstaja enoten logotip za vso državno področje.



Klub produkta je prostovoljna vključitev različnih operaterjev, ki se ukvarjajo z različnimi dejavnostmi (golf, morje, aktivni turizem, gostoljubje, storitve). Za vsak produkt se določi specifikacija, ki določa kriterije in standarde ponavadi definirane s strani regijskih ali pokrajinskih turističnih organizacij, ki imajo nalogo paziti nad efektivno rabo.



S to blagovno znamko se nakazujejo receptivne strukture in kampi z okoljem in storitvami primernimi za osebe s posebnimi potrebami. Dodeljen je s strani Slovenskega združenja SENT (Slovensko združenje za duševne bolezni).



V kampih za kolesarje se lahko pridobi vse pomembne informacije glede kolesarskih stez in poti, ki so prisotne v okolici. Opremljeni so z vsemi potrebnimi storitvami, ki jih potrebujejo tisti, ki potujejo z kolesom. Takšni kampi za kolesarje so na Bledu in Koren v Kobaridu.



Blagovna znamka označuje tiste informacijske točke, kjer je možno pridobiti zemljevide prehodnih kolesarskih poti in potrditev krajev, kjer je možno voziti kolo. Nudijo informacije o multimodalnem transportu ter teh istih informativnih točkah, obstaja možnost izposoje kolesa in spoznavanja krajev, kjer se lahko s kolesom ustaviš ter je na razpolago vsa potrebna asistenca. Te pisarne se nahajajo v: Škofji Loki, Kranjski Gori, Radovljici, Bohinju, Bledu, Kranju in v Goriški regiji v: Bovcu in Kobaridu.

D. OKOLJE



Blagovna znamka "Modra zastava" je mednarodni certifikat, ki daje kvaliteto okolja turističnim marinam in plažam. Projekt je voden preko organizacije „Fundacije za okoljsko izobraževanje“ (FEE). Glaven cilj je promovirati trajno vodenje področja s serijo indikatorjev pozornosti in skrbi ta okolje.



EDEN, „Posebne evropske destinacije“, je blagovna znamka Evropske Unije, ki promovira prakso trajnega razvoja turizma. Projekt predvideva vsako leto imenovanje ene posebne destinacije za vsako državo, ki sodeluje. V zadnjih letih so bile izbrane posebne destinacije v Sloveniji: Dolina Soče (2008), Solčavsko (2009) in reka Kolpa (2010).



Oranžna zastava je blagovna znamka Potovalnega italijanskega kluba, ki je dodeljen majhnim italijanskim krajem, ki so posebni zaradi vrednosti kulturne dediščine, skrbi za okolje, dostopa in izkoriščenosti virov, receptivne kvalitete, gostinske ponudbe in tipičnih produktov.



Avtentični italijanski kraji je združenje, ki promovira razvoj in vrednotenje karakterističnih italijanskih krajev ter majhnih in srednjih občin z največ 5.000 prebivalci in z arhitekturno, kulturno in identifikacijsko dediščino posebnega značaja.



UNESCO, Organizacija Združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo. Vsaka država članica izpolni vsak pet let seznam predlogov znamenitosti, ki kandidirajo. Trenutno seznam svetovne dediščine vključuje 890 znamenitosti. Svetovna dediščina UNESCO vključuje glavne arheološke, pokrajinske in zgodovinske svetovne znamenitosti.



Ta certifikat je dodeljen s strani Kluba "Najlepši kraji Italije", ki je del Državnega združenja italijanskih občin. Obstajajo različni kriteriji, kateri se morajo spoštovati ob pristopu, med temi tudi maksimalno število prebivalcev 15.000 in pa obstoj arhitekturne in /ali naravne dediščine, certificirane preko predlagalne občine in/ali preko Poznavanja Lepih Umetnosti.



S to blagovno znamko so označene preko Ministrstva za kmetijstvo Slovenije, ekološke in biološke kmetije, ki ponujajo svojim gostom zdravo okolje in biološko hrano svoje proizvodnje.

6. Spletne strani

Splet postaja čedalje bolj pomembno orodje za turista za iskanje informacij in izvedbo rezervacij za potovanja. To poglavje vsebuje

A. EMILIA-ROMAGNA

- <http://www.emiliaromagnaturismo.it>
- <http://www.emiliaromagnaterme.it>
- <http://www.adriacoast.com>
- <http://www.appenninoeverde.org>
- <http://www.cittadarte.emilia-romagna.it>
- <http://www.winefoodfestivalemiliaromagna.com>
- <http://www.archeoavventura.it>
- <http://www.parcodeltapo.it>

A.1. POKRAJINA RAVENNA

- <http://www.provincia.ra.it>
- <http://www.provincia.ra.it/Argomenti/Turismo>
- <http://ravennaintorno.provincia.ra.it>
- <http://dev.racine.ra.it/sistemamusei>
- <http://www.ravennaincoming.it>
- <http://www.cerviaturismo.it>
- <http://www.terredifaenza.it>

A.2. POKRAJINA FERRARA

- <http://www.provincia.ferrara.it>
- http://www.provincia.ferrara.it/turismo_sport
- <http://www.ferraterraeacqua.it>
- <http://www.ferraraforum.com>
- <http://www.castelloestense.it>

B. VENETO

- <http://www.veneto.to>
- <http://www.veneto-agriturismo.it>
- <http://www.villevenete.net>
- <http://www.turismoqualita.it>
- <http://www.promoveneto.it>
- <http://www.venetofacile.it>
- <http://www.3dolomiti.it>
- <http://www.nuovocadore.it>

najvažnije internetne povezave ustanov vključene v projekt Slow Tourism.

- <http://www.parcodeltapo.org>

B.1. POKRAJINA ROVIGO

- <http://www.provincia.rovigo.it>
- <http://www.polesineterratradduefiumi.it>
- <http://www.smpolesine.it>
- <http://www.rovigotourism.com>

B.2. POKRAJINA BENETKE

- <http://www.provincia.venezia.it>
- <http://www.turismo.provincia.venezia.it>
- <http://www.turismovenezia.it>
- <http://ecoturismo.provincia.venezia.it>
- <http://osservatorio.provincia.venezia.it>

B.3. POKRAJINA TREVISO

- <http://www.provincia.treviso.it>
- <http://turismo.provincia.treviso.it>
- <http://visittreviso.it>

C. FURLANIJA JULIJSKA KRAJINA

- <http://www.turismofriuliveneziagiulia.it>
- <http://www.agriturist.it>

C.1. POKRAJINA VIDEM

- <http://www.provincia.udine.it>
- <http://www.provincia.udine.it/tempolibero/turismo>
- <http://www.terrediaquileia.it>
- <http://www.provincia.udine.it/musei>
- <http://www.montagnasenzaconfini.it>
- <http://www.ecomuseoaltofriuli.it>
- <http://www.castellipatriarcali.it>
- <http://www.vieniatrovarci.it>
- <http://www.turismoruralefvg.it>
- <http://www.stradadelvinoaquileia.it>
- <http://www.spazidelfare.it>
- <http://www.carnia.it>
- <http://www.parcodolomitifriulane.it>

- <http://www.viamalghe.com>
- <http://www.iulia-augusta.com>
- <http://www.nediskedoline.it>

C.2. POKRAJINA TRST

- <http://www.provincia.trieste.it>
- <http://www.retecivica.trieste.it>
- <http://www.triestecultura.it>
- <http://www.triesteturismo.net>
- <http://www.promotrieste.it>
- <http://www.carsonatura2000.it>
- <http://www.carsoweb.com>
- <http://www.marecarso.it>

D. SLOVENIJA

- <http://www.slovenia.info>
- <http://www.slovenian-alps.com>
- <http://www.sloveniaholidays.com>
- <http://www.termegiz.si>
- <http://www.turisticnekmestije.si>
- <http://www.zgodovinska-mesta.si>
- <http://www.hisestradicijo.com>
- <http://www.slovenia-cycling.com>

D.1. GORENJSKA REGIJA

- <http://www.tnp.si>
- <http://www.bsc-kranj.si>
- <http://www.crtp-kranj.si>
- <http://www.tourism-kranj.si>
- <http://www.kranjska-gora.si>
- <http://www.bohinj.si>
- <http://www.bled.si>
- <http://www.jesenice-tourism.net>
- <http://www.lto-blegos.si>
- <http://www.zirovnica.eu>

D.2. GORIŠKA REGIJA

- <http://www.tolmin.si>
- <http://www.kobarid.si>
- <http://www.bovec.si>
- <http://www.dolina-soce.si>
- <http://www.trenta-soca.si>
- <http://www.smaragdna-pot.com>
- <http://www.posocje.net>



SWOT ANALIZA ČEZMEJNEGA O- BMOČJA



Navedene prednosti in pomanjkljivosti ter priložnosti in grožnje posameznih območij služijo kot podlaga za oblikovanje intervencijskih strategij za italijansko-slovensko čezmejno območje na področju turizma, še zlasti za slow turizem.

1. Uvod

SWOT je okrajšava za *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*, oziroma za prednosti in pomanjkljivosti (notranji dejavniki) ter priložnosti in grožnje (zunanji dejavniki). Glavni namen SWOT analize je podati jasno sliko in zagotoviti podlago za oblikovanje alternativnih strategij oziroma razvojnih načrtov (Del Bianco et al. 2010; Gasparini et al. 2003; Zago 2001).

V danem primeru gre za določitev omejitev in razvojnih potencialov na področju turizma, še zlasti počasnega, *slow* turizma, na italijansko-slovenskem čezmejnem območju, ki je vključeno v projekt *Slow Tourism* bodisi kot enovito območje bodisi kot skupek manjših partnerskih enot.

Predstavljena SWOT analiza vsebuje naslednje štiri faze:

(a) Določitev značilnih elementov analize (prednosti, pomanjkljivosti, priložnosti, grožnje) ter določitev njihove teže z vidika vzdržnosti oziroma možnosti uresničitve;

(b) Merjenje pomembnosti posameznega notranjega/zunanjega oziroma pozitivnega/negativnega dejavnika;

(c) Izdelava teoretičnih modelov in alternativ na podlagi sproženih dejavnikov ter določitev najbolj primernih intervencijskih strategij;

(d) Določitev usmeritev za vsako posamezno strategijo z namenom, da se izpostavijo prednosti, odpravijo pomanjkljivosti, izkoristijo priložnosti ter izpodbijajo tveganja in grožnje.

2. Elementi SWOT analize

2.1. Sistem zbiranja podatkov

Za namene pridobivanja podatkov, ki so potrebni za izvedbo SWOT analize, je bil v juniju 2010 oblikovan vprašalnik, in sicer na Oddelku za politične in družbene vede Univerze v Trstu. V dogovoru s partnerji, odgovornimi za izvedbo dane faze, je bil vprašalnik razdeljen le na nivoju italijanskih pokrajin in slovenskih statističnih regij ter ni bil posredovan ostalim projektnim partnerjem. Izpolnjevanje vprašalnikov je potekalo pod neposrednim nadzorom s strani Vodilnega partnerja Delta2000, v sodelovanju z družbo E-constat iz Bologne za Pokrajini Emilia Romagna

in Benečija, v sodelovanju z Oddelkom za politične in družbene vede Univerze v Trstu za Deželo Furlanijo Julijsko Krajino in Regionalno razvojno agencijo Gorenjske, ter v sodelovanju s Poslovno podpornim centrom Kranj za statistični regiji Gorenjska in Goriška.

Vprašalnik je sestavljen iz dveh delov: prvi se nanaša na prednosti in pomanjkljivosti območja (*notranji dejavniki*), drugi pa na priložnosti in tveganja oziroma grožnje (*zunanji dejavniki*).

Tako za notranje kot zunanje dejavnike SWOT analize so bili elementi porazdeljeni v pet kategorij, in sicer:

- Teritorij in okolje;
- Gospodarstvo in družba;
- Dostopnost;
- Institucionalna podpora in ugled;
- Turistična dostopnost.

V vprašalniku je bil zajet spisek elementov, z namenom, da se za vsako območje pridobi kar največji nabor homogenih informacij. Pri vsakem elementu SWOT analize, ki je bil ponujen kot prednost ali pomanjkljivost, je bilo sodelujočim podano navodilo, da se z X označi njegova vzdržnost skozi čas (*nobena, nizka, srednja, visoka*), kot tudi, da se označi, ali bo dani element ohranil svoje značilnosti v srednjeročnem

obdobju. Za priložnosti in grožnje je navodilo narekovalo, da se z X označi možnost uresničitve v srednjeročnem obdobju (*nobena, negotova, skoraj gotova, gotova*).

Med fazo obdelave podatkov je bilo potrebno ponovno definirati lestvico prednosti in pomanjkljivosti, saj so vsi partnerji osredotočili svoje odgovore zgolj na področje prednosti. Štiristo-penjska lestvica (*nobena, nizka, srednja, visoka*) je bila za tem razdeljena na dva dela, s čemer je prvima dvema stopnjama ustrezala situacija s pomanjkljivostjo (*močno ali šibko*), medtem ko je ostalima dvema stopnjama ustrezala situacija prednosti (*srednja ali visoka*). S tovrstnim posegom je bilo omogočeno ohraniti porazdelitev elementov znotraj dejavnikov *Prednosti* in *Slabosti*, kjer pa je potrebno poudariti, da so slabosti, iz vidika časovne vzdržnosti, šibkejšje od prednosti.

2.2. Teritorij in okolje

V odnosu do teritorija in okolja je bilo določenih osem elementov. Obstoječi dejavnik opisuje teritorij italijanskih pokrajin in slovenskih statističnih regij iz vidika podnebja, prisotnosti varovanih območij, oskrbovanih območij, raznolikosti in kakovosti kulturne in naravne dediščine, živalske in rastlinske raznolikosti in standardov kakovosti lokalnih izdelkov.

V splošnem so vse italijanske pokrajine bogate z zaščitnimi območji, ki jih odlikujeta tako izbrana živalska populacija kot tudi rastlinska raznolikost. Zaledje Ravenne ima visoko naravno vrednost, še zlasti, ker je prepoznano kot najbolj vlažno italijansko območje. Podnebne razmere (še zlasti v zimskem času) zaznamujeta vlažno podnebje in prisotnost goste megle. Omenjena okoliščina, ki sama po sebi ne bi predstavljala prednosti, pa postane privlačna z vidika *slow* turista, saj ponuja razpoloženja in sugestije, ki se jim je možno prepustiti. Enako lahko rečemo za teritorij pokrajine Ferrara, kjer se ob kulturni in zgodovinski dediščini ponuja še naravna, čeprav ne vedno prvovrstna, vendar pa s poudarkom na posebnosti delte reke Pad, podeželskih običajih in navadah.

