



Ref. 1/2009 / SLOW TOURISM
Valorizacija in promocija
turističnih "slow" poti med
Italijo in Slovenijo

Smernice za oblikovanje turističnega produkta slow turizem

*Delavnica z interesnimi skupinami in
turističnimi akterji*

DS 2.3 Krajevna animacija

Stefano Dall'Aglio, *Econstat*
Angela Nazzaruolo, *Delta 2000*
Moreno Zago, *Univerza v Trstu*

Marec-Maj 2011



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

Kazalo

1. Splošna predstavitev projekta Slow Tourism
2. Slow pristop k turizmu
 - a. Opredelitev pojma slow turizem
 - b. Slow turizem v primerjavi s tradicionalnimi turističnimi produkti
 - c. Profil slow turista
3. Obravnavano območje
 - a. Opredelitev območij
 - b. Turistični fenomen
 - c. Pregled slow ponudbe na območju
 - d. Prednosti in razvojni potencial Slow Tourisma
4. Razvoj slow turizma
 - a. Splošne smernice (za vse)
 - b. Smernice za specifična področja
5. Oblikovanje omrežja Slow Tourism
 - a. Razlogi za vzpostavitev kakovostnega omrežja
 - b. Faze oblikovanja omrežja Slow Tourism



1. Splošna predstavitev projekta Slow Tourism

Kako je projekt nastal

- Projekt financirajo Evropska unija, Italija in Slovenija v okviru Programa čezmejnega sodelovanja Slovenija-Italija 2007-2013.
- To je “strateški” projekt, ki zajema pobude strateškega pomena za strategije sodelovanja in lahko znatno prispevajo k družbeno-gospodarskemu razvoju celotnega čezmejnega območja oz. večjega dela le-tega (Prednostna naloga 2: Konkurenčnost in na znanju temelječa družba; prvo uvrščeni projekt na končni lestvici).
- Projekt traja 3 leta in razpolaga s 3,8 milijona evrov finančnih sredstev (maj 2010-april 2013).
- Vodilni partner je agencija DELTA 2000 s sedežem v kraju San Giovanni di Ostellato (FE), agencija za lokalni razvoj delte reke Pad v Emiliji Romanji.

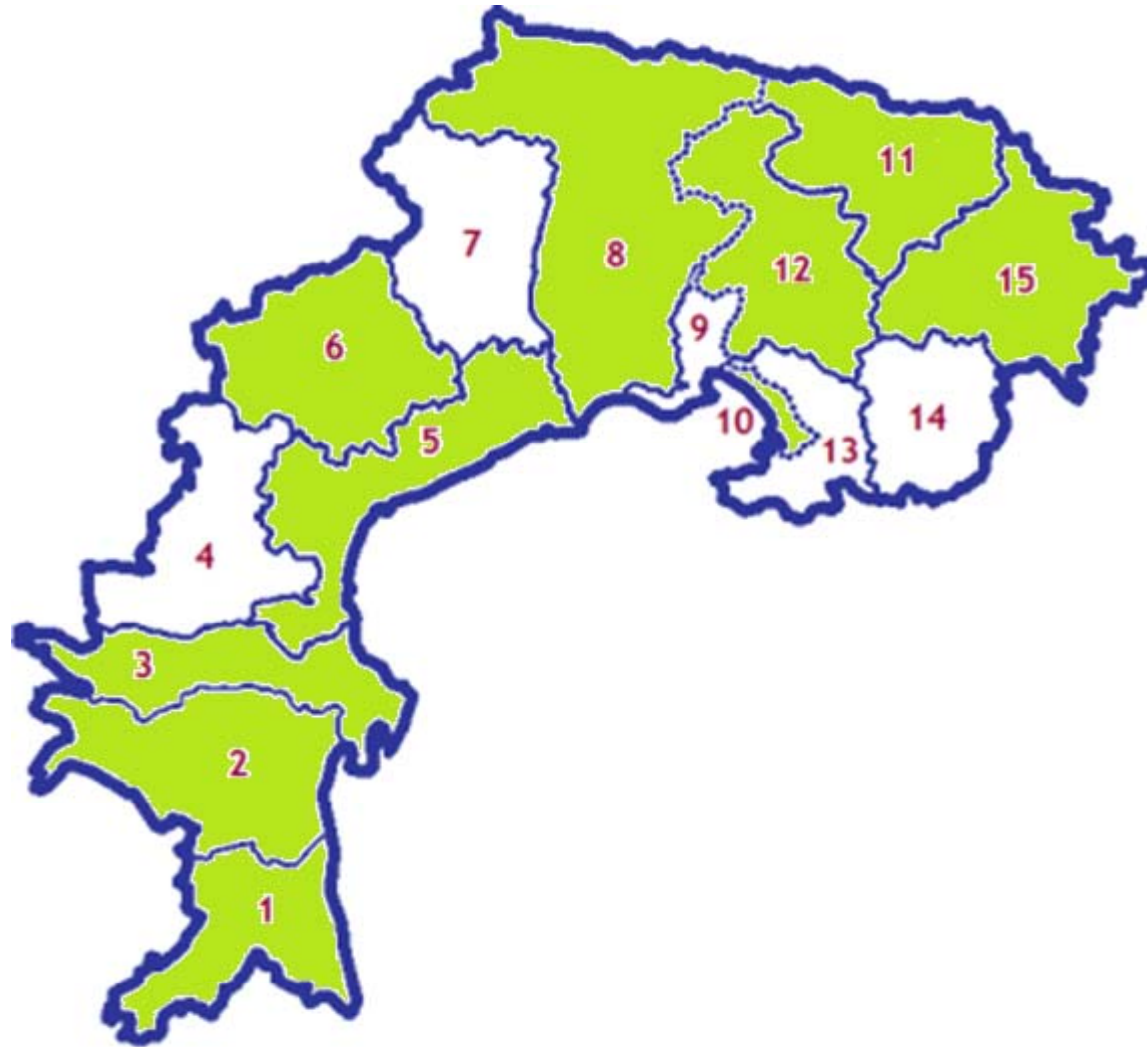
Projektni partnerji

Italijanski partnerji	Slovenski partnerji
• VP DELTA 2000 • PP1 Pokrajina Ferrara • PP2 Pokrajina Ravenna • PP3 Pokrajina Rovigo • PP4 LAS Polesine Delta Po • PP5 LAS Venezia Orientale, VEGAL • PP6 Konzorcij deželnega parka delte reke Pad v Emiliji Romanji • PP7 Ustanova deželnega parka delte reke Pad v Venetu • PP8 Oddelek za politične in družbene vede, Univerza v Trstu • PP9 LAS Alta Marca Trevigiana • PP10 LAS Terre di Marca • PP25 Pokrajina Benetke • PP26 Pokrajina Videm • PP27 Občina Ravenna • PP28 Dežela Emilija Romanja • PP29 Navtično društvo Nautisette	• PP11 BSC poslovno podporni center d.o.o. Kranj • PP12 Turizem Bohinj, javni zavod za pospeševanje turizma • PP13 Zavod za turizem in kulturo Žirovnica • PP14 Center za trajnostni razvoj podeželja Kranj, razvojni zavod • PP15 Triglavski Narodni Park • PP16 Slovenska turistična organizacija • PP17 Občina Bled • PP18 Občina Bohinj • PP19 Občina Gorenja vas-Poljane • PP20 Občina Jesenice • PP21 Občina Kobarid • PP22 Občina Kranjska Gora • PP23 Občina Radovljica • PP24 Občina Žiri

Partnersko območje projekta Slow Tourism



Partnersko območje projekta Slow Tourism



Italija: Pokrajine	
1	Ravenna
2	Ferrara
3	Rovigo
4	Padova
5	Benetke
6	Treviso
7	Pordenon
8	Videm
9	Gorica
10	Trst
Slovenija: Statistične regije	
11	Gorenjska
12	Goriška
13	Obalno-kraška
14	Notranjsko-kraška
15	Osrednjeslovenska

Opis

Obravnavano območje

Na projektnem območju obstajajo različni turistični produkti, kot so opazovanje ptic, kolesarjenje, ribolov, fotografski lov, šport in z vodo povezane oblike turizma. Ponudba pa je razdrobljena in neustrezno urejena.



Strategija

Projektna ideja temelji na strategiji za skupni razvoj sproščujočega turizma preko izvajanja ukrepov na območjih, ki jih zaznamuje element “voda” in preko izvajanja pilotnih projektov namenjenih razvijanju skupnih turističnih produktov, npr. kolesarjenja, ribolova, fotografskega lova, opazovanja ptic in drugih dejavnosti vezanih na vodo.

Cilji

Splošni cilj:

- Vrednotenje in promocija oblik “sproščujočega” turizma, t.j. “slow tourism”, na slovenskem in italijanskem območju, ki ga zaznamujejo dragoceni naravoslovno-okoljski elementi in voda, preko izvajanja integriranih in skupnih ukrepov.

Specifični cilji:

- Uvedba nove filozofije – *slow turizem*;
- Okrepitev turističnih virov;
- Izboljšanje dostopnosti in koriščenja turističnih virov vezanih na vodo na podlagi filozofije “slow”;
- Promocija sproščujočih oblik turizma in oblikovanje nišnih sonaravnih turističnih proizvodov;
- Integracija in mreženje okoljskih in ruralnih virov za skupen in integriran razvoj turističnega potenciala; oblikovanje omrežja “slow tourism” na čezmejnem območju Severnega Jadrana;
- Razvoj skupne strategije trženja in uvrstitev programskega območja na mednarodno raven; promocija trajnostnih oblik prevoza;
- Oblikovanje novih zaposlitvenih možnosti za lokalno prebivalstvo na področju naravoslovnega in okoljskega turizma.

Povzetek projekta

Oblikovanje nove turistične ponudbe na italijanskih in slovenskih območjih, ki jih zaznamujejo dragoceni naravoslovni elementi in voda preko razvijanja oblik “sproščujočega” turizma, ki poudarja trajnost, odgovornost in sonaravnost.

“Slow turizem” je nova filozofija potovanja, ki bo povezala slovenska in italijanska območja v obliki «sproščujočega in kakovostnega» turizma in bo prispevala k krepitevi ponudbe Severnega Jadrana, ki ima edinstvene značilnosti na mednarodni ravni.

Osrednje aktivnosti projekta

- Analiza konteksta, opredelitev skupnih strateških smernic za oblikovanje turističnega produkta “slow turizem” in Pravilnika “slow turizma” za zasebne in javne turistične akterje iz projektne območja.
- Krajevna animacija in osveščanje.
- Izvajanje pilotnih projektov namenjenih osrednjim turističnim produktov, ki se navezujejo na tematiki vode in naravoslovnega turizma (opazovanje ptic, opazovanje naravnih danosti, fotografski turizem, kolesarjenje, rečni turizem, športne dejavnosti vezane na vodo – turistični ribolov, veslanje in druge oblike športnega turizma).
- Oblikovanje skupnih promocijskih materialov, prirejanje skupnih slow dogodkov, udeležba na strokovnih sejnih.



2. Slow pristop k turizmu



2.a. Opredelitev pojma SLOW TURIZEM

Slow Tourism:

- Ali je to nov turistični pojem / produkt?
- Ali pa je to nov način imenovanja že znanih turistično-naravoslovnih pojmov / produktov?

Okoljski turizem

- **Trajnostni turizem**

- Razvijanje turističnega modela, ki zagotavlja **raznovrstne in dolgoročne prednosti** vsem soudeležnim subjektom, t.j. krajevni skupnosti in okolju, turističnim akterjem in turistom.

- **Odgovorni turizem**

- Priznava **osrednjo vlogo krajevnne skupnosti** in njeno pravico, da postane protagonistka pri trajnostnem razvoju turizma, ki naj bo tudi odgovoren do teritorija.
- Spodbuja **pozitivno interakcijo** med turistično industrijo, krajevnimi skupnostmi in turisti.

Okoljski turizem

● Ekološki turizem

- Odkrivanje **občutljivih, divjih in po navadi zaščenih** (večkrat eksotičnih) območij na osnovi minimiziranja vplivov na okolje in nizkega števila udeležencev (kot alternativa masovnemu turizmu).
- Etični cilji: izobraževanje turistov, okrepitev spoštovanja različnih kultur in človekovih pravic, vzpostavitev skladov za ohranjanje okolja in krajevni razvoj.

● Aktivni turizem

- Tovrstna oblika potovanja zahteva **fizično in/ali mentalno soudeležbo popotnika** (kot alternativa pasivnemu turizmu) na osnovi načel trajnostni, zaščite biološke raznolikosti in ohranjanja kulture.
- Pomembni elementi so: mešanica zabave in izobraževanja (*edutainment*), opazovanje in spoštovanje, akcija in interakcija, informiranje in poglobljanje

● Slow Tourism?

Slow Tourism

- Sproščujoče potovanje oz. način, ki:
 - Usmerja povpraševanje in ponudbo k spoštovanju etičnih načel.
 - Omogoča ustrezno koriščenje časa, odpravo tesnob in stresa, ki jih povzroča hitri tempo našega življenja.
 - Omogoča gostom, da se harmonično povežejo s sabo in z vsem, kar jih obdaja.
 - Spodbuja nove oblike osveščenosti na podlagi globljih in privlačnih izkušenj.
- Za izvajanje dejavnosti v okviru Slow Tourism je treba:
 - Oblikovati nov sistem ponudbe, ki naj bo pozornejši, odgovornejši, manj standardiziran in/ali banalen.
 - Dolgoročno planirati aktivnosti.
 - Spoštovati in varovati okolje.
 - Dajati prednosti proizvodom s kratko distribucijsko verigo.
 - Uvajati trajnostne procese.
 - Vzpostaviti plodno sodelovanje s krajevnimi skupnostmi in skupinami popotnikov.

Elementi slow turizma

- S pričujočo študijo smo ugotovili, da mora izkušnja slow turizma (povpraševanje, ponudba) istočasno izpolnjevati naslednje pogoje/zajemati naslednje elemente:
 1. Čas
 2. Počasnost
 3. Kontaminacija
 4. Pristnost
 5. Trajnost
 6. Čustvenost

Elementi slow turizma

- **Čas:** se nanaša na časovno razsežnost organizacije turističnih akterjev in teritorija ter se operativno odraža v nekaterih vidikih, npr.:
 - Strateškem usmerjanju na osnovi eksplicitnega srednje-dolgoročnega planiranja.
 - Posvečanju časa analiziranju, razumevanju in načrtovanju kakovostnih izboljšav s strani turističnih akterjev: za stranke in zaposlene.
 - Časovnem koriščenju raznih storitev zato, da se gostom zagotovi prijetno izkušnjo na podlagi njihove časovne razpoložljivosti.
- **Počasnost:** se nanaša na povpraševanje in vzpostavitev, promocijo ter ponujanje storitev in produktov sproščujočega turizma, ki ne predvidevajo hitrega tempa oz. masovne udeležbe, to se pravi, da se gostom zagotovi **popolnejše, globlje in privlačnejše izkušnje**, ki jim omogočajo, da se postopoma postavijo v stik s krajevnimi danostmi.
 - Slow pomeni *zmanjšati* količino in spodbuditi kakovost izkušenj.

Elementi slow turizma

- **Kontaminacija:** soočanje z drugimi predstavlja nov način osebne rasti. Ta razsežnost se nanaša na **odnose** med posamezniki (nosilci različnih mnenj, znanj, kultur, prepričanj) in na sposobnost sistema ponudbe, da oblikuje plodne **oblike izmenjave** med njimi. Obravnavani odnosi so predvsem naslednji:
 - Med gostom in lokalnimi rezidenti (torej ne samo avtohtonimi)
 - Med gostom in turistično ponudbo
 - Med gosti

- **Pristnost:** se nanaša na sposobnost oblikovanja in ponujanja določene izkušnje, ki naj bo:
 - Zaznamovana.
 - Neizumetničena.
 - Tesno povezana s kulturo in običaji določene destinacije.
- Tovrstni vidiki se navezujejo na sposobnost ponujanja **nestandardnih/globalnih** proizvodov in storitev, ki lahko **postavijo v ospredje razlike** ter gostu sporočijo, da se nahaja *ravno v tistem določenem kraju* (z vsemi pozitivnimi ali negativnimi lastnostmi), ne pa kjerkoli drugje.

Elementi slow turizma

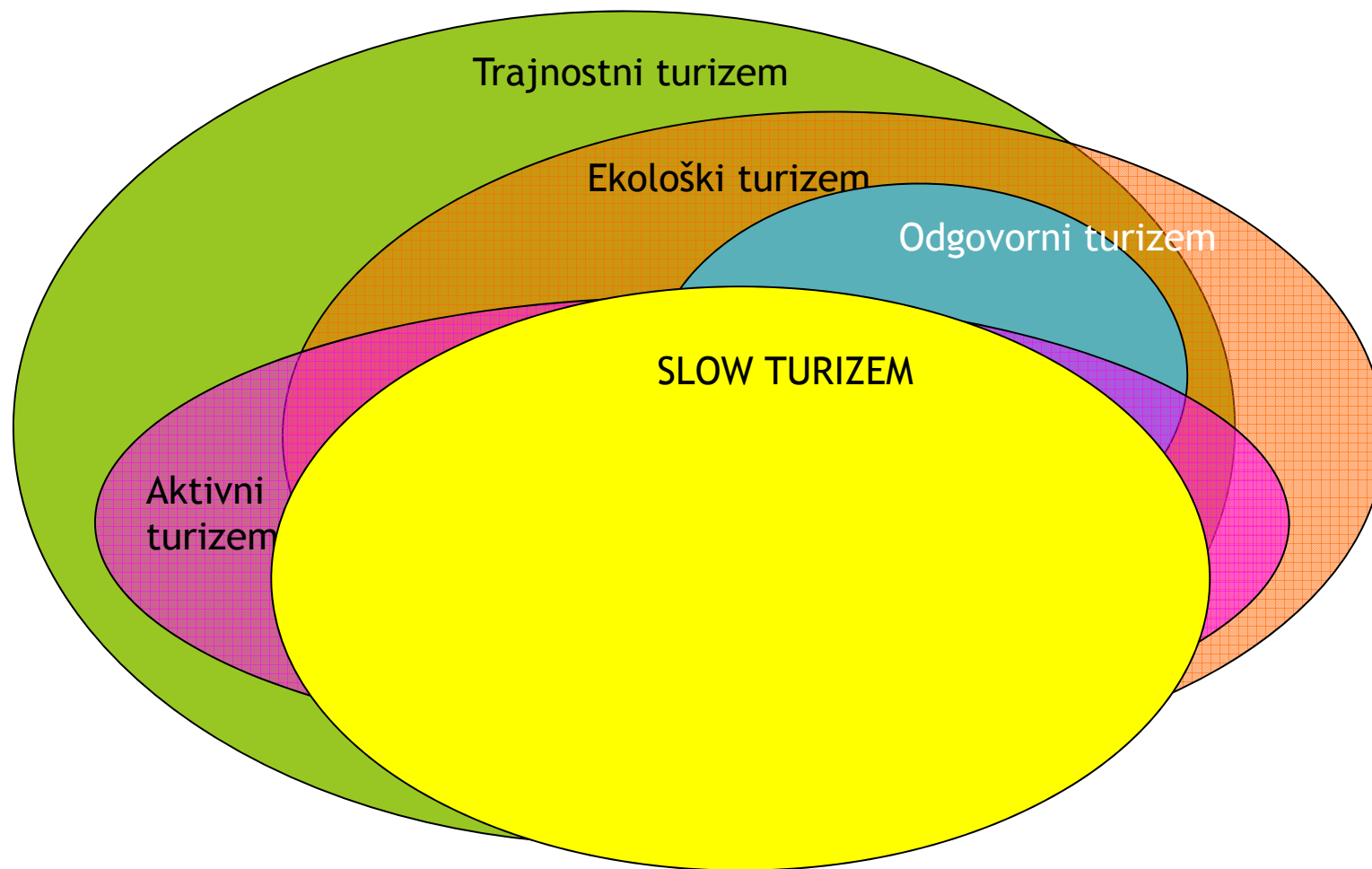
● Trajnost:

- Se nanaša na **vpliv oz. učinke turistične dejavnosti** na lokalno okolje v širšem pomenu besede (bodisi učinka bodisi okolja).
- Določa potrebo po dolgoročnem trajnostnem oz. ekološko lahkem, ekonomsko učinkovitem, etično in družbeno pravičnem pristopu do krajevnih skupnosti.

● Čustvenost:

- Se nanaša na sposobnost oblikovanja izrednih trenutkov, ki gosta spremenijo in ga zaznamujejo s privlačnimi in prijetnimi izkušnjami.
- To se pravi, da je treba ukrepati na vsebino, organizacijo in način nudenja storitev zato, da se sproži oz. vsaj spodbudi čustvenost preko ad hoc oblikovanih dogodkov in okoliščin (zunanja spodbuda okolja), ki naj nadgrajujejo odzive posameznikov (notranja spodbuda), ki se načeloma razlikujejo od posameznika do posameznika.