Teritorij *Rovigo* se ponaša s prednostmi na svojem vzhodnem delu, kjer se razprostira Park delte beneškega Pada. Žal je v letu 2009 občina Rovigo kar 90-krat presegla dovoljene količine onesnaženosti in tudi iz tega razloga omenjena pokrajina zaseda 84. mesto na področju okolju

prijaznih italijanskih dežel (statističnimi podatki Istat). Teritorij *Benetk*, kot tudi teritorij *Trevisa*, *Vidma* in *Trsta*, odlikuje visoka kulturna, zgodovinska in naravna dediščina, ki je zelo raznolika in kjer se izkazuje posebna skrb kakovosti in širokemu obsegu enogastronske ponudbe.

Na slovenskem teritoriju predstavlja območje *Gorenjske* bogato in dobro zaščiteno kulturno in naravno dediščino, tako v urbanih središčih kot na podeželju. Triglavski narodni park predstavlja največjo prednost celotnega območja. Območje ponuja številne manj znane destinacije, ki se ponašajo z bogatimi muzejskimi zbirkami in tematskimi potmi. Teritorij *Goriške* se upošteva kot okoljsko najčistejše območje Slovenije: je paradiž za aktivne in manj aktivne turiste, kjer lahko vsak izživi svoja turistična pričakovanja. Nosilci ekonomskega in političnega življenja v okolju so še zlasti naklonjeni trajnostnemu razvoju teritorija ter z informiranjem in izobraževanjem prebivalstva zagotavljajo obiskovalcem dejansko uživanje *zelene* narave.

Območje Severnega Jadrana ponuja s kulturnega vidika številne kulturne bisere, ki ji velja odkriti, ter pester koledar dogodkov in prireditev, ki razkrivajo bogato ljudsko izročilo območja. Slednje se ponaša s celo vrsto destinacij, med katerimi so številne pod zaščito Unesca. Kot primer gre omeniti Mavzolej Galle Pla-

cide na območju Ravenne, staro mestno jedro Ferrare, Delizie Estensi v delti reke Pad, ter seveda mesto Benetke z laguno, kot tudi Palladijeve vile, ki jih gre občudovati z vidika različnih tematskih sklopov. Med ostale privlačnosti sodijo muzeji, s katerimi je območje gosto posejano in ponujajo različne zbirke: razstave umetniških del, arheološke zbirke, gledališke razstave ter znanstveno-naravoslovne muzeje. Pomembna in edinstvena so arheološka in zgodovinska najdišča: antično rimsko mesto Concordia Sagittaria s svojim obzidjem, forumom, gledališčem, termami in mostom, kot tudi rimska vojaška kolonija v Ogleju z baziliko in ostanki foruma. Območje je tudi bogato z gradovi, ki se dvigajo nad morjem, kot na primer tržaški Miramare, gradovi, ki se bohotijo na vzpetinah ali gospodarijo nad mesti, kot grad svetega Justa, ali pa gradovi, ki se zrcalijo v jezerih, kot na primer Blejski grad.

Analizirani teritorij se ponaša tudi z bogato zapuščino običajev in izročil, ki zajemajo različne obrtniške izdelke, kot na primer steklarsko umetnost v Muranu, umetnost izdelovanja majolik v Faenzi, ter različne veščine, kot so ribolov, plovba, kmetijstvo in sirarstvo. Na Goriškem, recimo, pa so prisotni tri tipi bivališč, pri čemer vsako priča o različni preteklosti in kulturi.

Analizirano območje se ponaša s številnimi dogodki in prireditvami: ljubitelji in opazovalci ptic ne smejo manjkati na bienalnem mednarodnem sejmu "International Po Delta Birdwatching Fair" in na zgodovinski "Sagra dei Osei" v Sacilu, na območju Pordenona. Številne so tudi športne prireditve, ki se odvijajo na slovenski strani (Pokal Vitranc v Kranjski Gori in smučarski

skoki v Planici), medtem ko so Benetke znane po karnevalu in prazniku Kristusovega odrešenja.

Med *prednostmi* območja gre izpostaviti tudi številne kakovostne izdelke, še zlasti enogastro-nomske, ki dodatno prispevajo k razvoju območnih potencialov in se izražajo v večji odgovornosti do naravne in kulturne dediščine. To je še zlasti značilno za območje Gorenjske, kjer se posveča velika pozornost okoljskim vprašanjem in spodbujanju razvoja trajnostnega turizma, ter za območje Goriške, kjer se z izločitvijo strupov in onesnaževalcev pri kmetijstvu in poljedelstvu zagotavlja naravno neokrnjenost površin in rek. Prav posebna pozornost se tu namenja reki Soči, ki predstavlja stično točko med vzpostavitev okoljskega in kulturnega turizma.

Tveganja in *grožnje* se navezujejo zlasti na tveganja poplavljanja/onesnaževanja rek, na fenomen vdiranja morja na kopno ter krčenje kopališč, kar zmanjšuje možnost turističnega trženja območij (Ferrara, Benetke), na potresna in poplavna tveganja (Goriška), na zunanje negativne industrijske vplive (Treviso, Benetke), ki pa ne ogrožajo okoljske politike, ki je, kot na primer v primeru parka Parco della Storga, usmerjena na ohranitev in ponovno odkritje pomembnih območij. Ostala tveganja oziroma grožnje izhajajo iz pomanjkanja sredstev za zaščito okoljske dediščine ter iz majhnega zanimanja za finančna vlaganja in podajanje pobud, tudi s strani zasebnikov, na področju ohranjanja starih kmetijskih zgradb in objektov. V grobem lahko sklenemo, da analiza groženj ne nakazuje na možnosti uresničitve scenarijev, ki bi zavirali razvoj kakovostnih dobrin in storitev.

Tab. 1: Elementi prednosti in pomanjkljivosti za teritorij in okolje

Elementi	R V N	F R R	R V G	B N T	T V S	V D M	T R S	G R N	G R Š
1. Vremenske razmere - ugodne/neugodne ter vremenska spremenljivost - predvidljiva /nepredvidljiva	+	+	+	+	+	+++	+++	++	++
2. Visoka/Nizka prisotnost zaščitene območij	+++	+++	++	+++	++	++	++	+++	+++
3. Kulturna in naravna dediščina sta ohranjeni in zaščiteni / zanemarjeni in poškodovani	+++	+++	++	+++	+++	++	+++	++	+++
4. Bogata/Skromna flora in favna	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++
5. Onesnaženo/Neonesnaženo okolje	+	++	-	++	++	+++	+++	+++	+++
6. Visoka/Nizka raznolikost in kakovost kulturne in naravne dediščine	+++	+++	+++	+++	+++	++	+++	+++	+++
7. Visok/Nizek standard kakovosti lokalnih proizvodov	+	++	+	+++	+++	+++	+++	++	+++
8. Močna/Šibka aktivnost okoljskih združenj	0	+	0	0	0	++	+	++	++

Legenda: Vzdržnost: negativna ali pozitivna 0 nobena, -/+ nizka, --/++ srednja, ---/+++ visoka.

Tab. 2: Gli elementi di opportunità e minaccia per il territorio e l'ambiente

Elementi	R V N	F R R	R V G	B N T	T V S	V D M	T R S	G R N	G R Š
PRILOŽNOSTI									
1. Potencialne možnosti za razvoj kakovostne pridelave izdelkov (tipičnih lokalnih in bio izdelkov)	+++	+++	+++	++	+++	+++	++	+++	++
TVEGANJA IN GROŽNJE									
1. Neugodne hidrogeološke in/ali potresne razmere	0	-/+	0	++	-/+	-/+	0	-/+	-/+
2. Naraščajoča obremenitev okolja in virov	-/+	-/+	-/+	-/+	0	++	0	-/+	-/+
3. Naravna in kulturna dediščina sta zanemarjeni in poškodovani	0	-/+	0	0	0	-/+	0	-/+	0
4. Raba strupenih kemičnih snovi in onesnaženost tal	-/+	-/+	-/+	++	-/+	-/+	0	0	0

Legenda: Možnost 0 nobena, -/+ negotova, ++ skoraj gotova, +++ gotova.

2.3. Gospodarstvo in družba

Na področju gospodarstva in družbe je bilo določenih pet elementov. Dejavniki opisuje razmere na posameznem teritoriju iz vidika demografske strukture, kakovosti življenja, varnosti, podjetniškega duha ter usposobljenosti delovne sile.

Za italijanske pokrajine lahko v splošnem rečemo, da je navkljub porastu povprečne starosti prebivalstva demografska struktura pretežno uravnotežena. Kakovost življenja na omenjenem teritoriju je dobra, kar se kaže v splošnem občutku varnosti. Na podlagi raziskave, ki jo je pred kratkim opravil časnik Sole24Ore o kakovosti življenja v italijanskih pokrajinah, so se pokrajine *Slow Tourism* uvrstile v sledečem zaporedju: Trst (4. mesto), Videm (15. mesto), Ravenna (14. mesto), Ferrara (27. mesto), Treviso

(38. mesto), Benetke (46. mesto) in Rovigo (58. mesto).

Izrazita nagnjenost do podjetništva spodbuja prisotnost visoko usposobljene vodstvene garniture, ki svoje vrednote uspešno prenaša na vsa organizacijska področja in spodbuja dvig strokovne usposobljenosti. Profesionalnost in strokovna usposobljenost delovne sile predstavljata pomembno dodano vrednost, še zlasti iz vidika turizma. Izjema so pokrajine Ferrara, Rovigo in Trst, kjer je navkljub manj živahnemu podjetniškemu duhu prisotna naklonjenost in odprtost za prenos lokalnih vrednot na področje kakovostnih ponujenih storitev.

Na območju slovenske statistične regije Gorenjska, kjer je prav tako prisotna

uravnotežena demografska struktura, sta prisotna pozitiven podjetniški duh ter dobra kakovost življenja, z nizko stopnjo kriminalitete in visokim zaznavanjem varnosti. Žal pa se beleži visoka stopnja brezposelnosti, ki se ji javne ustanove zoperstavljajo z zagotavljanjem izobraževalnih programov s področja turizma. Goriška regija žal kaže dramatično sliko: visoka stopnja starejše populacije, izpraznjena območja, neustrezna strokovna usposobljenost, izguba dela s strani mlajše populacije in odsotnost podjetniškega duha. Pristojne ustanove tudi v danem primeru prepoznavajo v krepitvi turizma možnost za obstanek mladih, ustvarjanje dobička in razvoj podjetništva.

Iz vidika tveganj in groženj za pokrajini Ravenno in Ferraro predstavlja omejitve pri razvoju slow tourism-a dejstvo, da je območje že zgodovinsko usmerjeno v masovni turizem, kljub možnosti usmeritve ponudbe na specifične ciljne skupine (mladi, družine, starejši) in močni prevladi obalnega turizma, ki ne prepozna in ne zna izkoristiti potenciala in inovativne prednosti, ki jih ponuja edinstveno naravno okolje v državnem merilu. Kljub temu pa sta bili z dokaj velikim uspehom sprejeti pobudi za

razvoj turističnih produktov, kot na primer naravnega turizma in *birdwatching-a* (opazovanje ptic).

Naklonjenost do okoljske problematike in raznolikosti tipičnih izdelkov visoke kakovosti na območju Benečije spodbujata zanimanje za razvoj potencialov *slow* turizma vzdolž celotne obale in v prestižnih območjih polotoka. Zaznati je prisotnost aktivne mlade populacije, usmerjene v zaščito lokalnih običajev ter ohranjanje krajevnih značilnosti, tudi zaradi izrazite prisotnosti tipičnih izdelkov, ki terjajo specifičen način izdelave.

Obe slovenski regiji zaznamuje fenomen migracije mladega prebivalstva iz podeželja v mesto (Gorenjska) oziroma izven države (Goriška). Slednje je razlog, da prihaja do izgube posebnih znanj na področjih, ki so vezana na *slow* turizem, kot na primer na področju obrtništva. Neokrnjenost narave in odgovoren odnos do okolja ponujata mladim možnost izvajanja dejavnosti za podporo razvoja *slow* turizma, in sicer z zagotavljanjem edinstvenih, nestandardiziranih, naravnih in izvirnih storitev in izdelkov.

Tab. 3: Elementi prednosti in pomanjkljivosti za gospodarstvo in družbo

Elementi	R V N	F R R	R V G	B N T	T V S	V D M	T R S	G R N	G R Š
1. Demografska struktura - uravnovešena/ neura- vnovešena, z izstopanjem ene starostne skupine	++	+++	++	++	+++	+	- -	++	+
2. Visoka/nizka kakovost življenja	++	+++	++	++	+++	++	+++	++	++
3. Visok/majhen občutek varnosti	+++	+++	++	++	++	++	+++	+++	+++
4. Visoka/nizka raven podjetniškega duha	+++	+	++	+++	+++	++	+	+++	++
5. Zelo/Malo usposobljena delovna sila	++	+	+	++	++	+	++	++	+

Legenda: Vzdržnost: negativna ali pozitivna 0 nobena, -/+ nizka, --/++ srednja, ---/+++ visoka.

Tab. 4: Elementi priložnosti in groženj za gospodarstvo in družbo

Elementi	R V N	F R R	R V G	B N T	T V S	V D M	T R S	G R N	G R Š
PRILOŽNOSTI									
1. Splošni trend zdravega in kakovostnega življenja	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	++	++
2. Naraščajoče povpraševanje na globalnem trgu po lokalnih izdelkih	++	-/+	-/+	+++	+++	++	+++	++	-/+
3. Naraščajoče zanimanje podjetnikov za slow turizem	++	-/+	-/+	++	++	++	++	-/+	-/+
4. Zanimanje zunanjih vlagateljev za nove investicije	-/+	0	-/+	++	++	-/+	-/+	-/+	-/+
5. Okrepitev ne-turističnih panog (obrtništvo, enogastronomija)	-/+	++	++	+++	+++	++	++	++	++
TVEGANJA IN GROŽNJE									
1. Migracije mladega in aktivnega prebivalstva	0	-/+	0	0	0	++	-/+	++	+++
2. Izguba identitete in lokalne pripadnosti	-/+	0	-/+	0	0	-/+	++	0	0
3. Podcenjevanje potencialov slow turizma za ustvarjanje dobička in delovnih mest	++	++	++	-/+	-/+	+++	+++	0	0
4. Globalizacija trga in uvoz neizvirnih izdelkov	++	++	-/+	0	-/+	-/+	+++	-/+	0

Legenda: Možnost 0 nobena, -/+ negotova, ++ skoraj gotova, +++ gotova.