Slow turizem in ostali sonaravni proizvodi



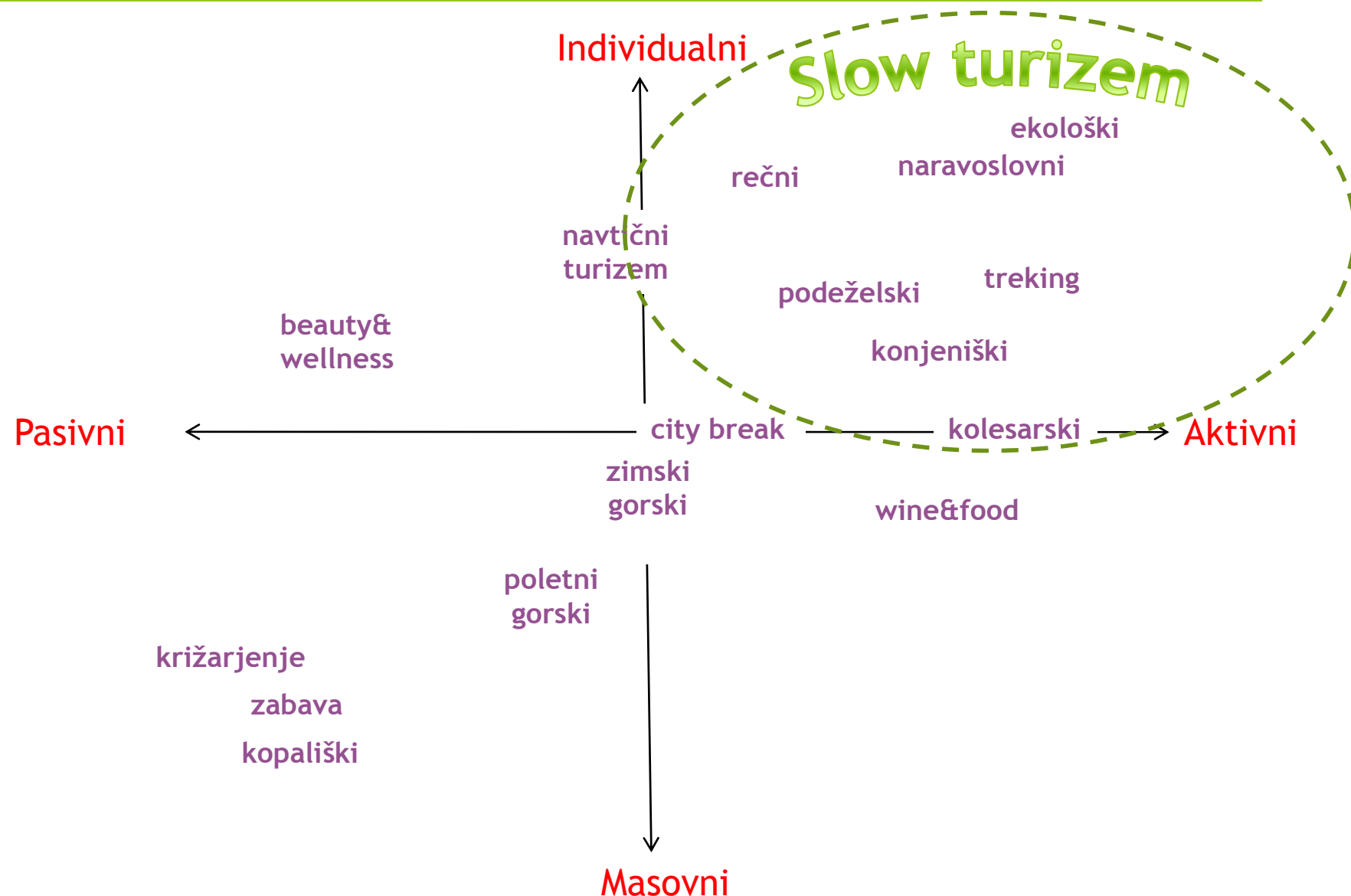
Udejanjenje slow turizem

- Predpogoj, da se določeno dejavnost oz. storitev organizira in doživlja kot počasno, je **soprisotnost vseh meril** (tudi z različnimi stopnjami intenzivnosti).
- Če do tega na pride pomeni, da verjetno obravnavamo bolj tradicionalne oblike turizma.
- Vsekakor je treba upoštevati, da omenjene razsežnosti niso medsebojno neodvisne, saj:
 - kar je počasno je po navadi tudi trajnostno.
 - kar je trajnostno je pogosto tudi pristno.
 - privlačne in čustvene izkušnje skoraj vedno temeljijo na kontaminaciji.
- V 3. poglavju bomo ponovno obravnavali omenjene razsežnosti, ki sestavljajo iztočnice za oblikovanje *Smernic*.



2.b. Slow turizem v primerjavi s tradicionalnimi turističnimi produkti

Kateri so *slow* turistični produkti?

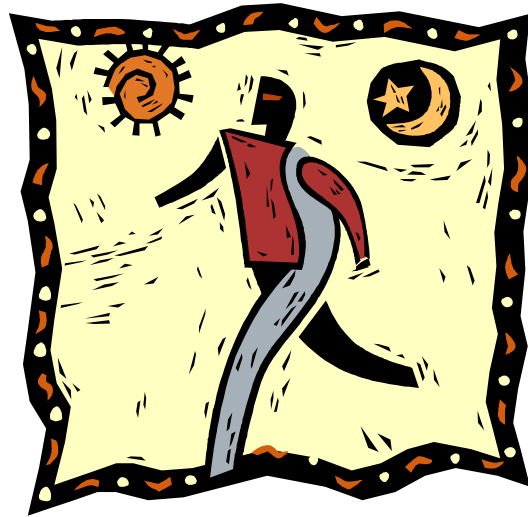


Slow produkti vs. slow aktivnosti

- Nekateri **turistični proizvodi** so že po svoji naravi slow, ker so že izvorno oblikovani/namenjeni sproščujočemu in naravi prijaznemu koriščenju:
 - To so npr. naravoslovni turizem, kolesarjenje, treking, konjenišvo , rečni turizem itd.
- To pa še ne pomeni, da drugi produkti niso slow:
 - saj je vse odvisno od načina ponujanja/doživljanja bivanja v določeni destinaciji:
 - V primeru izleta po mestu z avtobusom ni slow, tematski sprehod/izlet s kolesom pa je; pri zimskem turizmu alpsko smučanje ni slow, krpljanje pa je.
 - **Doživljanje slow izkušenj in/ali opravljanje slow aktivnosti** sta mogoča tudi v okviru tradicionalnih turističnih oblik/produktov (ki načeloma niso slow).

Cilji projekta

1. Razvijanje slow turističnih produktov, ki jih turisti izberejo kot osrednji razlog svojega potovanja.
2. Razvijanje slow aktivnosti, ki omogočajo drugačno doživljanje tradicionalnega dopusta na določenem območju.



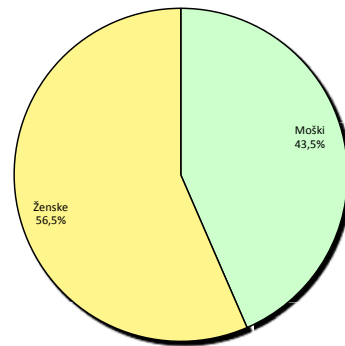
2.c. Profil slow turista

Profil slow turista

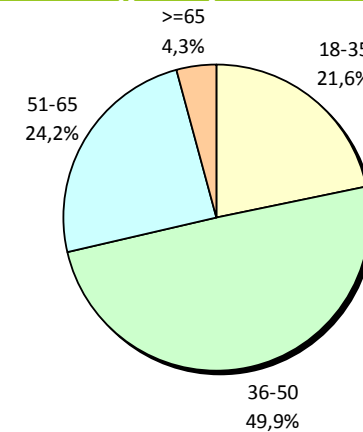
- Na posameznih partnerskih območjih smo v obdobju od julija do septembra 2010 izvedli anketo zato, da bi ugotovili:
 - profil obiskovalcev
 - pristope in vedenje glede na slow aktivnosti
 - dojemanje kakovosti destinacij.
- Opravili smo:
 - 800 intervjujev.
- Zaradi specifičnega obdobja anketiranja:
 - anketa ne zajema celotnega slow turizma, a samo visokosezonskega → slow aktivnosti v okviru tradicionalnega turizma.
 - vsekakor anketa podaja vrsto koristnih izsledkov za razumevanje slow segmenta.

Profil intervjuvancev

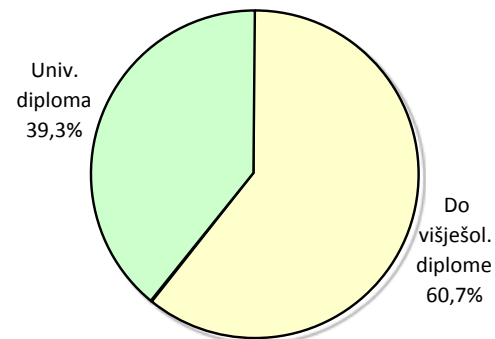
Spol



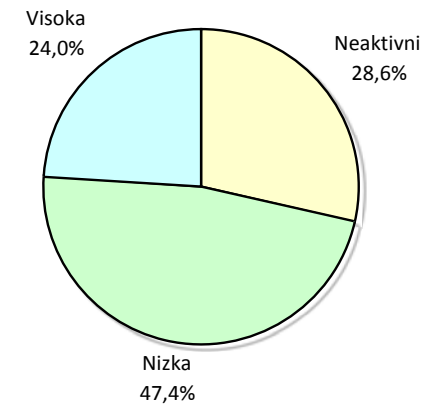
Starost (povprečna = 42)



Izobrazba

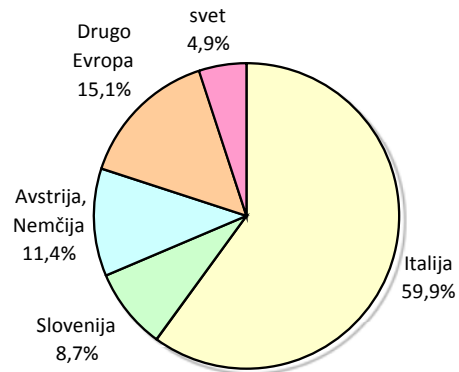


Stopnja zaposlitve

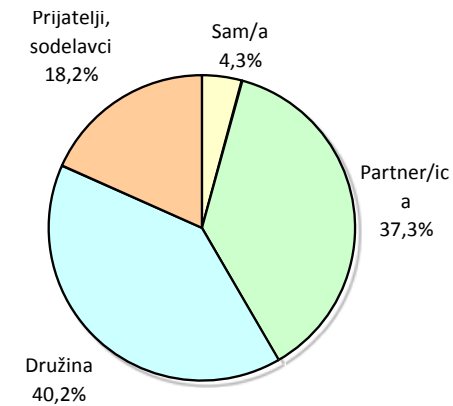


Profil intervjuvancev

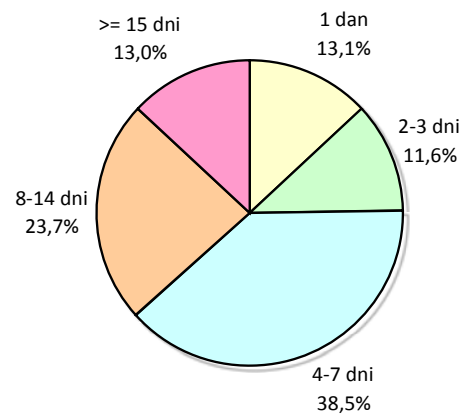
Izvor



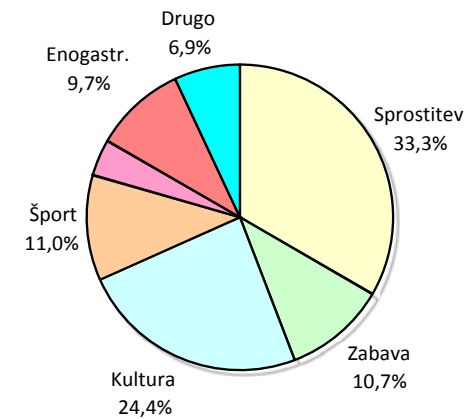
Sopotniki



Trajanje bivanja



Razlog



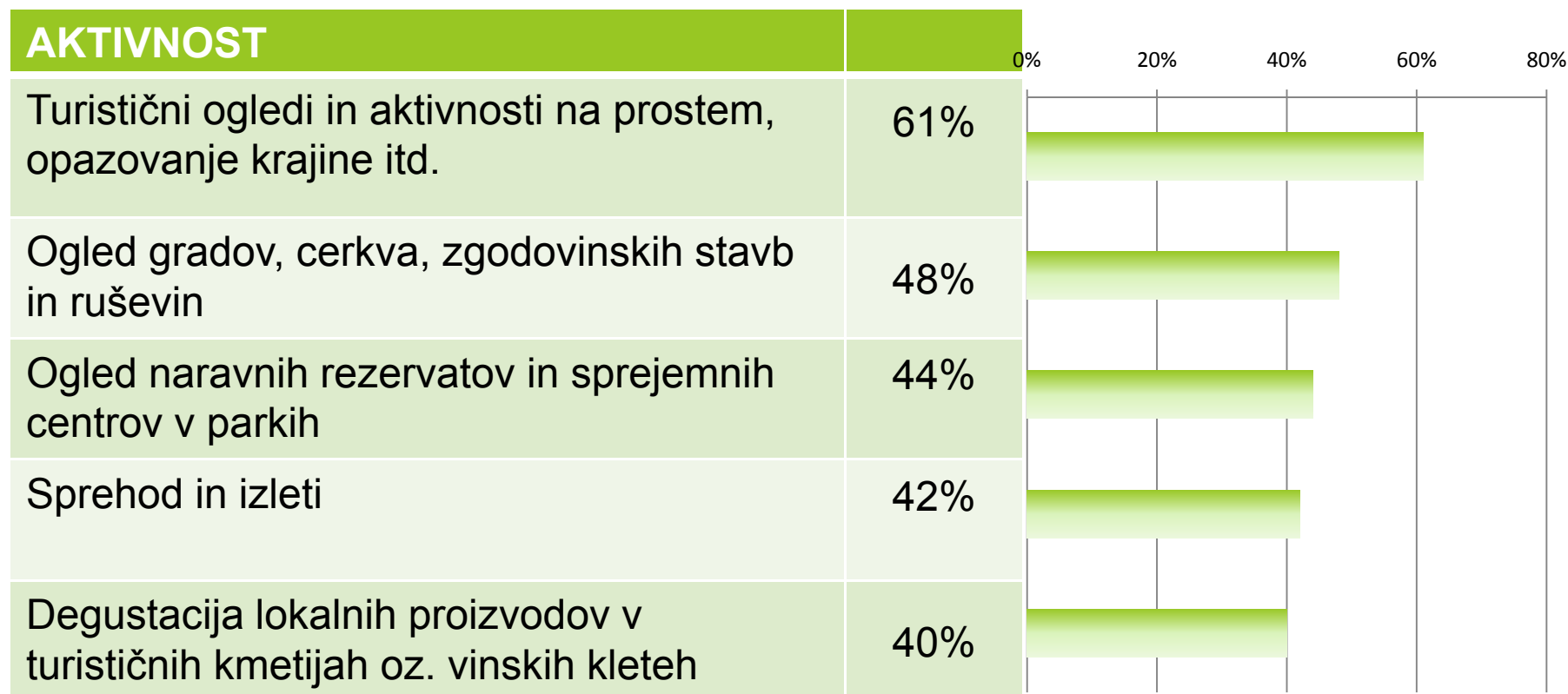
Glavni razlog bivanja

Razlog	Emilija Romanja	Veneto	Furlanija Julijska krajina	Slovenske regije	Skupaj
Sprostitev	41,2%	27,1%	31,2%	33,3%	33,3%
Zabava	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%

Najbolj priljubljene aktivnosti

- Ogled gradov, cerkva, zgodovinskih stavb ali ruševin
- Ogled naravnih rezervatov in sprejemnih centrov parkov
- Opazovanje divjih rastlin in živali (opazovanje ptic itd.)
- Lov/ribolov; nabiranje zelišč, gob itd.
- Doživljanje vaškega in podeželskega življenja (ogledi kmetij, tržnic itd.)
- Udeležba na glasbenih, gledaliških dogodkih, festivalih itd.
- Ogled etnografskih, arheoloških, zgodovinskih muzejev.
- Degustacija krajevnih proizvodov v turističnih kmetijah oz. vinskih kletah
- Obiskovanje tečajev o krajevni kulturi (kuhinja, zgodovina, zgodovinska in naravna dediščina itd.)
- Bivanje v turističnih kmetijah, bed&breakfast, hostelih, kočah, kampih itd.
- Obiskovanje wellness centrov (lepotnih centrov, term, zdravilišč itd.)
- Sprehodi in izleti (treking)
- Vožnja s kolesom, tudi gorskim
- Jahanje
- Vodni športi (veslanje, windsurfing, smučanje na vodi, plavanje itd.)
- Rekreativna plovba (jadrnice, motorna plovila; po morju oz. notranjih vodotokih)
- Zračni športi (jadrno padalstvo/deltaplan, zračni baloni, rekreac. letalstvo itd.)
- Zimski izleti (alpsko smučanje, tek na smučeh, krpljenje, tek s sanmi, motorne sani itd.)

Najbolj priljubljene aktivnosti



Makro-dejavniki priljubljenih aktivnosti

- 1. Izvajanje športnih aktivnosti** (24% variacije)
 - Bivanje kot priložnost za sprostitev lastnih energij in doseganje psiho-fizičnega ravnovesja preko športa.
- 2. Poglobljeno doživljanje lokalnih danosti** (11% variacije)
 - Stiki z lokalno kulturo in prebivalstvom.
- 3. Doživljanje narave** (8% variacije)
 - Doživljanje narave s počasnim tempom. Opazovanje flore in favne v naravnih oz. zaščenih okoljih.
- 4. Odkrivanje preteklosti** (6% variacije)
 - Ogled gradov, cerkva, ruševin in muzejev.
- 5. Ponovno koriščenje lastnega časa** (6% variacije)
 - Odsotnost hitrih vozil in izbiranje nehotelskih nastanitev.

Profil A1: Športno udejstvovanje

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) Nekativni (2,15) Visok profil (2,12)
Območje Slovenija (2,68) Emilija Romanja (2,21) Veneto (2,17)	Razsežnost / 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 Kamping (2,34) Hostel (2,31) Hotel z 1-2 zvezdicami(2,26)	Družba Sam (2,36) Prijetelji (2,30) Partner (2,20)	Razlogi Šport (2,55) Zdravje (2,32) Sprostitev (2,19)

Povprečne vrednosti med 1 – prav nič priljubljeno in 4 - zelo priljubljeno

Profil A2: Doživljanje krajevnih danosti

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)	Razsežnost 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) Priatelji (2,75) Partner (2,73)	Razlogi Zdravje (2,83) Enogastr. (2,79) Kultura (2,79)

Povprečne vrednosti med 1 – prav nič priljubljeno in 4 - zelo priljubljeno

Profil A3: Doživljanje narave

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)	Razsežnost 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)

Povprečne vrednosti med 1 – prav nič priljubljeno in 4 - zelo priljubljeno

Profil A4: Odkrivanje preteklosti

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)	Razsežnost IV ODKRIVANJE 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)

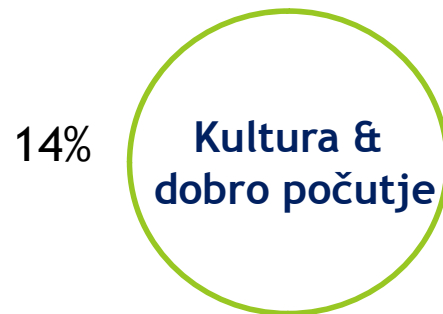
Povprečne vrednosti med 1 – prav nič priljubljeno in 4 - zelo priljubljeno

Profil A5: Ponovno koriščenje lastnega časa

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)	Razsežnost 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) Kamping (2,90)	Družba Prijatelji (2,94) Družina (2,91) Sam (2,86)	Razlogi Šport (3,17) Zdravje (2,96) Sprostitev (2,94)

Povprečne vrednosti med 1 – prav nič priljubljeno in 4 - zelo priljubljeno

Segmenti slow turistov



V veliki meri ženske, 51-65 let, v parih.
Šolska izobrazba: srednje-nizka. Prebivajo v deželah: Emilija Romanja in Veneto. Izvor: Italija. Priljubljene aktivnosti: ogled umetniških/kulturnih zanimivosti; muzejev; dogodki; degustacija tipičnih produktov; tečaji o lokalni kulturi, obiskovanje term. Nastanitev: v hotelih srednje-visoke kakovosti. Povprečno trajanje: 1 teden.

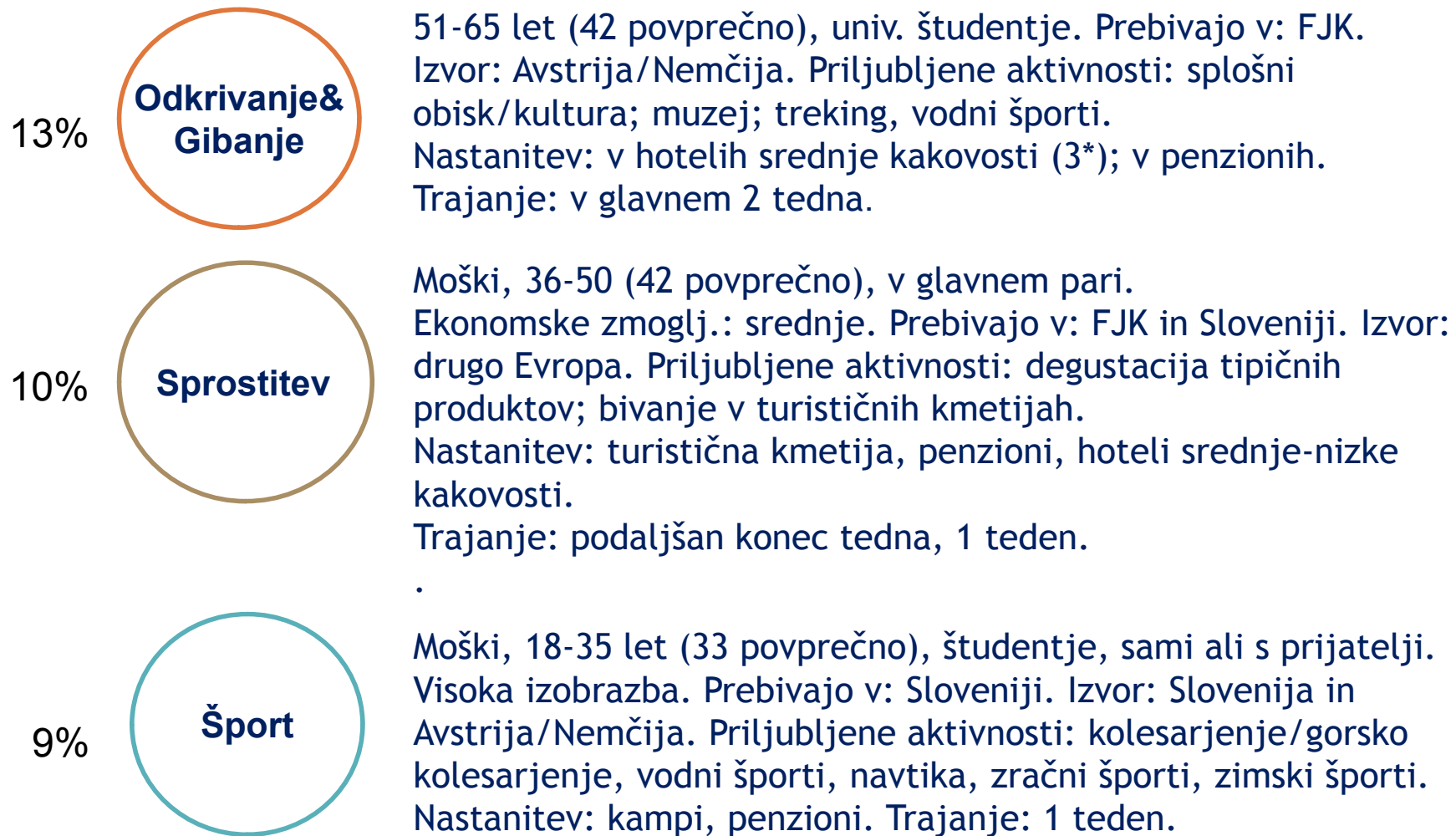


V veliki meri ženske, 18-35 let (povprečno 38), družine. Ekonomske zmoglj.: srednje. Prebivajo v deželi: Emilija Romanja. Izvor: Italija. Priljubljene aktivnosti: vse, razen splošnih. Nastanitev: v hotelih srednje kakovosti ali apartmajih. Trajanje: konec tedna ali 2 tedna.