Tab. 5: Demografski in zaposlitveni kazalci

Kazalci	RVN	FRR	RVG	BNT	TVS	VDM	TRS	GRN	GRŠ
DEMOGRAFIJA									
Prebivalstvo	358.000	390.000	247.000	854.000	879.000	541.000	236.000	203.000	118.000
Spolni delež	0,92	0,95	0,94	0,94	0,97	0,94	0,89	0,99	1,00
Povprečna starost	46,9	45,2	45,1	44,0	41,7	45,5	48,4	41,0	43,0
Starostni delež	236%	187%	201%	164%	123%	184%	247%	109%	136%
Število družin	162.000	174.000	102.000	364.000	349.000	240.000	121.000	55.000	33.000
Naravni saldo	-1.860	-726	-909	-715	1.723	-1.521	-1.703	631	33
Migracijski saldo	2.852	4.506	1.042	5.843	2.709	2.834	1.856	794	-52
ZAPOSLENOST									
Stopnja zaposlenosti	67,8%	67,8%	47,6%	47,7%	51,0%	62,5%	63,6%	53,6%	62,2%
Stopnja nezaposlenosti	6,5%	5,3%	4,4%	5,1%	3,5%	5,6%	4,7%	2,8%	4,3%
Delež starejših	40,0%	37,3%	34,0%	32,3%	27,9%	35,0%	46,0%	23,9%	26,9%
Delež mlajših	17,0%	19,9%	16,9%	19,7%	22,6%	19,0%	19,0%	21,9%	19,8%

2.4. Dostopnost

Na področju dostopnosti je bilo definiranih devet elementov. Dejavnik opisuje dostopnost do teritorijev iz vidika infrastrukture, povezav z glavnimi središči, transportnih sredstev, razpršenosti informacijskih pisarn, trajanja turistične sezone, dostopnosti do naravnih območij, mobilnosti kolesarjev in pešcev ter razpoložljivosti storitev in kapacitet za osebe s posebnimi potrebami.

Pokrajine Emilie Romagne se ponašajo z dobro interno mobilnostjo tako z vidika lokalnega javnega transporta in bližine mednarodnih leta-

lišč, kot tudi z vidika povezave med zaledjem in obalnimi središči (Comacchio, Porto Garibaldi), ki je aktivna in prometna tudi v zimskem času. Negativna ocena pa izhaja iz odsotnosti hitrih železniških povezav in odsotnosti direktne avtocestne povezave v smeri prosti severu (za vozniške, ki prihajajo iz severa države, gre najhitrejša avtocesta iz smeri Bologne). Glede na letni čas se turistična ponudba v Ravenni in Ferrari osredotoča zlasti na dva produkta: kulturnega (na sedežu pokrajine) ter kopališkega (v obalnih občinah). Trajanje sezone je daljše v primeru

kulturnega turizma (ki poteka od praznika Velike noči do oktobra) kot pa kopališkega (od maja do septembra). V obeh segmentih je zabeležen upad v samem trajanju obiska. Še zlasti na področju kopališkega turizma je zaznati porast enodnevnih izletov in vikend počitnic. Na območju ne gre pričakovati bistveno višjega obiska od sedanjega. Pričakuje se naravni razvoj manjših cestnih povezav, ki bodo služile kot podpora turizmu, ter izvedbo potrebnih posegov v smislu vzdrževanja obstoječih infrastruktur.

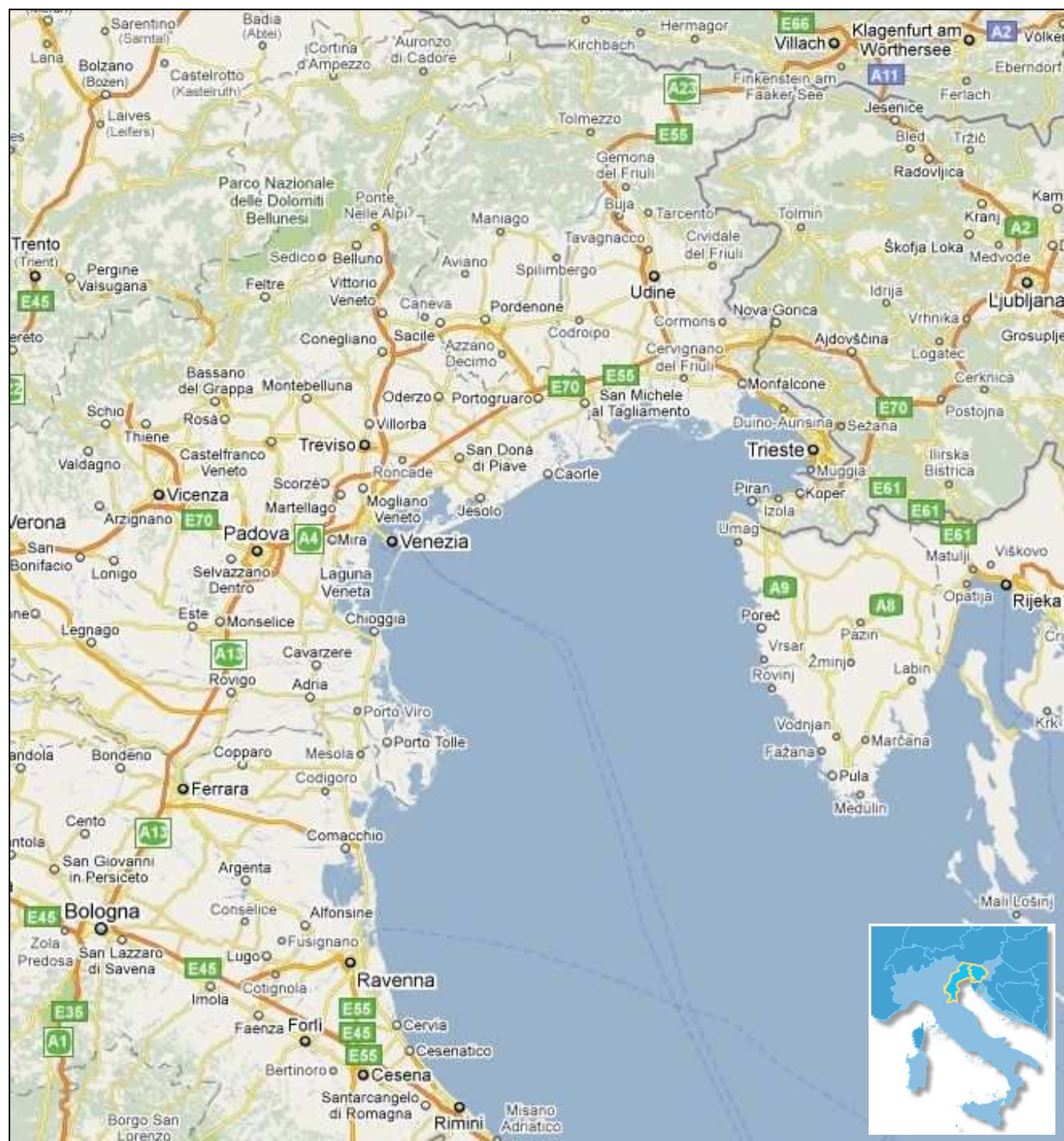
Območja v pokrajini Benečija odlikuje dobro prometno omrežje, podprto z učinkovito infrastrukturo, ki povezuje glavna urbana središča. Tudi v vseh ostalih obravnavanih pokrajinah, kot tudi sosednjih pokrajinah, se nahajajo pomembna letališča (Treviso, Bologna, Benetke, Verona), ki nudijo polete na evropske in mednarodne destinacije. Učinkovito delovanje mestnih in izven-mestnih javnih prevozov zagotavlja organizacijsko-strateško sodelovanje med letališči. Teritorialni okvir infrastruktur v pokrajini Veneto nakazuje splošno prilagodljivost lokalnega prometnega omrežja na območju. Slednje zagotavlja višjo stopnjo varnosti, neonesnaženosti, ukinitve nivojskih prehodov, vzpostavitev tretjega pasu na avtocesti Benetke-Trst, izgradnjo obvoznice Montebelluna jug oziroma vzpostavitev kolesarskih poti za vozila brez motorja, kot je kolesarska mreža na območju Benetke vzhod. V pokrajinah Benetke in Treviso je prisotno razvejano omrežje turističnih informacijskih pisarn, ki jamčijo za promocijo široke ponudbe t.i. *leisure* dejavnosti (dejavnosti za prosti čas) ter večjo razpoložljivost naravnih območij.

Pokrajini Videm in Trst sta zaradi svoje neposredne bližine z avstrijsko in slovensko mejo preprejeni z najrazličnejšimi prometnicami. Na področju cestnega infrastrukturnega sistema so potrebna obsežna vlaganja za prilagoditev glavnih prometnih žil z evropskimi standardi. Prav

slednje je hud udarec za pokrajino, ki predstavlja ključno vozlišče cestnih in železniških povezav med severno Italijo, vzhodno Evropo, Balkanom in Podonavjem. Na področju turizma so strategije usmerjene zlasti na spodbujanje turizma na krajši relaciji, kjer gre za neposredni stik z obiskovalcem, brez posredovanja turističnih operaterjev in agencij. Odločitev za tovrsten pristop se odraža tudi na šibkem sistemu letalskega prometa, ki mora konkurirati z mednarodno uveljavljenimi letališči, kot sta Benetke in Ljubljana, oddaljena le nekaj več kot uro vožnje z avtomobilom. V bodoče se v obeh pokrajinah pričakuje okrepitev osrednje prometne infrastrukture in izboljšanje povezav z najbolj priljubljenimi turističnimi središči.

Statistična regija Gorenjska uživa ugodno geografsko lego zaradi bližine z Italijo in Avstrijo, saj odpira pot v zahodno Evropo in ima v svoji bližini številna mednarodna letališča. Lokalni prevoz pa je deficitaren, še zlasti za turiste, ki prispejo z letalom ali vlakom. Najem avtomobila ali taksija ni najboljša rešitev, še zlasti za potnike, ki potujejo z omejenimi finančnimi sredstvi (študentje, kampisti, itd.). Razmere na Goriškem so malodane tragične: slaba kakovost cest otežuje dostop do številnih naselij, javni prevozi niso na nivoju kakovostne turistične ponudbe, čas potovanja je dolgotrajen, tudi za potnike, ki prihajajo iz smeri Ljubljane. Po drugi strani pa prav omenjene značilnosti nedostopnosti prispevajo k privlačnosti kraja v očeh vseh, ki iščejo naravni in manj obljuden *habitat*. Za obe statistični regiji že obstajajo državni in evropski načrti infrastrukturne podpore v smislu izboljšanja turističnih prometnih povezav. Nenazadnje, omeniti je treba še prisotnost razvejane mreže turističnih informativnih centrov, ki pa med seboj niso koordinirani in med njimi tudi ni interesa za sodelovanje.

Fig. 1: Prometni sistem čezmejnega območja



Tab. 6: Elementi prednosti in pomanjkljivosti za dostopnost

Elementi	R V N	F R R	R V G	B N T	T V S	V D M	T R S	G R N	G R Š
1. Dobre/slabe razmere prometne infrastrukture	+	+++	++	+++	+++	0	+++	+++	- - -
2. Povezava z glavnimi središči je dobra in hitra/slaba in počasna	+	++	++	+++	+++	+	+++	++	- - -
3. Dobre/slabe storitve javnega prevoza	++	+++	++	+++	+++	+	+++	+	- -
4. Visoka prisotnost ali bližina/odsotnost ali oddaljenost pomembnih infrastruktur (letališča, pristanišča, itd.)	+++	+++	+++	+++	+++	0	+	+++	+
5. Obstoj/Odsotnost mreže turističnih informativnih pisarn	+++	+++	+	+++	+++	++	0	+++	++
6. Dolgo/kratko trajanje turistične sezone	+	+	- -	++	++	+++	+++	+	++
7. Nobene / pretirane omejitve na področju uporabe naravnih območij	0	0	0	0	0	+++	0	++	+
8. Visoka/nizka pozornost namenjena mobilnosti kolesarjev in pešcev	+++	+++	++	+++	+++	++	++	+	++
9. Dobre/slabe storitve za osebe s posebnimi potrebami	+	+	++	0	+	0	++	+	++

Legenda: Vzdržnost: negativna ali pozitivna 0 nobena, -/+ nizka, --/++ srednja, ---/+++ visoka.

Tab. 7: Elementi priložnosti in groženj za dostopnost

Elementi	R V N	F R R	R V G	B N T	T V S	V D M	T R S	G R N	G R Š
PRILOŽNOSTI									
1. Načrtovano izboljšanje povezovalnega infrastrukturnega omrežja znotraj države	-/+	-/+	++	+++	++	+++	+++	++	-/+
2. Predvidene nove prometne infrastrukture v podporo turizmu	++	-/+	-/+	+++	++	+++	++	++	++
TVEGANJA IN GROŽNJE									
1. Nezmožnost sistema, da bi se prilagodil novim potrebam (last minute, individualne ponudbe, krajše počitnice, itd.)	-/+	+	-/+	0	0	-/+	++	++	-/+
2. Deficit na področju kakovostnih nastanitvenih kapacitet na kmetijskih območjih	++	++	-/+	-/+	0	-/+	0	++	-/+

Legenda: Možnost 0 nobena, -/+ negotova, ++ skoraj gotova, +++ gotova.

2.5. Institucionalna podpora in prepoznavnost

Na področju institucionalne podpore in prepoznavnosti je bilo določenih devet elementov. Obstoječi dejavniki opisujejo teritorije z vidika turistične zakonodaje, dolgoročnega načrtovanja, lokalne podpore turističnemu razvoju, koordinacije med institucijami, razpoložljivosti finančnih virov, sposobnosti promocije in trženja, izobraževanja, promoviranja *slow* izdelkov in uporabe svetovnega spleta.

Na teritoriju *Ravenne* je institucionalna podpora v splošnem zelo dobra, tudi zato, ker se območje nahaja znotraj bazena (Jadranska riviera),

ki je tudi iz zgodovinskega vidika turistično zelo pomemben. Koordinacija med ustanovami in na relaciji javno-zasebno je, splošno gledano, zelo dobra, tako v odnosu do uravnoteženega razvoja turistične ponudbe kot komunikacije (vključno s politiko blagovnih znamk). Območje delte reke Pad je že nekaj let predmet politike *branding*, ki je v središču pokrajine podkrepljena tudi z nabojem edinstvenosti in diferenciacije glede na glavne turistične produkte. Institucionalna podpora na področju razvoja turizma je na lokalni ravni ocenjena kot *močna*, na nivoju pokrajine *dokaj dobra*, na državnem nivoju pa *sla-*

ba, kar gre pripisati dejstvu, da ne gre za tradicionalno turistično območje. Edini zaznani neugodni podatek je trenutna negativna konjunktura situacija, ki vpliva tudi na dostopnost finančnih virov (tako na lokalnem kot pokrajinskem in državnem nivoju). Sicer pa so turistični razvoj območja že v preteklosti omogočili tudi zasebni finančni viri. Tudi v danem primeru, ob predpostavki uspešne premostitve krize, bi bilo možno za promocijo novih produktov (kot je *slow* turizem) pritegniti tudi zasebni kapital, še zlasti, če bi bili zasebniki vključeni že v fazi projektiranja/skupnega izvajanja (mreženje, sodelovanje pri trženju, itd.).