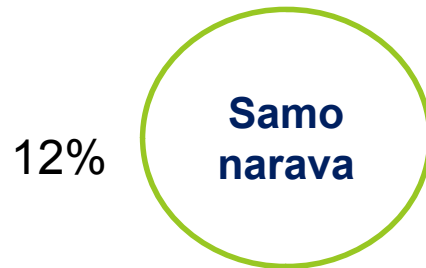


V veliki meri ženske, 51-65 (povprečno 45), družina. Ekonomske zmoglj.: visoke. Prebivajo v deželi: FJK. Izvor: Italija. Priljubljene aktivnosti: ogled kulturnih in naravnih zanimivosti, favna, podeželsko življenje, muzeji, degustacija tipičnih produktov, turistična kmetija; sprehodi. Nastanitev: penzioni, meublé. Trajanje: podaljšan konec tedna, 1 teden.

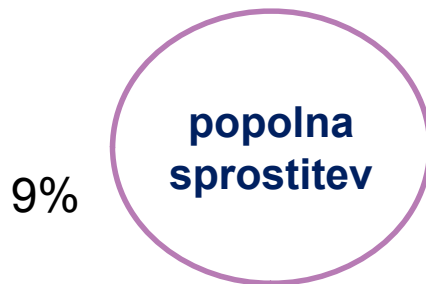
Segmenti slow turistov



Segmenti slow turistov



Moški, 50+ let, (45 povprečno). Ekonomske zmoglj.: visoke.
Prebivajo v: Emilija Romanja. Izvor: v glavnem iz Italije.
Priljubljene aktivnosti: ogled parkov, rezervatov, opazovanje
favne, sprehodi/treking. Nastanitev: v hotelih visoke in nizke
kakovosti; apartmajih. Trajanje : 2 tedna ali več.

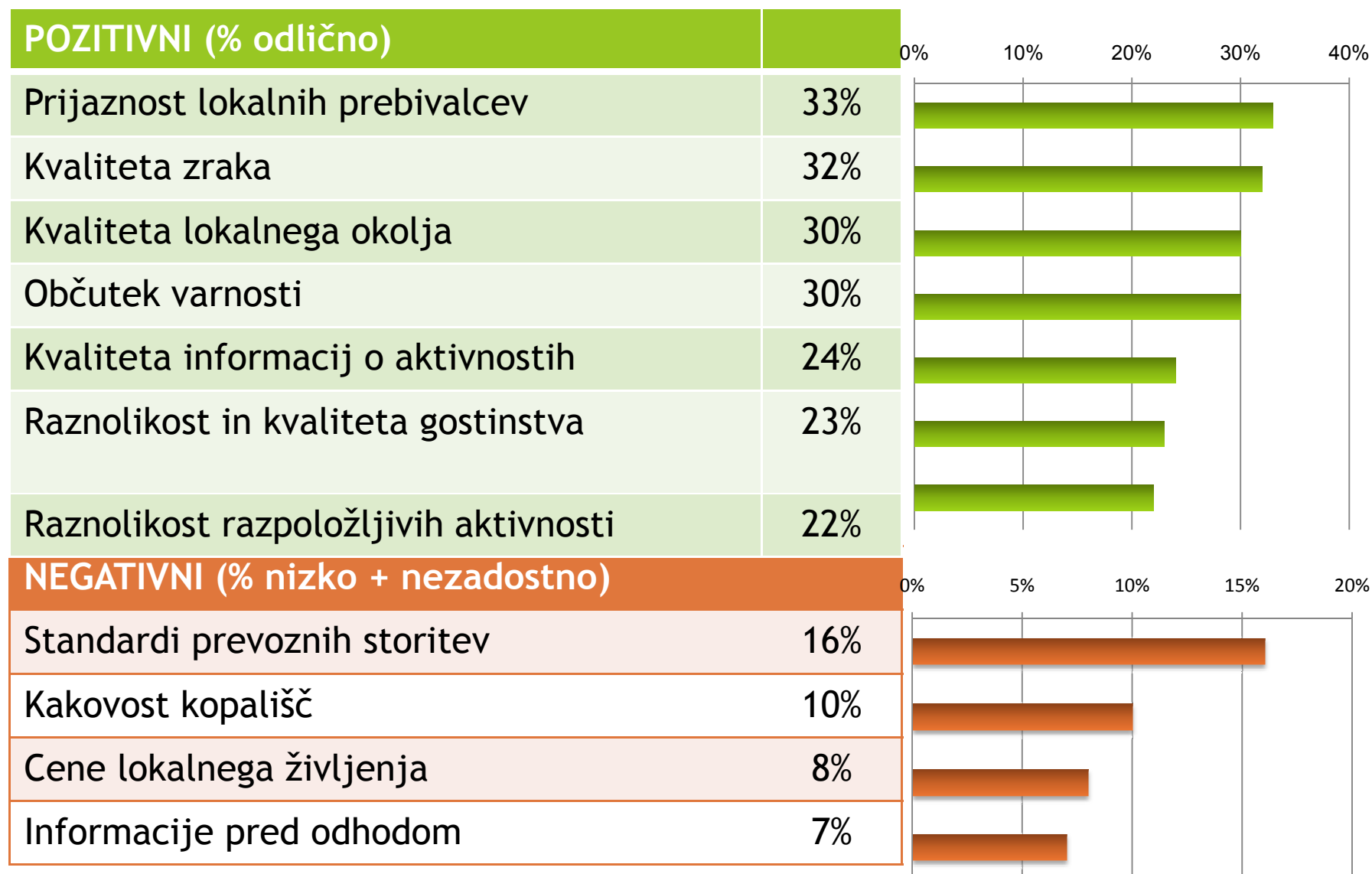


Moški, 50+ let, (46 povprečno), v parih. Upokojenci. Prebivajo v:
Veneto. Izvor: drugo Evropa in svet
Nastanitev: turistična kmetija, hoteli nizke kakovosti; Meubl 
Trajanje: 1 teden.

Zaznavanje kvalitete slow območij

- Čezmejno območje Slow Tourism nudi mešanico izjemno zanimivih produktov glede na raznolikost, pomembnost in kvaliteto.
- Kvaliteta, ki je osnovnega pomena za uspeh turističnih produktov, je bila izmerjena na podlagi naslednjih elementov:
 - Prevozi
 - Promocija
 - Varnost
 - Okolje
 - Informacije
 - Oblike nastanitve
 - Enogastronomska ponudba
 - Dostopnost

Učinkovitost glede na kvaliteto



Makro-dejavniki zaznavanja kvalitete

1. Kvaliteta kraja (38% variacije)

- Čistoča zraka in kopališč, a tudi zaznavanje varnosti, cene lokalnega življenja, prijaznost prebivalcev.

2. Kvaliteta storitev (11% variacije)

- Kakovost nastanitve, gostinstva, razpoložljivih aktivnosti, prijaznost turističnih akterjev in prebivalcev.

3. Kvaliteta dostopnosti (8% variacije)

- Prevozna sredstva do in v destinaciji, informacije o turističnih storitvah destinacije.

Profil Q1: Kvaliteta kraja

Spol Moški (3,94)	Starost ≥ 65 let (4,04) 51-65 let (3,99)	Izobrazba Univ. diploma (3,95) Višješol. diploma (3,91)	Zaposlitev Neaktivni (3,97) Visok profil (3,96)
Območje Slovenija (4,15) FJK(3,95) Emilija Romanja (3,88)	Razsežnost / KVALITETA KRAJA		Prebivališče Svet (4,24) Slovenia (4,21) Avstrija-Nemčija (4,06)
Trajanje bivanja 8-14 dni (4,03) 1 dan (3,98) ≥ 15 dni (3,97)	Nastanitev Kamping (3,91) Hotel z 1-2 zvezdicami (3,89) Počit. hiša (3,84)	Družba Prijatelji (4,01) Partner (3,95) Družina (3,90)	Razlogi Enogastron. (3,96) Sprostitev (3,94) Zdravje (3,93)

Povprečne vrednosti stopnje zadovoljstva, 1 - nezadostno, 5 - odlično

Profil Q2: Kvaliteta storitev

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)	Razsežnost II KVALITETA 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)

Povprečne vrednosti stopnje zadovoljstva, 1 - nezadostno, 5 - odlično

Profil Q3: Kvaliteta dostopnosti

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)	Razsežnost III KVALITETA 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)

Povprečne vrednosti stopnje zadovoljstva, 1 - nezadostno, 5 - odlično

“Posebna” vrsta turista...

- “Slow” popotnik:
 - Nima nobene značilnosti masovnega turizma, je odvisen od dobro organiziranih poti in krajev, kjer prevladujeta seznanjenost in varnost.
 - Daje prednost kvaliteti, ne pa količini.
 - Poudarja potovanje kot tako raje kot bivanje v določeni destinaciji.
 - Se odziva na novosti, na nego samega sebe, na ponovno odkrivanje preprostih odnosov, na stike z lokalno kulturo.
 - Pri destinaciji išče pristne elemente, okoliščine in dogodke velikega simbolnega pomena.
 - Je usmerjen k učenju, išče vznemirjenje kulturne narave, čeprav sta mu vseč tudi umirjenost in zabava (nebanalna).
 - Je usmerjen k odkrivanju različnih načinov življenja, katerih vrednote se ohranjajo tudi v vsakdanjem življenju.

... za različno vrsto ponudbe

- “Slow” turistični akterji
 - Niso le ponudniki storitev, ampak tudi čustvenih doživetij.
 - Poznajo, poglobljajo in vrednotijo tematike vezane na lokalno zgodovino/literaturo in kulturo/običaje/okolje.
 - So radovedni, navdušeni podporniki pristnosti: se izogibajo bližnjicam, banalizaciji predlaganih vsebin, standardiziranju ponudbe.
 - Pri ponudbi “slow” storitev uporabljajo usposobljeno osebje, ki ve kako izoblikovati privlačne izkušnje.
 - Skrbijo za goste, jim nudijo nasvete in pomoč, vzpostavljajo tesne odnose.
 - Do gostov imajo vzgojni in didaktični pristop: spodbujajo njihovo aktivno soudeležbo preko učenja in ponovnega odkrivanja krajevnih danosti.
 - Delujejo za minimiziranje vplivov na okolje, v luči trajnosti in zaščite lokalnega okolja.



3. Obravnavano območje



3.a. Opredelitev območja

Projektno območje

- Ima izredno bogate znamenitosti, ki so privlačne za "slow" turizem:
 - primarnega pomena in
 - tudi t.i. "manjšega" pomena, ki pa so izredno zanimive.
- Glavne krajinsko-naravoslovne značilnosti:
 - Izredno raznolika krajina in ekosistemi (morje, lagune, nižine, griči, kraške doline, jezera, gore), izredna biološka raznolikost, pomembni endemizmi.
 - Območja Unesco: Delta reke Pad, Furlanski Dolomiti in Dolomiti onkraj reke Piave; na sosednjih območjih: Škocjanske jame.
 - Številni parki, npr.: Delta reke Pad v deželah ER in Veneto; Sile, Triglav
 - Številni muzeji in sprejemni centri.

Projektno območje

- Glavne kulturne znamenitosti:
 - Obsežna ponudba bogatih zgodovinskih danostih in običajev.
 - Območja Unesco: Ravenna, Ferrara, Benetke z laguno, Paladijeve vile, Oglej. Na sosednjih območjih: Botanični vrt v Padovi.
 - Razna zgodovinska središča in naselja.
 - Gradovi (Miramar, Videm, Bled) in arheološka najdišča.
 - Izredno razširjena muzejska ponudba.
 - Umetniški in kulturni dogodki ter prireditve.
- Običaji:
 - Različne oblike lokalnega obrtništva: majolika (Faenza), steklo (Murano).
 - Pomorstvo in ribolov (na celotnem območju).
 - Vinogradništvo (Brda, Vipava).
 - Tipična enogastronomija (na celotnem območju).