Na ozemlju *Ferrare* je prisotna uspešna usmerjenost v strateško planiranje, ki ga izvajajo institucionalni subjekti in je za tem podano v izvedbo gospodarskim subjektom in visokošolskim ustanovam (univerzi). Veliko šibkejši je sistem zasebnega podjetništva, še zlasti na področju turistične dejavnosti, ki je manjšega obsega in ga označuje zgodovinska usmerjenost k kopališkemu turizmu, t.j. k *standardnemu* produktu, ter *pasivnemu* turistu. Tudi prevladujoče turistične nastavitvene kapacitete (avtokampi, turistična naselja in počitniške hišice) so zavrle razvoj podjetniške kulture, ki danes le stežka prepoznava priložnosti - tako podjetniške kot nastanitvene, vezane na razvoj območja z visokim *naravnim* in *slow* potencialom, ki bi ga bilo možno razvijati dobršen del leta. S pomočjo institucionalne podpore na področju oblikovanja ugleda se je pokrajina Ferrara opremila s turistično blagovno znamko »Ferrara Terra e Acqua«. Blagovna znamka predstavlja pomembno marketinško orodje teritorialnega marketinga, saj ponazarja in izraža na enem mestu in v grafični obliki vse sestavne dele turistične ponudbe v pokrajini, prispeva k večji razpoznavnosti, koheziji in učinkovitejšemu komuniciranju promocijskih aktivnosti na teritoriju. Danes se z licenco za uporabo blagovne znamke ponaša že 650 ponudnikov, ki prispevajo k širjenju blagovne znamke in njene pojavnosti. Poleg tega sta pokrajini Ferrara in Ravenna članici različnih regionalnih združenj Unioni di Prodotto, ki preko svojih javnih in zasebnih članov udeležujejo specifične promocijske in trgovske aktivnosti destinacije, in sicer morje, mesta, zelenje in, v primeru Ravenne, tudi toplice.

Pokrajina *Rovigo* se ponaša s turistično ponudbo, ki je trenutno pretežno usmerjena na kopališki produkt, manj pa na naravne danosti

delte reke Pad. Popularnost kopališč znotraj pokrajine je kljub temu omejena. Finančna sredstva so namenjena v večji meri poljedelsko-kmetijskemu sektorju kot pa turizmu. Kljub temu pa institucije dobršen del pozornosti namenjajo podpori razvoja podeželja. Zgodovinsko gledano, turizem ni ključna panoga območja, četudi narašča zavedanje o priložnostih, ki so vezane na njegov razvoj. Turistični razvoj lahko računa na regionalno politiko, ki je dovzetna za dogajanja na trgu in teritoriju.

Območje pokrajine Benetke ponuja bogato zgodovinsko-kulturno ponudbo, ki jo dopolnjujeta še pestra okoljska in naravna ponudba. Tovrstna kombinacija je privlačna za javne investitorje, ki si prizadevajo za razvoj turističnih in teritorialnih potencialov na podlagi skupnih marketinških prijemov. Pokrajina Treviso se je opremila z močno blagovno znamko (Marca trevigiana), ki vključuje skupek turistične, okoljske in zgodovinske ponudbe teritorija, ter spodbuja koordinacijo med lokalnimi akterji. Takšna sinergija tudi omogoča pritegnitev javnih sredstev za razvoj specifičnih zgodovinsko-umetniško-kulturnih posebnosti na podlagi skupnih sinergij. Ustanove v obeh beneških pokrajinah kažejo določen interes zagotavljanja lokalne podpore na področju turizma, ki se izvaja na podlagi dobre koordinacije med akterji in se kaže v turistični ureditvi, pozorni na gibanja na trgu in teritoriju. Izrazita podjetniška žilica in živahni poslovni duh sta gonilna sila pri oblikovanju dolgoročnega strateškega načrta, tudi na podlagi promocije *slow* produktov in bolj učinkovite uporabe svetovnega spleta.

Agencija za turizem FJK je bila tisti dejavnik, ki je v obdobju zadnjih let pospešila in spodbudila oblikovanje sklopov glavnih turističnih produktov (Sneg in smučanje, Toplice in wellness, Enogastronomija, Nautika, Aktivne počitnice, itd.). Takšna odločitev, sprejeta na deželni ravni, je omogočila prebroditi fazo razdrobljenosti ponudbe in tekmovalnosti med ponudniki ter je obenem okrepila identiteto posameznih destinacij in produktov. Pri turističnem pristopu je bila velika pozornost namenjena okoljski tematiki tako na nivoju promocije kot tudi pri preoblikovanju ponudbe, ki se je začela tržiti pod oznako *slow*. Omenjeno strategijo, usmerjeno k krepitvi *slow* ponudbe, je potrebno še dodatno podpreti, še zlasti kar zadeva pokrajini Videm in Trst. Obe območji je

smiselno promovirati na način, da se bosta takoj poistovetili s svojimi izstopajočimi značilnostmi ter s tem pritegnili pozornost turista. Obenem je potrebno poseči po promociji, ki se bo posluževala tehnologije web 2.0, saj informacije in mnenja o turističnih destinacijah čedalje bolj pogosto potujejo po svetovnem spletu in uspeh marsikatere pobude je odvisen prav od tovrstne oblike komunikacije, t.j. sodobne in tehnološke verzije komuniciranja »povej naprej«. Portal Turismofvg.it čedalje bolj postaja portal turistične dežele FJK tako za potencialne turiste kot lokalne turistične deavce, ki prav s pomočjo portala objavljajo ponudbe in ažurne storitve v realnem času. Slabosti in grožnje, ki so prisotne na območju, izhajajo še zlasti iz pomanjkljive koordinacije med ustanovami in javno-zasebnim sektorjem, kar otežuje načrtovanje pobud na področju promocije in trženja produktov, ter je razlog, da za območje niso na voljo zanesljive študije o napovedanem razvoju turističnega sektorja. Priložnosti pa izhajajo predvsem iz okrepljenega čezmejnega sodelovanja, ki ga gre upoštevati kot pomembno priložnost za razvoj celotnega teritorija, ter iz sodelovanja na sejnih izven tradicionalnih okvirjev, z namenom, da se ponudbo predstavi novim državam in

naraščajočim trgom.

Slovenska stran in tamkajšnji turistični delavci se zaradi definirane in jasno začrtane državne strategije na področju turizma pri čezmejnem sodelovanju soočajo s težavami, kar omejuje turistično ponudbo. Tri najbolj organizirane in prepoznavne gorenjske destinacije (Bled, Bohinj in Kranjska Gora) so prisotne na vseh glavnih evropskih sejnih in tudi drugod. Ostale manjše destinacije pa kljub svoji privlačnosti niso prepoznavne, saj nimajo zastavljenega cilja in njihova ponudba ni del celovitega turističnega produkta. Ponudba na področju izobraževanja turističnih delavcev je bogata, zanjo pa žal ni zanimanja, kar vodi do pomanjkanja usposobljenih turističnih delavcev. Hiter razvoj turizma na Goriškem je nakazal potrebo po celovitem in mrežnem pristopu, ki bi spodbudil turistično rast. Odsotna je učinkovita koordinacija med turističnimi delavci iz Tolmina in Kobarida (LTO Sotočje) ter turističnimi delavci iz Bovca (TIC Bovec). Ti bi z združitvijo moči uspeli razviti skupno marketinško strategijo, tudi ob upoštevanju dejstva, da so bila na tem območju zagotovljena precejšnja finančna sredstva, tudi evropska (glej uspeh blagovne znamke Dolina reke Soče - Dežela žive vode).

Tab. 8: Elementi prednosti in pomanjkljivosti na področju institucionalne podpore in prepoznavnosti

Elementi	R V N	F R R	R V G	B N T	T V S	V D M	T R S	G R N	G R Š
1. Zakonski okvir za področje turizma je celovit in ažuren/nepopoln in neažuren	+++	+++	+++	+++	+++	++	+	++	+++
2. Prisotnost/odsotnost dolgoročnega strateškega plana	++	+++	++	+++	+++	+	- -	++	++
3. Dobra/slaba lokalna podpora turističnemu razvoju	++	++	+	+++	++	+	- -	++	++
4. Visoka/slaba koordinacija med institucionalnimi akterji	++	++	++	+++	+++	0	- -	+	++
5. Dobra/slaba razpoložljivost finančnih virov	-	+	+	++	+	-	- -	+	++
6. Lahko/težko načrtovanje pobud za promocijo in trženje turističnih produktov	+++	+++	+	++	+++	+	- -	++	++
7. Bogat/šibek obseg izobraževalnih programov s področja managementa in turističnega marketinga	+	+	0	++	+++	-	+	++	++
8. Prisotnost/odsotnost prepoznavnosti produkta »slow turizem«	++	+++	+	+++	++	0	-	+	++
9. Dobra/slaba prisotnost na svetovnem spletu	+	++	+	+++	+	++	0	+	+++

Legenda: Vzdržnost: negativna ali pozitivna 0 nobena, -/+ nizka, --/++ srednja, ---/+++ visoka.

Tab. 9: Gli elementi di opportunità e minaccia per il supporto istituzionale e l'immagine

Elementi	R V N	F R R	R V G	B N T	T V S	V D M	T R S	G R N	G R Š
PRILOŽNOSTI									
1. Čezmejna ali mednarodno koordinacija in sodelovanje med institucionalnimi akterji	+++	++	+	++	+	+++	++	++	++
2. Razpoložljivost finančnih virov za dejavnost razvoja podeželja	++	++	+++	++	++	+++	+++	++	++
3. Podpora EU	++	++	++	++	+	+++	+++	++	++
4. Uvedba novih sistemov kontrole kakovosti nad lokalnimi izdelki	+++	+++	++	++	+++	++	++	++	++
5. Oblikovanje močnih marketinških struktur in spodbujanja turizma na državnem nivoju	++	++	++	+++	++	+++	+	+	+
6. Visoka prepoznavnost območja v tujini	++	+	+	+++	++	+++	++	++	++
7. Sodelovanje na sejnih in prireditvah ad hoc za promocijo lokalnih izdelkov	++	++	++	++	+++	++	+	+++	+++
TVEGANJA IN GROŽNJE									
1. Nezadostna državna podpora razvoju turizma na danem območju	-/+	-/+	-/+	0	-/+	++	0	-/+	-/+
2. Pomanjkanje zavesti in strateške vizije s strani državnih deležnikov	-/+	++	-/+	0	0	-/+	+++	-/+	-/+
3. Zamuda ali neučinkovito izvajanje programov prilagoditve podpornih struktur turizmu	-/+	++	-/+	0	0	+++	++	++	-/+
4. Slaba uporaba marketinških instrumentov in instrumentov blagovnih znamk	0	-/+	++	0	0	++	++	++	-/+
5. Odsotnost verodostojnih podatkov, statistik in študij	0	0	0	0	0	0	++	++	0

Legenda: Možnost 0 nobena, -/+ negotova, ++ skoraj gotova, +++ gotova.

2.6. Turistična dostopnost

Na področju turistične dostopnosti je bilo prepoznanih deset elementov. Obstoječi dejavniki opisuje teritorialne značilnosti z vidika gostoljubja prebivalstva, usposobljenosti delovne sile na področju turizma, kakovosti enogastronomskih izdelkov, prisotnosti kulturnih dogodkov državnih in mednarodnih razsežnosti, prisotnosti pomembnih religioznih središč, kakovosti in cene storitev in namestitvev, raznolikosti ponudbe dejavnosti za prosti čas in prisotnosti navtične infrastrukture.

V *Ravenni* so turistične storitve usmerjene zlasti v kopališki turizem. Kakovost hotelske ponudbe je pretežno na nivoju treh zvezdic, hoteli so večinoma v družinskem upravljanju in se ponašajo z različno stopnjo kakovosti. Dopolnilno kategorijo predstavljajo *avtokampi* in *turistična naselja*. Kar zadeva grožnje, sta največja grožnja za *Ravenna* nihanje turističnega obiska in negotovost turističnega povpraševanja. V splošnem pa gre za območje z relativno stabilno ponudbo, na katero v preteklosti niso preveč vplivale negativne ekonomske razmere, tudi zaradi dobrega

razmerja kakovost/cena.

Turistična dostopnost v *Ferrari* je srednje-visoka: izrazito neuravnovešena je na obalnem pasu (zrel produkt), vendar pa v notranjosti, še zlasti na območju delte reke Pad, predstavlja velik obseg priložnosti za raznolikost in razpoznavnost tudi obalnega pasu. Prisotnost tradicionalnih podeželskih prehrabnenih in obrtniških izdelkov dobre in celo vrhunske kakovosti, kot tudi relativno visoka raznolikost območij in naravnih virov, skupaj tvorijo kontekst številnih priložnosti, ki so izvirne in so v stanju obogatiti izkušnje obiskovalca. V *Ferrari* je primanjkljaj na področju priložnosti zaznati pri širjenju azijskega trga in križarjenj, najpomembnejša tveganja pa so vezana na nizko odzivnost sistema ponudb ter pomanjkanje nastanitvenih kapacitet na podeželju, tako iz vidika številčnosti kot kakovosti.

Območje pokrajine *Rovigo* zaznamuje izrazita kmetijska ekonomija, ki jo spremljajo tipični in certificirani enogastronomski izdelki. Ne-

hotelske nastanitvene kapacitete so obširne (še zlasti na obalnem pasu) in so naklonjene turistu, ki je usmerjen v naravo. Široko območje, na katerem se razprostira pokrajina, ima močan kulturno-umetniški naboj, ki je magnet za številne turiste. V tem kontekstu Rovigo odlikuje zanesljivo privlačna naravna ponudba, čeprav je omenjeni produkt šele v fazi uvajanja.

Prisotnost številnih tipičnih in enogastronomskih izdelkov v Benetkah in Rovigu priča, da široka turistična ponudba hodi z roko v roki s kakovostjo in sodelovanjem na področju promocije lokalnih posebnosti. Prisotnost tovrstnih značilnosti omogoča pozitivno dinamiko tudi izven klasične turistične sezone tako na območju, kjer se tovrstni izdelki proizvajajo, še bolj pa na območjih z bogato zgodovinsko, umetniško in kulturno dediščino. Turizem v Benetkah je pretežno imun za gibanja na trgu, vendar pa čedalje bolj prihaja na površje zanimanje po vzpostavitvi naravnih poti, ki bi povezovala enogastronomsko ponudbo z ogledi kulturnih in zgodovinsko-umetniških znamenitosti, vključno z destinacijami s področja *slow* turizma, kar je možno razvijati tudi v sodelovanju s sosednjimi upravnimi območji.

Turizem v pokrajini Treviso uživa ugodnosti učinkovitega promocijskega orodja, in sicer blagovne znamke *Marca trevigiana*, ki je odraz fleksibilnosti in hitrega odziva na povpraševanje na trgu, kot tudi bogato zgodovinsko in umetniško-kulturno ponudbo, ki se uvršča v kontekst visoke okoljske vrednosti. Bližina Benetk nakazuje možnost širitve turistične ponudbe na križarke, ki priplujejo v Severni Jadran, ter prodor na nove trge (Vzhodna Evropa in Azija).

Pokrajina Videm se ponaša z dobro strukturirano in razpoznavno kopališko (Lignano) in gorsko ponudbo (Karnija in območje Trbiža). Območje odlikujejo še številne ostale atraktivne destinacije (Videm, Oglej, Čedad, Palmanova, itd.), ponaša se tudi s številnimi itinerariji, ki dopuščajo *slow* potovalni pristop po naravnih, arheoloških, zgodovinskih in enogastronomskih središčih. Velika pozornost se posveča prepoznavanju turističnega povpraševanja s strani novih uveljavljajočih se držav ter

prilagoditvi ponudbe novim potrebam, t.j. krajšim postankom, športnim kapacitetam ter kapacitetam za nego in dobro počutje, čeprav je na tem področju potrebno postoriti še veliko. Območje Trsta se prav tako ponaša z dobro turistično privlačnostjo (morje in Kras), čeprav ga zaznamuje sezonski značaj ponudbe. Območje Bazovice in Doline, kjer poteka pilotni projekt "Vodni gozd", je v lepem vremenu idealni kraj za izvajanje *slow* športov v edinstvenem naravnem, zgodovinskem in kulturnem okolju. Žal pa na omenjenem teritoriju, ki je prepleten s tradicijo in enogastronomijo, manjka podpora ustreznega turističnega trženja in oglaševanja pobud. Turistična panoga tudi ni opremljena za trženje kakovostnih namestitvenih kapacitet, razpoložljiva ponudba ni dobro strukturirana in med posameznimi ponudniki ni zadostne koordinacije. Prav tako je slutiti pomanjkanje mrežnega pristopa pri promociji teritorija.

Turistična sezona v statistični regiji Gorenjska je pretežno vezana na poletno in zimsko ponudbo. Območje se ponaša z bogato in raznoliko športno ponudbo in ponudbo za preživljanje prostega časa. Gorenjska je v letu 2009 razvila prepoznavnost 18 destinacij z lastno zgodovino in lastnostmi. Pozornost se namenja poudarjanju lokalnih značilnosti, na katerih je možno izoblikovati turistično edinstvenost. Takšna prepoznavnost se mora seveda razlikovati od prepoznavnosti, ki so jo izgradili kolegi na drugi strani meje, z namenom, da se izognemo tekmovalnosti znotraj področja *slow* turizma, ki zaobjema več različnih teritorijev. Za ustrezno promocijo teh območij bo potrebno veliko dela. Tudi Goriška se kvantitativno in kvalitativno ponaša s turistično ponudbo, ki je v stanju zadovoljiti večji del turistov, še zlasti tiste, ki preživljajo prosti čas ob izvajanju športnih aktivnosti. Milo podnebje onemogoča razvoj zimske turistične ponudbe v Tolminu in Kobaridu, vendar pa je ponudba številnih lokalnih izdelkov, festivalov in kulturnih prireditev privlačna za različne tipe turistov skozi vse leto. Turistični delavci promovirajo območje ob priseganju na izvirnost in ne-masovni obisk krajev.

Tab.10: Elementi prednosti in pomanjkljivosti na področju turistične dostopnosti

Elementi	R V N	F R R	R V G	B N T	T V S	V D M	T R S	G R N	G R Š
1. Visoka/nizka gostoljubnost lokalnega prebivalstva	+++	+++	0	+	+	+	-	+++	+++
2. Delovna sila na področju turizma je zelo/malo strokovno usposobljena.	+	0	-	+++	++	0	++	++	+++
3. Enogastronomski izdelki so srednje-visoke/srednje-nizke kakovosti	++	+++	++	+++	+++	+++	+++	++	++
4. Prevladujejo lokalni izdelki, ki niso/so izvirni in tradicionalni	++	++	+	+++	+++	+++	+++	+++	+++
5. Kulturni dogodki in festivali naletijo na nacionalno/lokalno turistično odzivnost	+++	+++	0	+++	++	+++	+++	+++	+++
6. Prisotnost/odsotnost krajev, pomembnih za religiozni turizem	-	+	-	0	+	+++	+++	++	+
7. Cene turističnih storitev so ugodne/manj ugodne	+++	++	+	-	0	+	+	++	++
8. Visok/nizek standard kakovosti storitev in namestitev	+	-	+	+	++	++	+++	++	++
9. Visoka/nizka raznolikost ponudbe za prosti čas (šport, zabava, itd.)	+++	++	+	+++	+++	++	+++	+++	+++
10. Zadostne/nezadostne kapacitete za navtični turizem	+++	++	+	+++	++	+	+++	++	+++

Legenda: Vzdržnost: negativna ali pozitivna 0 nobena, -/+ nizka, --/+ srednja, ---/+++ visoka.

Tab. 11: Elementi priložnosti in groženj za turistično dostopnost

Elementi	R V N	F R R	R V G	B N T	T V S	V D M	T R S	G R N	G R Š
PRILOŽNOSTI									
1. Turistični potencial prihaja iz smeri jugovzhodne Evrope in Azije	0	-/+	0	+++	++	+++	-/+	-/+	0
2. Visoka turistična prisotnost na obmejnih območjih	+++	+++	+++	++	+++	-/+	-/+	++	+++
3. Naraščajoče zanimanje za enogastronomski, kmečki in naravni turizem	+++	+++	-/+	-/+	+++	+++	++	++	++
4. Naraščajoče povpraševanje po vikend turizmu	+++	+++	-/+	+++	++	+++	+++	+++	+++
5. Naraščajoče povpraševanje po destinacijah, kjer se izvajajo športne aktivnosti	++	+++	-/+	-/+	+++	+++	-/+	-/+	0
6. Širitev turizma križarjenja v Jadranu	++	-/+	0	+++	++	++	+++	++	0
7. Naraščajoče povpraševanje po destinacijah z bogato naravno in kulturno ponudbo	+++	+++	++	++	++	+++	+++	+++	+++
TVEGANJA IN GROŽNJE									
1. Nihanje in nepredvidljivost turističnega trga	++	-/+	++	-/+	0	+++	-/+	++	-/+
2. Prevladuje razvoj masovnih turističnih produktov	-/+	-/+	0	+++	-/+	-/+	0	-/+	0
3. Tekmovalnost na področju slow turizma s sosednjimi deželami	0	0	0	-/+	0	+++	+++	-/+	0

Legenda: Možnost 0 nobena, -/+ negotova, ++ skoraj gotova, +++ gotova.

3. Pomembnost dejavnikov

Postopek SWOT analize določa, da se na tem mestu opravi merjenje teže posameznega dejavnika tako za posamezno kategorijo kot za celotno.

Absolutna teža dejavnika je izražena z vsoto vrednosti, ki so jo intervjuvani namenili posameznemu elementu. Vrednosti, ki so bile na-

menjene posameznim elementom, so dosegle sledečo raven:

- *Na področju prednosti in pomanjkljivosti:* Visoka vzdržnost: -/+ 3; Srednja vzdržnost: -/+ 2; Nizka vzdržnost: -/+ 1; Nična vzdržnost: 0.
- *Na področju priložnosti in groženj:* Gotova verjetnost: 3; Skoraj gotova verjetnost: 2; Negotova verjetnost: 1; Nična verjetnost: 0.

Že v fazi vnosa podatkov je bilo ugotovljeno, da se pretežni del odgovorov nanaša zgolj na prednosti, čeprav z različno intenzivnostjo. Ob primerjanju sporočil z njihovimi pripadajočimi komentarji, zbranimi kvantitativnimi podatki in z opisi, ki so ih posredovali turistični delavci preko *template-ov* ter ob primerjavi z ostalimi viri, je bila sprejeta odločitev, da se ponovno definira lestvica prednosti in pomanjkljivosti tako, da se jo omeji na dve stopnji (negativna, nična in pozitivna vzdržnost proti pozitivni, srednji in visoki vzdržnosti). Enak postopek je bil izveden za lestvico priložnosti in groženj. Za slednje je bila pripisana vrednost 0 v primeru nične možnosti uresničitve, vrednost 1 za negotovo/skoraj gotovo in vrednost 2 za gotovo možnost uresničitve.

Tabela 12 predstavlja težo posameznega dejavnika za vsako posamezno področje, izraženo v odstotkih. Opazimo, da izstopajo elementi

prednosti, ki dosegajo vrednosti med 25% in 61%. Prednosti imajo pomembno vlogo v kategoriji teritorija in okolja (61,2%) ter dostopnosti (51,9%), pomanjkljivosti se izkažejo kot pomembnejše v kategoriji gospodarstva in družbe (4,8%). Priložnosti bi utegnile bolj zaznamovati kategorijo gospodarstva in družbe (44%), institucionalno podporo in prepoznavnost območja (43,3%), medtem ko bi tveganja in grožnje utegnile bolj prizadeti družbo in gospodarstvo čezmejnega območja (21,1%).

Na nivoju čezmejnega območja, gledano v celoti, je percentualna porazdelitev dejavnikov SWOT analize sledeča:

- Prednosti (S): 39,3%
- Pomanjkljivosti (W): 11,7%
- Priložnosti (O): 34,0%
- Tveganja in grožnje (T): 15,0%

Ob končnem seštevku odstotkov je možno razbrati težo dimenzij za endogene/izogene ter pozitivne/negativne dejavnike (glej Tabelo 14). Iz slednjega izhaja, da z veliko prednostjo izstopa pomembnost pozitivnih dejavnikov, ki dosegajo skoraj dve tretjini celotne vrednosti (73,3%).

Tab. 12: Teža SWOT dejavnikov po dimenzijah (%)

Kategorije	Prednosti S	Pomanjkljivosti W	Priložnosti O	Tveganja in grožnje T	Skupaj
1. Teritorij in okolje	61,2	9,9	11,8	17,1	100,0
2. Gospodarstvo in družba	30,1	4,8	44,0	21,1	100,0
3. Dostopnost	51,9	15,4	19,9	12,8	100,0
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	25,5	15,2	43,3	16,0	100,0
5. Turistična dostopnost	38,8	11,4	39,6	10,2	100,0
Skupaj:	39,3	11,7	34,0	15,0	

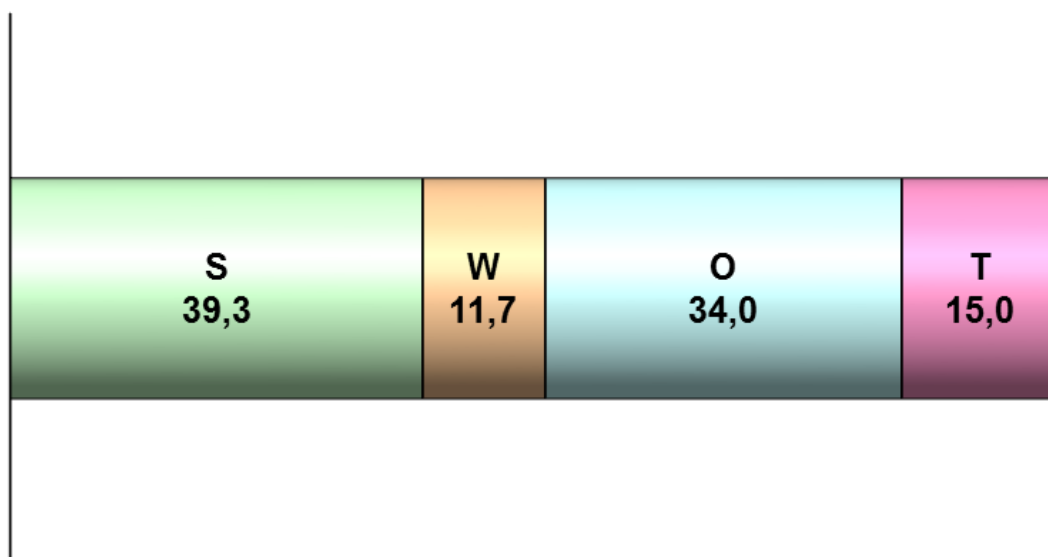
Tab. 13: Pomembnost SWOT dejavnikov po dimenzijah (%)

Kategorije	Prednosti S	Pomanjkljivosti W	Priložnosti O	Tveganja in grožnje T
1. Teritorij in okolje	23,8	12,9	5,3	17,4
2. Gospodarstvo in družba	12,8	6,9	21,7	23,5
3. Dostopnost	20,8	20,7	9,2	13,4
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	17,2	34,5	33,8	28,2
5. Turistična dostopnost	25,4	25,0	30,0	17,4
Skupaj:	100,0	100,0	100,0	100,0

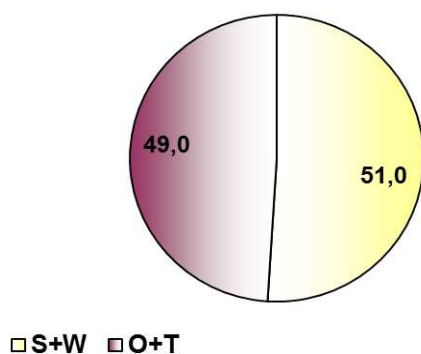
Tab. 14: Teža notranjih/zunanjih ter pozitivnih/negativnih SWOT dejavnikov po dimenzijah (%)

Kategorije	Endogeni dejavniki S + W	Izogeni dejavniki O + T	Pozit. dejavniki S + O	Negativ. dejavniki W + T
1. Teritorij in okolje	71,1	28,9	73,0	27,0
2. Gospodarstvo in družba	34,9	65,1	74,1	25,9
3. Dostopnost	67,3	32,7	71,8	28,2
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	40,7	59,3	68,8	31,2
5. Turistična dostopnost	50,2	49,8	78,4	21,6
Skupaj:	51,0	49,0	73,3	26,7

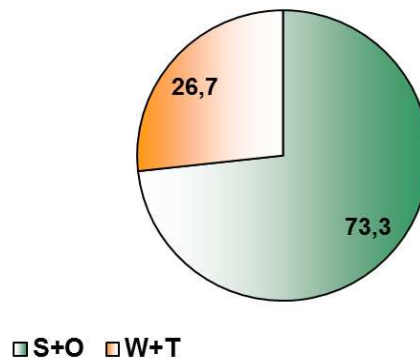
Graf. 1: Teža dejavnikov



Graf. 2: Endogeni dejavniki proti izogenim dejavnikom



Graf. 3: Pozitivni dejavniki proti negativnim dejavnikom



4. Modeli in intervencijske strategije

Predzadnja faza SWOT analize obsega oblikovanje teoretičnih in upoštevanih modelov ter določitev najbolj primernih intervencijskih strategij. Na podlagi kombiniranja SWOT dejavnikov je možno hipotetično oblikovati petnajst teoretičnih modelov (glej Tabelo 15). Le-te je možno združiti v štiri različne skupine (cluster), od katerih se vsaka navezuje na svojo intervencijsko strategijo.