Demografska in teritorialna razsežnost

Področje	Št. prebivalcev (tisoč)	% preb	Površina (km ²)	% povr	Gostota	Skupna gostota = 100
Ravenna	373	9,8	1.858	8,9	201	109
Ferrara	359	9,4	2.631	12,7	136	74
Rovigo	248	6,5	1.789	8,6	139	75
Padova	929	24,3	2.143	10,3	434	236
Benetke	859	22,5	2.462	11,8	349	190
Treviso	884	23,1	2.477	11,9	357	194
Pordenon	314	8,2	2.178	10,5	144	78
Videm	541	14,2	4.905	23,6	110	60
Gorica	143	3,7	466	2,2	307	167
Trst	236	6,2	212	1,0	1.113	606
Gorenjska	202	5,3	2.137	10,3	95	51
Goriška	119	3,1	2.325	11,2	51	28
Obalno-kraška	109	2,9	1.044	5,0	104	57
Notranjsko-kraška	52	1,4	1.456	7,0	36	19
Osrednjeslovenska	522	13,7	2.555	12,3	204	111
Skupaj projektno območje ST	3.821	100,0	20.796	100,0	184	100



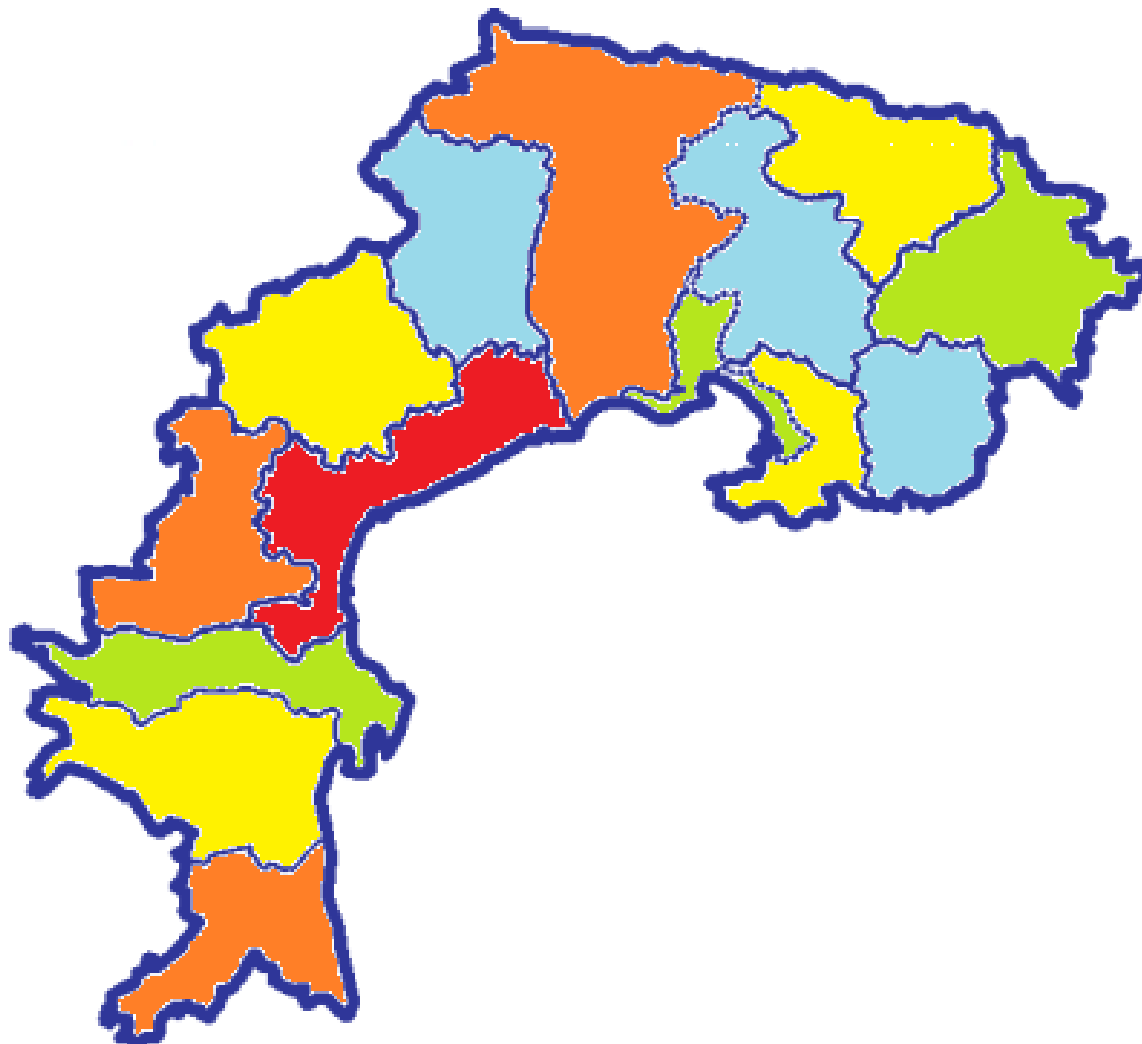
3.b Turistični fenomen

Turistični pretoki na projektnem območju

Območje	Skupaj (000)		Povprečno trajanje bivanja
	Prihodi	Prisotnos.	Št. prenoč.
Ravenna	1.332	7.200	5,4
Ferrara	660	5.604	8,5
Rovigo	272	1.756	6,5
Padova	1.244	4.322	3,5
Benetke	7.236	33.585	4,6
Treviso	600	1.352	2,3
Pordenon	182	483	2,7
Videm	1.135	5.597	4,9
Gorica	327	1.840	5,6
Trst	315	910	2,9
Gorenjska	553	1.520	2,7
Goriška	236	554	2,3
Obalno-kraška	649	2.232	3,5
Notranjsko-kraška	43	65	1,4
Osrednjeslovenska	420	807	1,9
Skupaj	15.204	67.827	4,5
Skup. samo Območje ST	12.338	58.078	4,7
% Območje ST glede na skup	81,2%	85,6%	-

- **Prihodi:** 12,3 milijona
 - Iz tujine: 7 milijonov
 - Nacionalni: 5,3 milijona
- **Prisot.:** 58 milijonov
- **Povprečno trajanje bivanja:** 4,7 noči
 - ta podatek se izredno spreminja

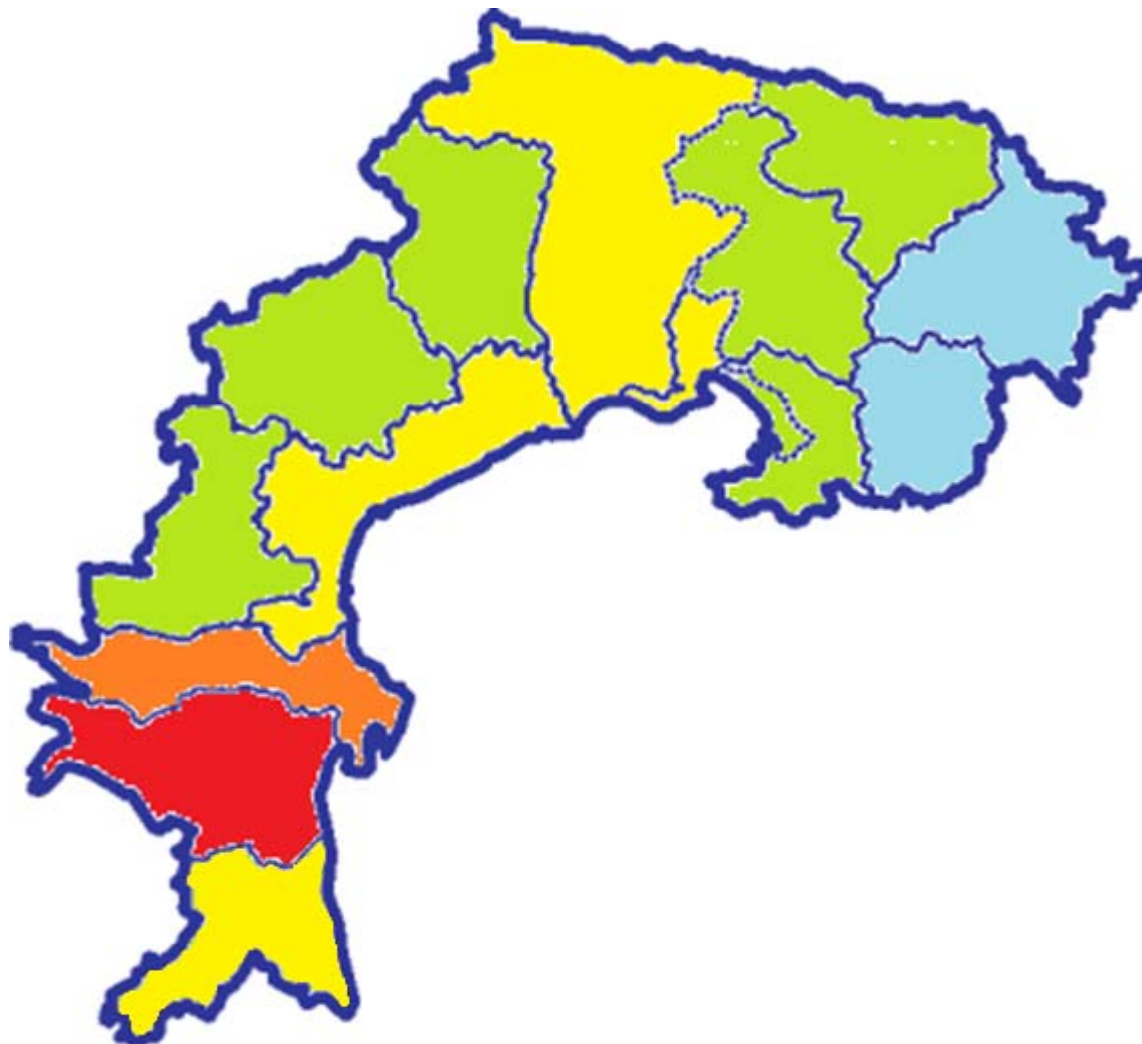
Prihodi (2009)



Legenda	
	0-250.000 prihodov
	250.001-500.000
	500.001-1.000.000
	1.000.001-1.500.000
	≥ 1.500.001