V I. skupini prevladujejo pozitivni, izogeni in endogeni dejavniki, na to skupino pa se veže strategija *Okrepitev*. Omenjena strategija temelji na okrepitvi notranjih in zunanjih pozitivnih dejavnikov italijansko-slovenskega čezmejnega okolja ali lokalnega okolja, pri čemer se predpostavlja, da bodo zaradi okrepitev pozitivnih dejavnikov negativni dejavniki zatrti do največje možne mere. Takšno strategijo je možno uvesti povsod, kjer so prisotne trdne, stabilne in številne prednosti (S) in priložnosti (O) in kjer krepitev omenjenih prednosti potegne za seboj krepitev ostalih dejavnikov sistema in spremeni ali zmanjša težo maloštevilnih in nizkovplivnih pomanjkljivosti (W) in groženj (T).

V II. skupini prevladujejo endogeni in pozitivni izogeni dejavniki. Tej skupini ustreza strategija *Premagovanja*. Omenjena strategija je bolj konzervativna in manj ekspanzivna od predhodnje, saj spreobrača njeno logiko in z vplivanjem na pozitivne dejavnike (na prednosti in priložnosti) blaži oziroma izničuje interne negativne dejavnike (pomanjkljivosti). Namen strategije je ohraniti in vzpostaviti bolj uravnotežen čezmejni in lokalni sistem, z izogibanjem preveč vidnim notranjim razhajanjem. Poleg obstoja političnega interesa, da se celotnemu čezmejnemu območju omogoči uravnotežen razvoj, je za uresničitev takšne strategije potrebna še zlasti prisotnost vidnih in čvrstih pomanjkljivosti (W), kot tudi prisotnost razširjenih prednosti (S) in priložnosti (O), ki bodo v stanju vplivati na obstoječe pomanjkljivosti (W).

V III. skupini prevladujejo pozitivni izogeni in negativni dejavniki, ter pozitivni endogeni dejavniki. Omenjeni skupini ustreza strategija *Mobilizacije*, ki zoperstavlja delovanje prednosti (S) in priložnosti (O) delovanju tveganj in groženj (T), pri čemer morajo slednje izvajati zelo trden odpor do uveljavitve pozitivnih dejavnosti na lokalnem in čezmejnem območju na področju

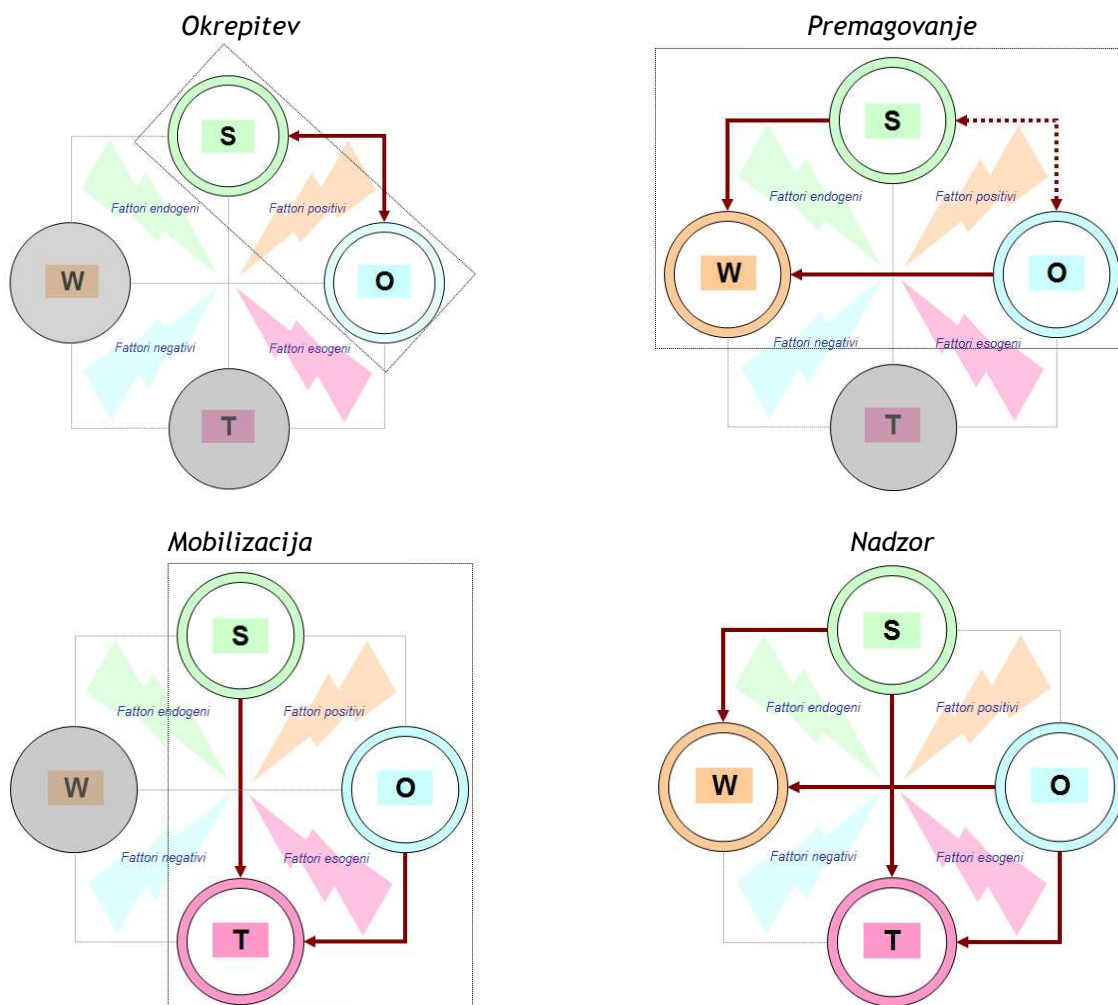
razvoja, dostopnosti in turistične dostopnosti. Razmere, v katerih je primerno razvijati takšno strategijo, so situacije, kjer so grožnje (T), ki prihajajo od zunaj, tako močne in razširjene, da mora lokalno ali čezmejno območje za onesposobitev takšnih vplivov mobilizirati vse svoje pozitivne vire, ki jih predstavljajo prednosti (S) in priložnosti (O).

V IV. skupini prevladuje odsotnost pozitivnih izogenih in endogenih dejavnikov. Omenjeni skupini ustreza strategija *Nadzora*, ki temelji na dvojni vlogi, ki jo imajo prednosti (S) in priložnosti (O) pri zmanjševanju vplivov pomanjkljivosti (W) in groženj (T), torej pri zmanjševanju negativnosti. Strategija je primerna za razmere, v katerih so močno prisotne tako pomanjkljivosti (W) kot grožnje (T). V takšnih razmerah visoke negativnosti je potrebno mobilizirati vse razpoložljive vire (čeprav niso pretirano trdni) in z njimi ublažiti premočno neuravnovešenost ter nevtralizirati delovanje negativnosti.

Izbor modelov, ki izhajajo iz aktiviranih dejavnikov in intervencijskih strategij, temelji na porazdelitvi odstotkov posameznih dejavnikov SWOT analize ter na odstotku diskriminirane vrednosti. Slednji predstavlja vrednost, ki ob trenutku, ko je takšna vrednost dosežena, sproži/prekine različne kombinacije dejavnikov ter, posledično, izbor različnih teoretičnih modelov. Teoretični model je izbran, če vsota aktiviranih dejavnikov doseže predhodno določeno diskriminacijsko vrednost znaša 51%, to pomeni, da predstavlja teža enega ali več dejavnikov percentualno več kot polovico teže v SWOT analizi. Višja kot je vrednost diskriminante, manjše število modelov bo aktiviranih.

Upoštevajoč visoko vrednost, ki so jo v analizi pridobile prednosti in priložnosti, je bila sprejeta odločitev, da se ohrani visoka vrednost diskriminante in s tem zmanjša število modelov. Z določitvijo diskriminante na 66%, je bilo izbranih pet modelov (št. 3, 7, 11, 13 in 15), ki ustrezajo predvsem strategiji *Okrepitev* in strategiji *Mobilizacije*. To pomeni, da bodo morale iti prednosti in pomanjkljivosti območja z roko v roki, če se bodo želele okrepiti in kljubovati zunanjim grožnjam (upoštevajoč, da se notranje pomanjkljivosti lažje nadzirajo in jih je lažje premagati).

Fig. 4: Intervencijske strategije



Tab. 15: Aktivirani modeli na podlagi kombinacije dejavnikov SWOT analize

N.	Teoretični modeli	Aktivirani dejavniki			✓	Strategije
I	1. Prevladovanje notranjih prednosti	S				Okrepitev
	2. Prevladovanje zunanjih priložnosti			O		
	3. Prevladovanje pozitivnih dejavnikov	S		O	✓	
II	4. Prevladovanje notranjih pomanjkljivosti		W			Premagovanje
	5. Prevladovanje endogenih dejavnikov	S	W			
	6. Odsotnost notranjih prednosti ter zunanjih tveganj in groženj		W	O		
	7. Odsotnost zunanjih tveganj in groženj	S	W	O	✓	
III	8. Prevladovanje zunanjih tveganj in groženj				T	Mobilizacija
	9. Prevladovanje notranjih prednosti in zunanjih groženj	S			T	
	10. Prevladovanje izogenih dejavnikov			O	T	
	11. Odsotnost notranjih pomanjkljivosti	S		O	T	
IV	12. Odsotnost notranjih prednosti		W	O	T	Nadzor
	13. Odsotnost zunanjih priložnosti	S	W		T	
	14. Odsotnost pozitivnih dejavnikov		W		T	
	15. Odsotnost prevladujočih dejavnikov	S	W	O	T	

5. Usmeritve za izvedbo posegov

Zadnji korak SWOT analize je oblikovanje *usmeritev* za okrepitev turističnega produkta »slow turizem«. Namen usmeritev je izpostaviti glavne točke, s katerimi se je potrebno soočiti v procesu razvoja ponudbe. V omenjenem procesu bodo morali sodelovati glavni akterji iz turistične verige, kar je predpogoj za doseg splošnega konsenza o tem, kako bo potekalo nadaljnje upravljanje s produktom. Pozitivni rezultati bodo spodbudili sodelovanje in partnerstvo že v začetni fazi načrtovanja, institucionalni akterji ter akterji iz sveta gospodarstva, javnega in zaseb-

nega sektorja pa bodo tisti, ki bodo oblikovali zamisli o posegih v obliki konkretnih *aktivnosti*, upoštevajoč značilnosti, interese in specifiko teritorija, ki mu omenjeni akterji pripadajo.

Analiza je osredotočena tako na celotno območje kot tudi na posamezne italijanske pokrajine in slovenske statistične regije. V slednjem primeru predstavljajo smernice nove ugotovitve, ki jih gre upoštevati ob boku obstoječih splošnih smernic.

5.1. Usmeritve SWOT analize za čezmejno območje

Rezultati SWOT analize za čezmejno območje kot celoto:

Kategorije	S	W	O	T	Strategije
1. Teritorij in okolje	61,2	9,9	11,8	17,1	Okrepitev
2. Gospodarstvo in družba	30,1	4,8	44,0	21,1	Mobilizacija
3. Dostopnost	51,9	15,4	19,9	12,8	Okrepitev
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	25,5	15,2	43,3	16,0	Okrepitev
5. Turistična dostopnost	38,8	11,4	39,6	10,2	Okrepitev
Skupaj:	39,3	11,7	34,0	15,0	

Legenda: Vrednosti v %.

Glavne intervencijske usmeritve:

Teritorij in okolje

- Podpirati ohranitev in vzdrževanje naravne in kulturne dediščine zlasti na podeželju, ter s tem preprečiti njegovo propadanje, podpreti razvoj ponudbe na področju *slow* produktov in spodbuditi gospodarski razvoj v dobrobit lokalnega prebivalstva.
- Definirati in podpirati širitev odličnosti na celotnem teritoriju, v izogib koncentraciji turističnih tokov.
- Podpirati uporabo prevoznih sredstev, ki bodo predstavljala alternativo osebnim avtomobilom, še zlasti s podpiranjem rabe javnih prevozov, s čemer se zmanjšuje vpliv na okolje (parkirišča ob sredstvih javnega prevoza, območja z omejenim dostopom, itd.).

Gospodarstvo in družba

- Okrepiti lokalne veščine in znanja kot protiutež kreativni in intelektualni osiromašenosti teritorija (zaradi nižanja števila prebivalstva).

- Podpirati lokalno podjetništvo na ne-turističnih področjih z namenom okrepitve identitete krajev z vidika običajev, sposobnosti in življenjskega stila.

Dostopnost

- Izrabiti umeščenost čezmejnega območja v osrednji evropski prostor in njegove številne prometne povezave ter prometno infrastrukturo za namen povečanja deleža turističnih obiskov iz novo-uveljavljajočih se držav.
- Okrepiti omrežje lokalnega javnega prevoza za povečanje turizma na področju krajših destinacij (*short-break*) in za vzpostavitev povezave med obalnim pasom, gorskim predelom in notranjostjo.
- Podpirati preobrazbo informacijskih središč v centre storitev, ki bodo turistu ponujali možnosti za postanek oziroma podaljšanje počitnic.
- Podpirati prepoznavnost produkta *slow* turizma na svetovnem spletu, in sicer na zunanjem nivoju za komuniciranje s turisti ter na notranjem nivoju za izmenjavo informacij med turističnimi delavci.

Institucionalna podpora in prepoznavnost

- Podpirati razvoj standardov kakovosti na področju storitev, kapacitet in virov, z namenom zapolnitve naraščajočega povpraševanja po kakovostni ponudbi.
- Podpirati oblikovanje mreženja med turističnimi delavci z vzpostavitvijo koordinacijskega središča, ki bo izvajal načrtovanje in skrbel za razpršitev in individualni pristop na področju ponudbe.
- Podpirati in širiti ugled produkta *slow* turizma na koordiniran in enoten način, z vsakokratno izpostavitvijo specifik posameznega območja.
- Podpirati in širiti ugled območja kot destinacije z bogato naravno in kulturno dediščino, ki nudi možnost preživljanja nepozabnih trenutkov na odprtem ali ob izvajanju športnih aktivnosti, še zlasti z namenom zapolnitve naraščajočega povpraševanja na področju športa, rekreacijske hoje, opazovanja ptic, kolesarjenja in enogastronomije.
- Izdelati marketinške plane za podporo tradicionalnih turističnih segmentov (ki bodo služili kot podlaga za razvoj produkta *slow* turizma), z namenom zoperstavitve konkurenci novonastalih, atraktivnih in oddaljenih destinacij, ki pa so zlahka dosegljive.
- Podpirati in širiti načela *slow* turizma na podlagi učinkovitega sistema za pretok informacij, s čemer bo vzpostavljena skupna vizija

ja tako turističnih delavcev kot lokalnega prebivalstva.

- Podpirati specialistično izobraževanje turističnih delavcev z namenom, da se usposobijo za zagotavljanje *slow* storitev.