* Št. prihodov

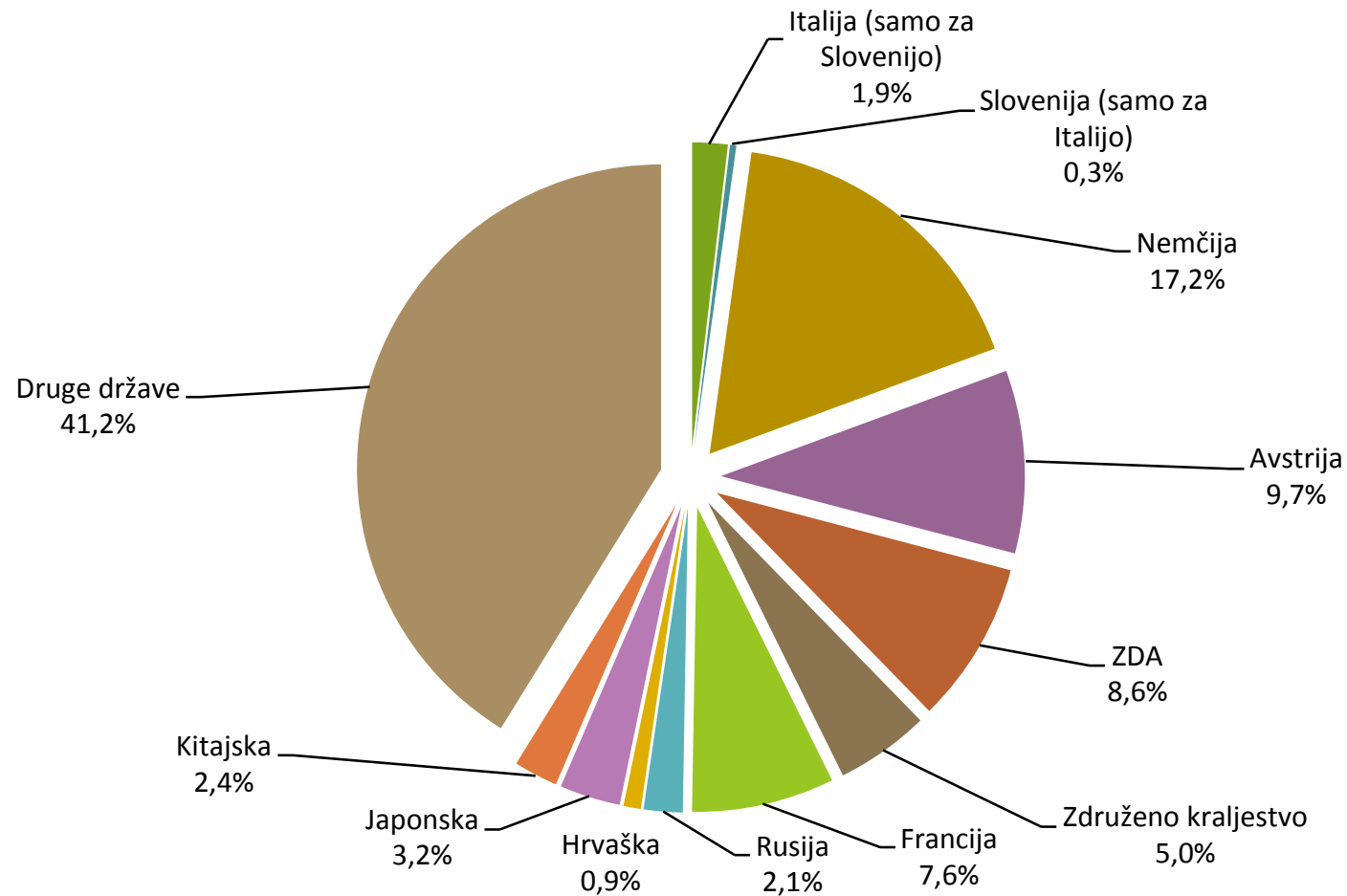
Povprečno trajanje bivanja (2009)



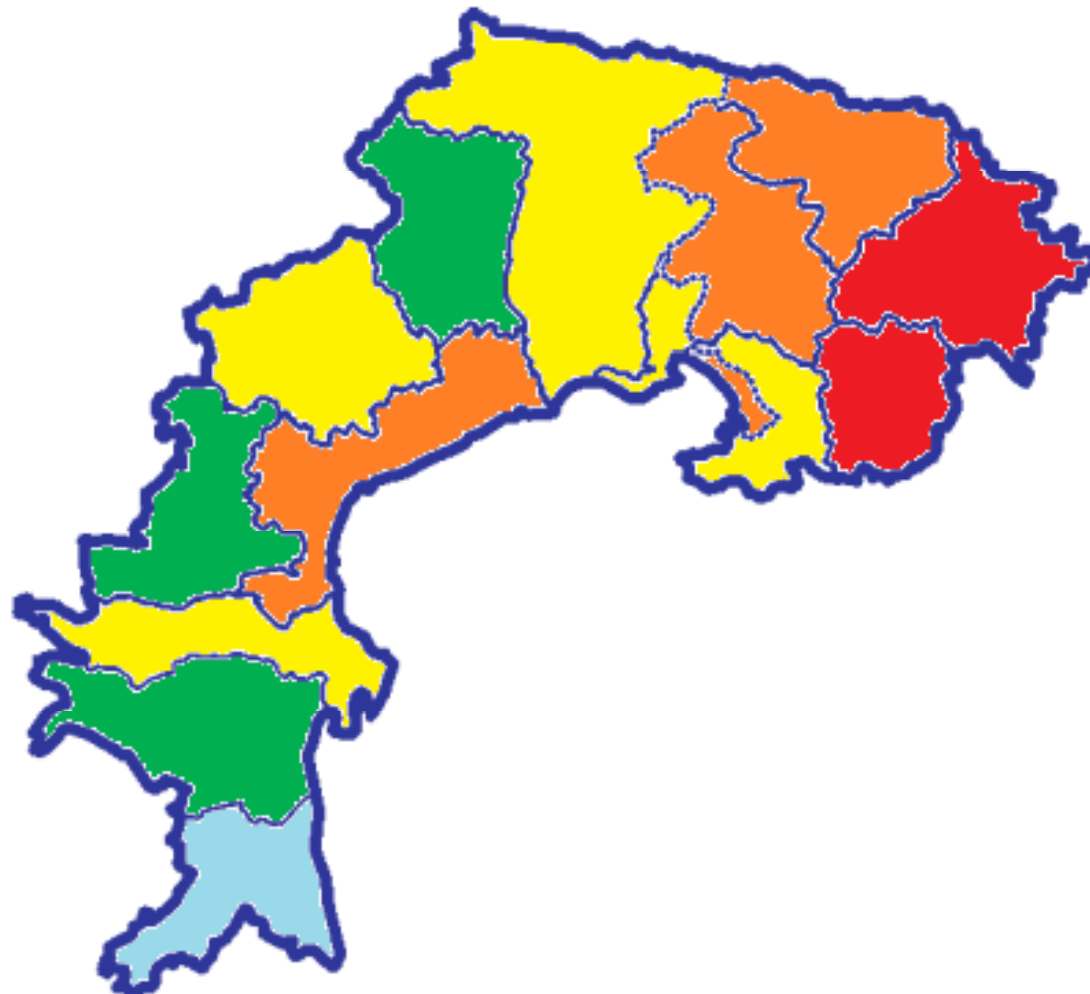
Legenda	
	0,0-2,0 nočitvi
	2,1-4,0
	4,1-6,0
	6,1-8,0
	≥ 8,0

* Št. povprečnih nočitev

Izvor prihodov iz tujine



Stopnja internacionalizacije (2009)



Legenda	
	0,0-20,0%
	20,1-40,0%
	40,1-60,0%
	60,1-80,0%
	80,1-100,0%

* Odstotek mednarodnih prihodov
glede na skupno število prihodov

Nastanitvena ponudba projektnega območja

Območje	Hotelske nastanitve	Nehotelske nastanitve	Skupaj	
	Št. postelj	Št. postelj	Št. postelj	% glede na Skup Območje ST
Ravenna	36.833	36.105	72.938	10,5%
Ferrara	6.131	25.905	32.036	4,6%
Rovigo	2.537	25.095	27.632	4,0%
Padova	26.811	6.681	33.492	
Benetke	92.843	300.302	393.145	56,7%
Treviso	8.456	6.161	14.617	2,1%
Pordenon	5.133	2.765	7.898	
Videm	25.299	87.082	112.381	16,2%
Gorica	6.790	19.979	26.769	
Trst	4.103	5.462	9.565	1,4%
Gorenjska	7.847	14.190	22.037	3,2%
Goriška	2.940	6.320	9.260	1,3%
Obalno-kraška	9.816	14.902	24.718	
Notranjsko-kraška	541	1.209	1.750	
Osrednjeslovenska	3.829	5.503	9.332	
Skupaj	239.909	557.661	797.570	
Skup. samoObmočje ST	186.989	506.622	693.611	100,0%
% Območje ST glede na skup.	77,9%	90,8%	87,0%	

- Skupaj št. postelj: 694.000
 - 187.000 v hotelskih nastanitvah
 - 507.000 v nehotelskih nastanitvah

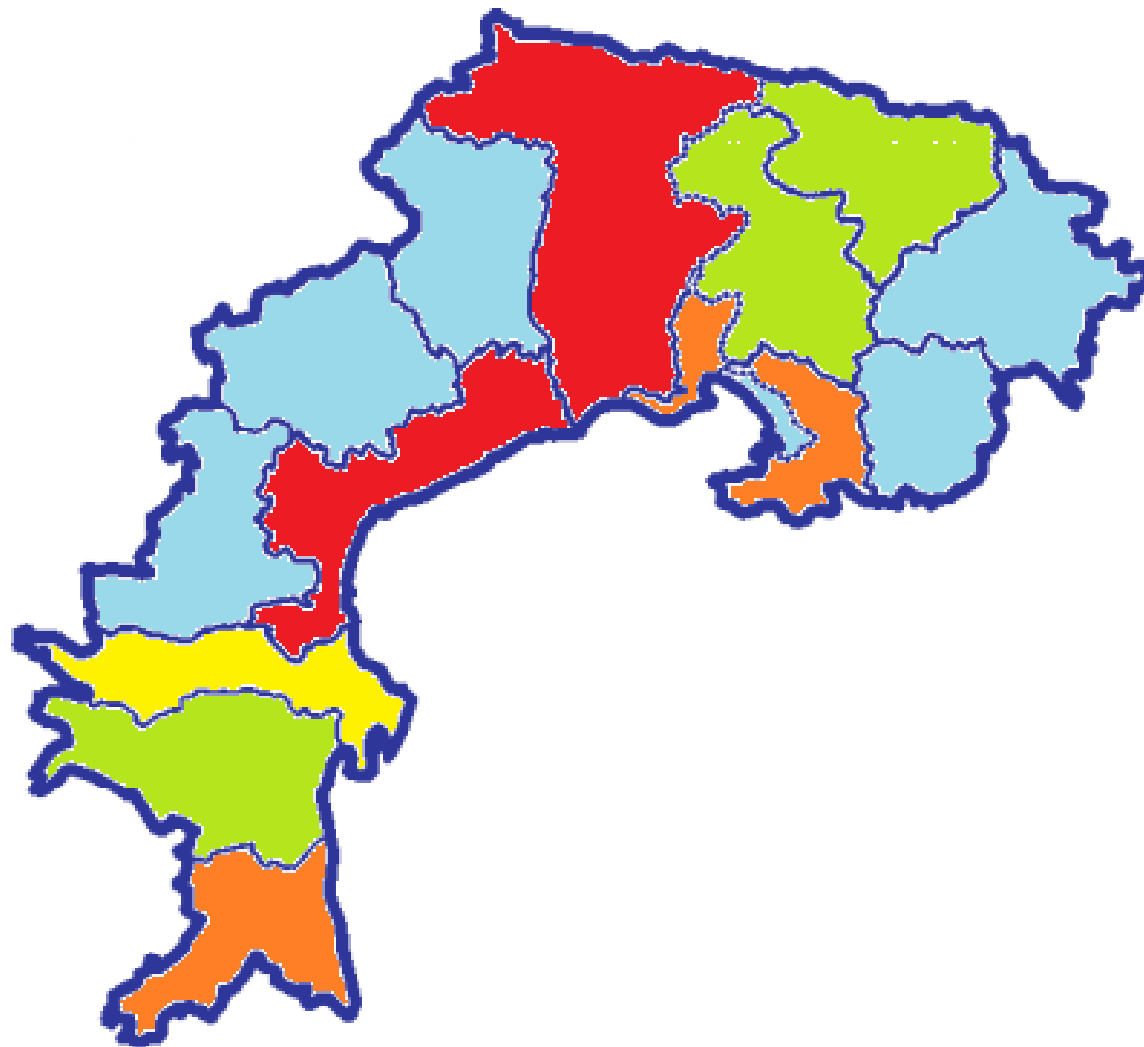
Vrste nastanitev

Hoteli Št. Postelj (.000)	
Hoteli 4-5*	58
Hoteli 3*	98
Hoteli 1-2*	28
Skupaj	184

Nehotel. Št. Postelj (.000)	
Apartmaji	251
Kampi	230
Bed&breakfast	12
Turistične kmetije	10
Skupaj	503