Turistična dostopnost

- Izkoristiti pozicioniranost in zrelost morskih, gorskih in mestnih turističnih produktov za razvoj dopolnilne ponudbe, ki bo obsegala obisk teritorija z vidika *slow* filozofije.
- Razvijati in širiti turistično ponudbo za skupine produktov (morje in mesta z umetniškim izročilom, hribe in dobro počutje, kolesarjenje in enogastronomijo, itd.) z namenom, da se turistu pričara nepozabna izkušnja.
- Izdelati skupne strategije, usmerjene v širitev ponudbe in ne-sezonsko usmerjenost turističnih tokov.
- Širiti načela *slow* turizma med turistične delavce in prebivalstvo za namen izboljšanja gostoljubja (fleksibilnost urnikov odpiranja in zapiranja, dovzetnost za kramljanje z obiskovalcem, itd.).
- Podpirati celovitost produkta *slow* turizma v izogib razpršenim pobudam na področju promocije.
- Podpirati tipično lokalno enogastronomsko ponudbo in zaščititi kmetijsko-prehrabne izdelke za ohranitev kulinarčne tradicije in zapolnitev naraščajočega povpraševanja s strani »gastronavtov«.

5.2. Usmeritve SWOT analize za pokrajino Ravenna

Rezultati SWOT analize za Ravenna:

Kategorije	S	W	O	T	Strategije
1. Teritorij in okolje	53,3	20,0	13,3	13,3	Premagovanje
2. Gospodarstvo in družba	35,0	-	40,0	25,0	Mobilizacija
3. Dostopnost	41,2	23,5	17,6	17,6	Premagovanje
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	28,6	14,3	46,4	10,7	Okrepitev
5. Turistična dostopnost	38,7	12,9	38,7	9,7	Okrepitev
Skupaj:	37,8	13,5	34,2	14,4	

Legenda: Vrednosti v %.

Glavne intervencijske usmeritve:

Teritorij in okolje

- Podpirati ohranitev naravne in kulturne dediščine, še zlasti na podeželju, za razvoj vzdržnega *slow* produkta.

Gospodarstvo in družba

- Izkoristiti ugled pokrajine kot območja z visoko kakovostjo življenja, za promocijo nemasovnega turizma izven standardnih okvirjev ter zadostiti povpraševanju o zdravem in kakovostnem načinu življenja.
- Mobilizirati akterje na nivoju različnih institucij, da podprejo zanimanje podjetnikov za

slow turizem ter s tem prispevajo tako k pridobitvi zunanjih investicijskih sredstev kot tudi krepitvi ne-turističnih panog (obrnitvo).

- Podpirati prepoznavnost produkta *slow* turizma kot nasprotja globaliziranemu trgu in zavirati uvoz neizvirnih izdelkov.
- Podpirati izobraževanje vodstvenega kadra z visokim nivojem znanja, ki bo sposobno prenesti vrednote na vse organizacijske nivoje.

Dostopnost

- Podpirati storitve lokalnih prevozov ter povezave med zaledjem in obalnimi središči skozi vse leto.
- Združiti kopališki produkt z *nepozabnimi* destinacijami, ter se s tem zoperstaviti dnevnim obiskom in obiskom ob koncu tedna.

Institucionalna podpora in prepoznavnost

- Izpostaviti boljšo strukturo vodenja za premagovanje neučinkovite uporabe marketinških orodij in turističnega *branding-a*.
- Izboljšati čezmejno koordinacijo in sodelovanje med turističnimi delavci ter se na ta način zoperstaviti nezadostni podpori s strani države in šibki strateški viziji državnih deležnikov.
- Spodbujati prepoznavnost produkta *slow* turizma na spletu, in sicer navzven, za potrebe komunikacije s turisti, ter navznoter, za izmenjavo informacij med turističnimi delavci.

Turistična dostopnost

- Spodbujati raznolikost ponudbe ter s tem zadostiti nihanjem na trgu turističnih obiskov ter zrelosti kopališkega produkta.
- Podpirati izobraževanje turističnih delavcev za izboljšanje kakovosti storitev.

5.3. Usmeritve SWOT analize za pokrajino Ferrara

Rezultati SWOT analize za Ferraro:

Kategorije	S	W	O	T	Strategije
1. Teritorij in okolje	56,3	6,3	12,5	25,0	Mobilizacija
2. Gospodarstvo in družba	27,8	11,1	33,3	27,8	Mobilizacija
3. Dostopnost	55,6	11,1	11,1	22,2	Mobilizacija
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	36,7	3,3	40,0	20,0	Mobilizacija
5. Turistična dostopnost	34,6	11,5	46,2	7,7	Okrepitev
Skupaj:	40,7	8,3	31,5	19,4	

Legenda: Vrednosti v %.

Glavne intervencijske usmeritve:

Teritorij in okolje

- Podpirati ohranitev naravne dediščine za razvoj vzdržnega *slow* produkta ter preprečiti poslabšanje razmer v bodoče.
- Podpirati ohranitev kulturne dediščine, še zlasti na podeželju, kjer ni vselej kakovostna.

Gospodarstvo in družba

- Izkoristiti ugled dežele kot področja z visoko kakovostjo življenja, za namene promocije izvirnega in ne-masovnega turizma ter zadostiti povpraševanju po zdravem in kakovostnem načinu življenja.

- Podpirati podjetniški duh kot kontrast globalizaciji trga in razvijati tipične izdelke, ki odražajo identiteto območja.
- Razširiti med turistične delavce in prebivalstvo zavest, da produkt *slow* turizma prinaša zaslužek in nova delovna mesta.

Dostopnost

- Podpirati storitve lokalnih prevozov ter povezavo med zaledjem in obalnimi središči skozi vse leto.
- Razviti privlačne destinacije na podeželju za razvoj zasebne podjetniške iniciative in izboljšanje kakovosti turističnega gostoljubja.

Institucionalna podpora in prepoznavnost

- Izpostaviti boljšo strukturo vodenja za premagovanje neučinkovite uporabe marketinških orodij in turističnega *branding-a*.
- Izboljšati čezmejno koordinacijo in sodelovanje med turističnimi delavci ter se s tem zoperstaviti neučinkoviti podpori s strani države in šibki strateški viziji nacionalnih deležnikov.

Turistična dostopnost

- Izdelati strategije za predhodno pripravo in zadostitev naraščajočemu povpraševanju po

kmečkem, naravnem in enogastronomskem turizmu.

- Izdelati strategije za prilagoditev ponudbe novim zahtevam povpraševanja: last minute, individualizirana ponudba, ugrizni in pobegni, itd.
- Izkoristiti naraščajoče povpraševanje po križarjenju za oblikovanje ponudbe naravnih ali kulturnih enodnevnih ekskurzij ter s tem promovirati teritorij.
- Izboljšati kakovost in številčnost namestitvenih kapacitet, še zlasti na podeželju in na območju Parka delte reke Pad.

5.4. Usmeritve SWOT analize za pokrajino Rovigo

Rezultati SWOT analize za pokrajino Rovigo:

Kategorije	S	W	O	T	Strategije
1. Teritorij in okolje	50,0	16,7	16,7	16,7	Premagovanje
2. Gospodarstvo in družba	25,0	6,3	43,8	25,0	Mobilizacija
3. Dostopnost	46,7	20,0	20,0	13,3	Premagovanje
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	15,4	19,2	46,2	19,2	Premagovanje
5. Turistična dostopnost	5,3	47,4	36,8	10,5	Nadzor
Skupaj:	25,0	22,7	35,2	17,0	

Legenda: Vrednosti v %.

Glavne intervencijske usmeritve:

Teritorij in okolje

- Promovirati produkt *slow* turizma za razvoj kakovostnih (bio) lokalnih izdelkov ter s tem zmanjšati fenomen onesnaženosti.
- Razviti območje Parka delte reke Pad za dvig okoljske zavesti pri lokalnem prebivalstvu in za širitev ekoloških načel tudi v zaledju, kjer so zabeležene višje vrednosti onesnaženosti.

Gospodarstvo in družba

- Okrepiti naravni produkt, povečati zanimanje turističnih delavcev za produkt *slow* turizma in povečati povpraševanje po tipičnih izdelkih za spodbuditev lokalne podjetnosti.
- Izkoristiti in širiti prepričanje, da produkt *slow* turizma prinaša zaslužek in nova delovna mesta.

- Glede na predvideno izboljšanje infrastrukturnega omrežja je potrebno okrepiti prometne povezave na lokalnem nivoju in s tem podaljšati trajanje turistične sezone.

Institucionalna podpora in prepoznavnost

- Izkoristiti naravne danosti Parka delte reke Pad in s tem preseči pomanjkljivosti ponudbe, ki temelji zlasti na kopališkem produktu.
- Podpirati sodelovanje na sejnih in ad hoc prireditvah za namene promocije tipičnih izdelkov, vpeljati sistem za nadzor kakovosti in vzpostavitev marketinških struktur za dvig prepoznavnosti v tujini.
- Izkoristiti razpoložljivost finančnih sredstev, namenjenih za razvoj podeželja, za razvoj produkta *slow* turizma in strateške vizije znotraj mrežnega pristopa.

Dostopnost

Turistična dostopnost

- Podpirati razvoj naravne ponudbe, ki je še v razvojni fazi znotraj gospodarstva s pretežno kmetijskim predznakom in je vezana na tipične tradicionalne in certificirane produkte.
- Izkoristiti kulturne in umetniške danosti območja in z njimi pritegniti pomemben turistični obisk, tudi s strani turistov iz sosednjih območij.

stični obisk, tudi s strani turistov iz sosednjih območij.

- Postaviti ob bok kopališkemu turizmu tudi privlačno enogastronomsko ponudbo.
- Ponovno ovrednotiti sistem turističnih namestitvenih kapacitet.

5.5. Usmeritve SWOT analize za pokrajino Benetke

Rezultati SWOT analize za pokrajino Benetke:

Kategorije	S	W	O	T	Strategije
1. Teritorij in okolje	52,4	14,3	9,5	23,8	Mobilizacija
2. Gospodarstvo in družba	35,3	-	58,8	5,9	Okrepitev
3. Dostopnost	72,2	-	22,2	5,6	Okrepitev
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	48,4	6,5	45,2	-	Okrepitev
5. Turistična dostopnost	37,5	12,5	37,5	12,5	Okrepitev
Skupaj:	47,9	7,6	35,3	9,2	

Legenda: Vrednosti v %.

Glavne intervencijske usmeritve:

Teritorij in okolje

- Podpirati ohranitev bogate naravne in kulturne dediščine, ki je deležna visoke prepoznavnosti v svetu, vendar se nahaja znotraj šibkega okolja.
- Podpirati razvoj proizvodnje kakovostnih izdelkov (tipičnih lokalnih in bio izdelkov) za zadostitev naraščajočega povpraševanja po enogastronomskih izdelkih.

Gospodarstvo in družba

- Podpirati pristen podjetniški duh in razvijati zanimanje za *slow* turizem kot orodje za pridobivanje zunanjih investorjev ter okrepitev ne-turističnih panog (obrtništvo).

Dostopnost

- Okrepitev prometnih razmer (že predvidena) na deželni in lokalni ravni, ki je že sicer optimalna.

Institucionalna podpora in prepoznavnost

- Podpirati ohranitev kulturne dediščine in razviti skupne marketinške strategije, ki bodo pritegnile javne in zasebne vlagatelje.

- Podpirati koordinacijo med turističnimi delavci, ki so že pozorni na dinamiko trga in teritorija, ob predložitvi produktov, vezanih na filozofijo *slow* turizma.
- Spodbujati prepoznavnost produkta *slow* turizma na spletu, in sicer navzven, za potrebe komunikacije s turisti, ter navznoter, za izmenjavo informacij med turističnimi delavci.
- Izkoristiti prepoznavnost, ki jo imajo Benetke v svetu, za promocijo dodatnih, *slow* itinerarijev tudi izven lagune.

Turistična dostopnost

- Podpreti naravne, zgodovinske, kulturne in ostale itinerarije in omogočiti povezave z ozemlji sosednjih pokrajin.
- Izkoristiti turistični potencial novouveljavljajočih se dežel ter podpreti razvoj turističnih destinacij, ki bodo postale alternativa Benetkam in sosednjim kopališkim krajem.
- Podpreti razvoj individualne ponudbe in jo predstaviti kot nasprotje prevladujoči ponudbi masovnih turističnih produktov.
- Poskrbeti za povečanje naklonjenosti do gostoljubja v lokalnem prebivalstvu.

5.6. Usmeritve SWOT analize za pokrajino Treviso

Rezultati SWOT analize za pokrajino Treviso:

Kategorije	S	W	O	T	Strategije
1. Teritorij in okolje	58,8	17,6	11,8	11,8	Okrepitev
2. Gospodarstvo in družba	40,0	-	50,0	10,0	Okrepitev
3. Dostopnost	72,2	5,6	22,2	-	Okrepitev
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	44,0	4,0	48,0	4,0	Okrepitev
5. Turistična dostopnost	35,7	10,7	50,0	3,6	Okrepitev
Skupaj:	48,1	7,4	38,9	5,6	

Legenda: Vrednosti v %.

Glavne intervencijske usmeritve:

Teritorij in okolje

- Podpreti ohranitev bogate naravne in kulturne dediščine ter na njeni podlagi razviti produkt *slow* turizma.
- Podpreti razvoj proizvodnje kakovostnih izdelkov (tipičnih lokalnih in bio izdelkov) za izpolnitev naraščajočega povpraševanja po enogastronomskih izdelkih.

Gospodarstvo in družba

- Izkoristiti ugled dežele kot področja z visoko kakovostjo življenja za namene promocije ne-masovnega turizma na izviren način ter zadostiti povpraševanju po zdravem in kakovostnem načinu življenja.
- Podpreti podjetnost mladih, ki so naklonjeni ohraniti starih običajev in lokalnih spretnosti.
- Spodbujati naraščajoče zanimanje turističnih delavcev za produkt *slow* turizma in okrepiti ne-turistične branže (obrtništvo).

Dostopnost

- Izboljšanje že sedaj optimalne prometne infrastrukture na deželni in lokalni ravni (že predvidena).

Institucionalna podpora in prepoznavnost

- Podpreti blagovno znamko *Marca Trevigiana*, ki povezuje turistične priložnosti območja, spodbuja nastanek sinergij med turističnimi delavci in je privlačna za javne in zasebne investitorje.
- Podpreti koordinacijo med turističnimi delavci, ki so že pozorni na dinamiko na trgu in območju, ter jim ponuditi produkte s področja *slow* turizma.

Turistična dostopnost

- Podpreti ponudbo tipičnih enogastronomskih izdelkov in jo ločiti od ponudbe za preživljanje prostega časa (še zlasti od športnih ponudb), z namenom pritegnitve turistov iz tujih območij.

5.7. Usmeritve SWOT analize za pokrajino Videm

Rezultati SWOT analize za pokrajino Videm:

Kategorije	S	W	O	T	Strategije
1. Teritorij in okolje	65,0	-	10,0	25,0	Mobilizacija
2. Gospodarstvo in družba	20,0	5,0	45,0	30,0	Mobilizacija
3. Dostopnost	42,9	14,3	28,6	14,3	Okrepitev
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	6,7	23,3	46,7	23,3	Nadzor
5. Turistična dostopnost	35,5	6,5	41,9	16,1	Okrepitev
Skupaj:	31,3	10,4	36,5	21,7	

Legenda: Vrednosti v %.

Glavne intervencijske usmeritve:

Teritorij in okolje

- Podpreti ohranitev in vzdrževanje naravne in kulturne dediščine, še zlasti na podeželju, ter razviti produkt *slow* turizma in preprečiti propad tovrstne dediščine.

Gospodarstvo in družba

- Izkoristiti ugled pokrajine kot področja z visoko kakovostjo življenja ter s tem podpreti turizem, ki ne bo masovnega značaja in bo izven tradicionalnih in ustaljenih okvirjev, ter izpolniti povpraševanje po zdravem in kakovostnem življenjskem slogu.
- Podpirati lokalni podjetniški duh, še zlasti med mlado populacijo, ter razvijati izvirne in okolju tipične izdelke kot nasprotje globaliziranemu trgu.
- Spodbujati naraščajoče zanimanje turističnih delavcev za produkt *slow* turizma, z namenom, da se okrepijo tudi ne-turistične panoge (obrtništvo).
- Razširiti med turistične delavce in prebivalstvo zavest, da produkt *slow* turizma predstavlja potencial za ustvarjanje zaslužka in odpiranje delovnih mest.

Dostopnost

- Okrepiti prometno povezanost znotraj pokrajine in s sosednjimi pokrajinami (že predvideno), še zlasti prometno povezavo, ki povezuje kopališka središča s *slow* kraji v zaledju.

- Okrepiti in vzdrževati kolesarske in pešpoti, ki so pomemben vir za razvoj *slow* turizma.

Institucionalna podpora in prepoznavnost

- Promovirati značilnosti, ki odlikujejo posamezna območja na način, da ta postanejo takoj prepoznavna.
- Izboljšati čezmejno koordinacijo in sodelovanje med turističnimi delavci ter se s tem zoperstaviti šibki strateški viziji deležnikov in upravljati s konkurenčnostjo.
- Podpirati sinergije med turističnimi delavci in predlagati produkte, ki bodo vezani na filozofijo *slow* turizma.
- Spodbujati prepoznavnost produkta *slow* turizma na spletu, in sicer navzven, za potrebe komunikacije s turisti, ter navznoter, za izmenjavo informacij med turističnimi delavci.

Turistična dostopnost

- Podpirati ponudbo tipičnih enogastronomskih izdelkov in jo ločiti od ponudbe za preživljanje prostega časa (naravoslovne, kulturne in športne) z namenom prestrezanja turistične prisotnosti na mejnih območjih.
- Združiti produkte kopališkega in gorskega turizma z *nepozabnimi* itinerariji, ter se na ta način zoperstaviti dnevnim obiskom in obiskom ob koncu tedna.
- Podpirati raznolikost ponudbe, ter se na ta način zoperstaviti nihanjem na turističnem trgu ter zrelosti kopališkega produkta.

5.8. Usmeritve SWOT analize za pokrajino Trst

Rezultati SWOT analize za pokrajino Trst (še zlasti za območje Bazovice in Doline):

Kategorije	S	W	O	T	Strategije
1. Teritorij in okolje	73,3	6,7	13,3	6,7	Okrepitev
2. Gospodarstvo in družba	22,7	9,1	36,4	31,8	Mobilizacija
3. Dostopnost	61,1	5,6	22,2	11,1	Okrepitev
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	-	38,7	35,5	25,8	Mobilizacija
5. Turistična dostopnost	46,9	9,4	34,4	9,4	Okrepitev
Skupaj:	35,6	16,1	30,5	17,8	

Legenda: Vrednosti v %.

Glavne intervencijske usmeritve:

Teritorij in okolje

- Podpirati ohranitev in vzdrževanje naravne in kulturne dediščine, še zlasti na podeželju, z namenom razvoja vzdržnega *slow* produkta ter s ciljem, da se prepreči propad zelo šibkega eko-sistema.

Gospodarstvo in družba

- Izkoristiti ugled dežele kot področja z visoko kakovostjo življenja, za namene promocije ne-masovnega turizma na izviren način ter zadostiti povpraševanju po zdravem in kakovostnem načinu življenja.
- Spodbujati lokalni podjetniški duh in razvijati izvirne, območju tipične izdelke ter se na ta način zoperstaviti globaliziranemu trgu.
- Izkoristiti in širiti prepoznavnost produkta *slow* turizma za namene ustvarjanja prihodkov in novih delovnih mest.
- Promovirati produkt *slow* turizma za ohranitev identitete in zgodovine krajev.

Dostopnost

- Podpirati prevoze z javnimi prevoznimi sredstvi, alternativnimi prevoznimi sredstvi in vzpostaviti parkirne cone, ki predstavljajo pomemben vir za razvoj *slow* turizma.

Institucionalna podpora in prepoznavnost

- Izboljšati čezmejno koordinacijo in sodelovanje turističnih delavcev ter se na ta način zoperstaviti šibki strateški viziji deležnikov ter prevzeti nadzor nad tekmovalnostjo ponudnikov.
- Podpirati sinergije med turističnimi delavci s predložitvijo produktov, vezanih na filozofijo *slow* turizma.
- Spodbujati prepoznavnost produkta *slow* turizma na spletu, in sicer navzven, za potrebe komunikacije s potencialnimi turisti, ter navznoter, za izmenjavo informacij med turističnimi delavci.

Turistična dostopnost

- Izpostaviti boljšo strukturo vodenja za premagovanje neučinkovite uporabe marketinških orodij in turističnega *branding-a*.
- Podpirati izobraževanje turističnih delavcev za izboljšanje kakovosti storitev.
- Promovirati itinerarije, ki so vsem dostopni in so oddaljeni le nekaj ur, ter na ta način pritegniti turiste iz križark, katerih priljubljenost v Jadranu narašča, ter s tem promovirati območje.
- Spodbujati naklonjenost do gostoljubja v lokalnem prebivalstvu.
- Podpirati nastajanje izvirnih lokalnih izdelkov in s tem zadostiti naraščajočemu povpraševanju po enogastronomskem turizmu in turizmu »ugrizni in pobegni«.

5.9. Usmeritve SWOT analize za statistično regijo Gorenjska

Rezultati SWOT analize za statistično regijo Gorenjska:

Kategorije	S	W	O	T	Strategije
1. Teritorij in okolje	70,6	-	11,8	17,6	Okrepitev
2. Gospodarstvo in družba	38,9	-	44,4	16,7	Okrepitev
3. Dostopnost	47,6	14,3	19,0	19,0	Okrepitev
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	16,7	13,3	43,3	26,7	Mobilizacija
5. Turistična dostopnost	46,7	-	40,0	13,3	Okrepitev
Skupaj:	41,4	6,0	33,6	19,0	

Legenda: Vrednosti v %.

Glavne intervencijske usmeritve:

Teritorij in okolje

- Podpirati ohranjanje naravne dediščine za razvoj vzdržnega *slow* produkta ter preprečiti razpad zelo šibkega ekosistema.
- Podpirati zanimanje turističnih delavcev in prebivalstva za okoljske tematike z informiranjem in izobraževanjem, ter s tem zagotoviti turistu pravo naravno izkušnjo.

Gospodarstvo in družba

- Izkoristiti ugled dežele kot področja z visoko kakovostjo življenja za namene promocije ne-masovnega turizma na izviren način ter prestreči povpraševanje po zdravem in kakovostnem načinu življenja.
- Podpirati razvoj ne-turističnih panog (obrtništvo) za ohranitev specifičnih spretnosti pri pripravi izdelkov, vezanih na *slow* turizem.
- Podpirati podjetnost in izobraževanje na vseh nivojih turistične panoge kot orodje proti visoki stopnji brezposelnosti in odseljivanju z območja.

Dostopnost

- Okrepiti prometne povezave na območju (že v teku), še zlasti z javnimi prevoznimi sredstvi, ter s tem omogočiti dostopnost do območja, ki ima zaradi prisotnosti pomembnih prometnic že sedaj ugodno lego.

- Razširiti in popestriti turistično ponudbo za razširitev turistične sezone tudi v pomladne in jesenske mesece.

Institucionalna podpora in prepoznavnost

- Izboljšati koordinacijo in čezmejno sodelovanje med turističnimi delavci za premagovanje šibke strateške vizije lokalnih deležnikov in za nadzorovano upravljanje tekmovalnosti med ponudniki.
- Izpostaviti boljšo strukturo vodenja za premagovanje neučinkovite uporabe marketinških orodij in turističnega *branding-a*.
- Podpirati prepoznavnost in identiteto manj poznanih destinacij in s tem povečati njihovo prepoznavnost.
- Spodbujati prepoznavnost produkta *slow* turizma na spletu, in sicer navzven, za potrebe komunikacije s potencialnimi turisti, ter navznoter, za izmenjavo informacij med turističnimi delavci.
- Udeležba na sejmi in *ad hoc* prireditvah za promocijo tipičnih lokalnih izdelkov in črpanje evropskih sredstev za okrepitev prepoznavnosti produkta *slow* turizma na tujem.

Turistična dostopnost

- Okrepiti lokalne značilnosti in na njih izgraditi turistično odličnost tipične ponudbe, ki se bo razlikovala od ponudbe sosednjih dežel.
- Okrepiti in popestriti ponudbo za namene ugotavljanja turističnega potenciala novonastalih trgov.

5.10. Usmeritve SWOT analize za statistično regijo Goriška

Rezultati SWOT analize za statistično regijo Goriška:

Kategorije	S	W	O	T	Strategije
1. Teritorij in okolje	68,4	10,5	10,5	10,5	Okrepitev
2. Gospodarstvo in družba	26,7	13,3	46,7	13,3	Okrepitev
3. Dostopnost	23,5	47,1	17,6	11,8	Nadzor
4. Institucionalna podpora in prepoznavnost	34,4	12,5	40,6	12,5	Okrepitev
5. Turistična dostopnost	57,7	3,8	30,8	7,7	Okrepitev
Skupaj:	43,1	15,6	30,3	11,0	

Legenda: Vrednosti v %.

Glavne intervencijske smernice:

Teritorij in okolje

- Podpirati ohranjanje naravne dediščine za razvoj vzdržnega *slow* produkta in preprečiti razpad zelo šibkega ekosistema.
- Podpirati zanimanje turističnih delavcev in prebivalstva za okoljske tematike na podlagi informiranja in izobraževanja, ter s tem zagotoviti turistu pravo naravno izkušnjo.
- Okrepiti lokalni podjetniški duh in razvijati izvirne in kraju tipične izdelke kot protiutež globaliziranemu trgu.
- Razširiti in popestriti ponudbo z alternativnimi aktivnostmi za prosti čas, ki jih bo možno ponuditi v primeru slabega vremena.

Gospodarstvo in družba

- Okrepiti ne-turistične panoge (obrtništvo) za podporo *slow* turizmu, še zlasti kot protiutež odseljevanju prebivalstva in visoki stopnji brezposelnosti.
- Razširiti med turistične delavce in prebivalstvo zavest, da produkt *slow* turizma prinaša zaslužek in zagotavlja delovna mesta.
- Podpirati podjetnost pri mladih, ki si prizadevajo ohranjati običaje in specifična lokalna znanja.

Dostopnost

- Podpirati razvojne načrte za izboljšanje slabih prometnih razmer, kot so na primer otežena dostopnost do posameznih naselij, neustreznost sredstev javnega prevoza in dolgotrajnosti transferjev.

Institucionalna podpora in prepoznavnost

- Izkoristiti razpoložljivost evropskih sredstev za razvoj produkta *slow* turizma in razvoj strateške vizije v okviru mrežnega pristopa.
- Spodbujati sodelovanje med predstavniki institucij na teritoriju z namenom zmanjševanja konkurence in oblikovanja skupnih marketinških strategij.
- Udeležba na sejnih in *ad hoc* prireditvah za promocijo tipičnih lokalnih izdelkov in črpanje evropskih sredstev za okrepitev prepoznavnosti produkta *slow* turizma na tujem.

Turistična dostopnost

- Promovirati teritorij s poudarjanjem njegove izvirnosti in spodbujanje ne-masovnega obiska krajev, z namenom zagotavljanja *slow* ponudbe in ob upoštevanju *habitata* dežele.
- Izkoristiti gostoljubje prebivalstva za oblikovanje izvirne in družinske ponudbe.
- Izkoristiti turistični obisk v sosednjih deželah za promocijo lastnega teritorija, ter zadostiti naraščajočemu povpraševanju po turizmu »u-grizni in beži«.



Bibliografija

- Chiari G., Corbetta P. (1973), "Il problema del campionamento nella ricerca sociale", in *Rassegna italiana di sociologia*, 3.
- Del Bianco D. et al. (2010), *Cooperazione transfrontaliere e interterritoriale in Europa*, Council of Europe-Isig, Gorizia.
- Finsterbusch K. (1976), "Demonstrating the value of mini surveys in social research", in *Sociological methods & research*, 1.
- Gasparini A., Pocecco A., Zago M. (2003), *Transfrontier co-operation in the Balkan-Danube area. An analysis of Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*, Council of Europe, Strasbourg.
- Lavarini R. (cur.) (2008), *Viaggiar lento. Andare adagio alla scoperta di luoghi e persone*, Hoepli, Milano.
- Sambri C., Pegan G. (2008), "La domanda di turismo responsabile. Un'indagine esplorativa sui turisti italiani nel Nord-Est", in *Mercati e Competitività*, 2.
- Slovenia Tourist Board, UP-Turistica (2008), *Italian market profile; Germany market profile, Austrian market profile*, Slovenia Tourist Board.
- Statistical Office of the Republic of Slovenia (2010), *Tourism travels of domestic population, Slovenia, 2009 - Final data*, Rapid Reports, 14, June 7.
- Unwto (2010) *Tourism Highlights*, 2010 Edition.
- Zago M. (2001), *L'analisi Swot nell'implementazione di un'Euroregione austro-italo-slovena*, Quaderno del Programma di Metodologia, 1, Isig, Gorizia.
- Zago M. (2008), "Solo Relax e Tutto Sprint: nuovi modi di vivere le vacanze in Friuli Venezia Giulia", in *Futuribili*, 1, Franco Angeli, Milano, pp. 128-140.
- Zago M. (2009), "Da Wordsworth a Homer Simpson. Identikit del turista dei parchi", in *Piemonte Parchi*, 186 (giugno), I turisti della natura, Regione Piemonte Parchi, Torino.



Slow Tourism

Italia ↔ Slovenia



Scoprici con lentezza
Kjer doživetja
ustavijo čas
Discover us slowly



REPUBLIKA SLOVENIJA
SLUŽBA VLADE RS ZA KOLABORACIJSKO SADRŽAJNO
IN REGIONALNO POLITIKO

Tagline: SLOW TOURISM
Slovenija - kraj za počitek in
odmor

Tagline: SLOW TOURISM
Slovenija - kraj za počitek in
odmor

Info: www.slow-tourism.net