Območje	Indeks hotelske kakovosti
Ravenna	61
Ferrara	59
Rovigo	55
Padova	69
Benetke	64
Treviso	68
Pordenon	59
Videm	59
Gorica	61
Trst	62
Gorenjska	73
Goriška	67
Obalno-kraška	74
Notranjsko-kraška	62
Osrednjeslovenska	70
Skupaj	64
Skup. samo območje ST	63

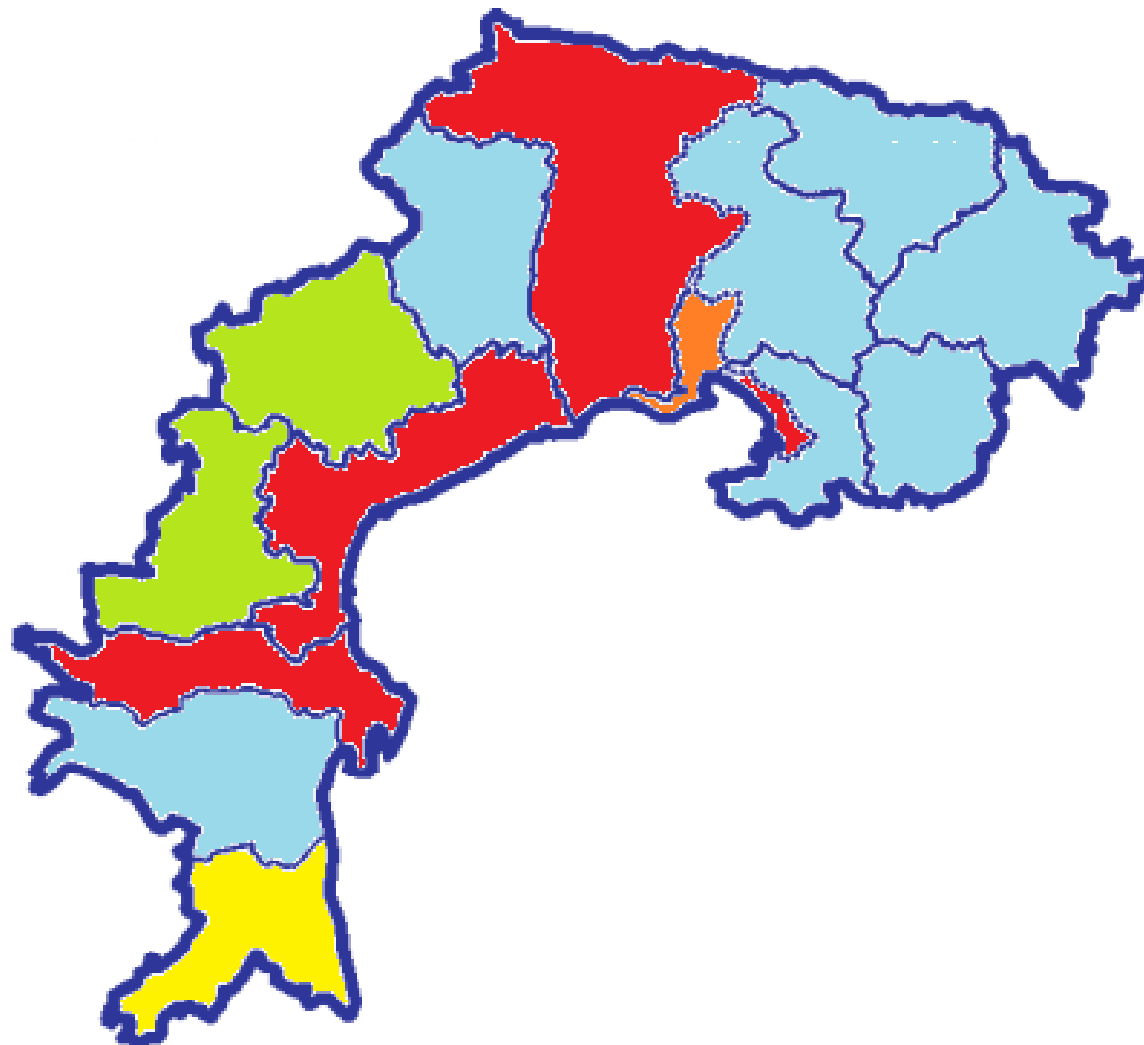
Stopnja nastanitve (2009)



Legenda	
	0,0-5,0 št. postelj
	5,1-10,0
	10,1-15,0
	15,1-20,0
	≥ 20,1

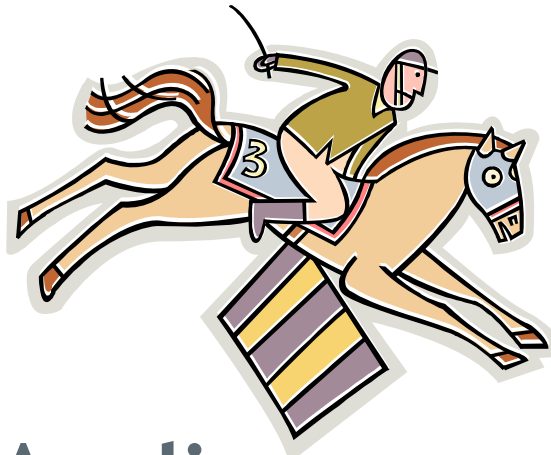
* Št. postelj glede na št. rezidentov

Gostota nastanitve (2009)



Legenda	
	0,00-0,25 struktur
	0,26-0,50
	0,51-1,00
	1,01-5,00
	≥ 5,01

* Št. struktur na km²



3.c. Analiza ponudbe slow turizma na projektne območju

Analiza trenutnega stanja

Za vsako območje smo zbrali ustrezne elemente in ocenili:

1. Turistične produkte (splošne in slow).
2. Dejavnike, ki lahko pospešijo/upočasniyo razvijanje slow produkta.

Analizirani turistični proizvodi

A. Sprejem in sprostitev

- Nastanitev
- Gostinstvo
- Objekti za sprostitev, kopališča, wellness

B. Naravni turistični proizvodi

- Okoljski turizem
- Kulturni turizem
- Rečni turizem
- Pohodništvo
- Kolesarjenje
- Konjenišтво
- Opazovanje ptic

C. Športni turistični proizvodi

- Zimski športi
- Vodni športi
- Zračni športi
- Športni objekti

● Zbrani elementi:

- Ponudba (kvaliteta-količina).
- Povpraševanje (vrsta, instrumenti in promocijske pobude).
- Prednosti in slabosti.
- Morebitne razvojne strategije.
- Glavni ST projekti.
- ST dobre prakse.



- Pregled smo opravili s sodelovanjem PP

2. Dejavniki analize konteksta

- V tem delu smo pripravili:
 - celostno sliko omejitev in potencialnih elementov za razvoj turističnega področja, zlasti sproščujočega.
 - za projektno območje kot celoto in za posamezne partnerje.
- Analizirane elemente smo porazdelili po kategorijah:
 - Teritorij in okolje (13 elementov).
 - Gospodarstvo in družba (14 elementov).
 - Dostopnost (13 elementov).
 - Institucionalna podpora in podoba (21 elementov).
 - Turistično koriščenje (20 elementov).
- Uporabili smo metodologijo SWOT analize, za katero smo pripravili dvodelno shemo:
 - Prednosti in slabosti območja (notranji in nadzorovani dejavniki).
 - Priložnosti in nevarnosti (zunanji in nenadzorovani dejavniki).
- Analitično oceno (po teritorijih):
 - so opravile ločeno posamezne tehnične skupine pristojne za območje
 - je celovito obdelala Univerza v Trstu.

Vpliv SWOT dejavnikov po kategorijah

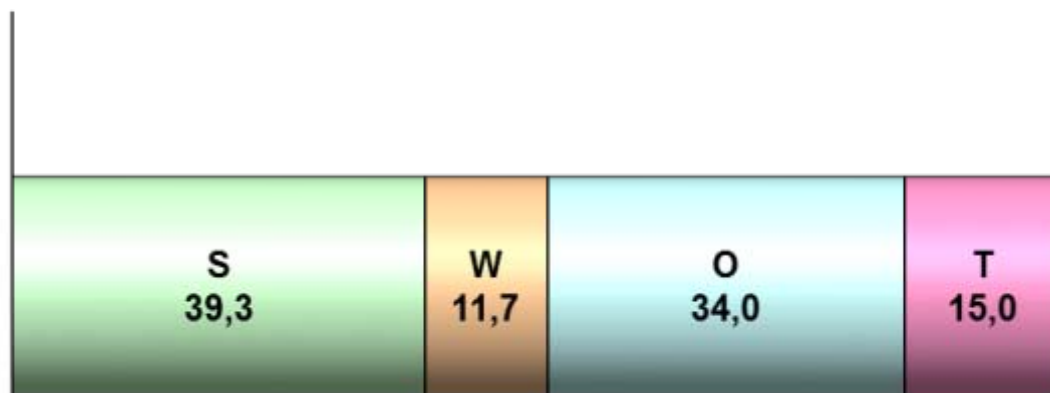
Razsežnost	Prednosti S	Slabosti W	Priložnosti O	Nevarnosti T
1. Teritorij in okolje	61,2	9,9	11,8	17,1
2. Gospodarstvo in družba	30,1	4,8	44,0	21,1
3. Dostopnost	51,9	15,4	19,9	12,8
4. Insitucionalna podpora in podoba	25,5	15,2	43,3	16,0
5. Turistično koriščenje	38,8	11,4	39,6	10,2
Skupaj	39,3	11,7	34,0	15,0

Endogeni vs. eksogeni dejavniki



■ S+W ■ O+T

Pozitivni vs. negativni dejavniki



■ S+O ■ W+T

Glavne smernice za celotno območje

A. Teritorij in okolje

- Podpreti obnovitvene in ohranitvene ukrepe za zagotovitev **naravne in kulturne dediščine**, zlasti na **podeželju**.
 - Preprečiti propadanje, ki bi lahko ogrožalo ponudbo slow produktov.
- Opredeliti in spodbuditi **širjenje elementov odličnosti** na celotnem teritoriju zato, da se prepreči koncentracijo turističnih pretokov.
- Podpreti **alternativne oblike prevoza, različne od avtomobila**, preko spodbujanja uporabe javnih prevoznih sredstev, za minimiziranje vplivov na okolje (parkirišča za zamenjavo prevoznih sredstev, območja z omejenim dostopom itd.).

B. Gospodarstvo in družba

- Ovrednotiti lokalne **kompetence in strokovnost** za preprečevanje ustvarjalnega in intelektualnega obubožanja teritorija (izselitev in/ali globalizacija).
- Podpreti lokalno podjetništvo **neturističnih sektorjev** za okrepitev identitete krajev z vidika običajev, spretnosti, življenjskih stilov.

Glavne smernice za celotno območje

C. Dostopnost

- Izkoristiti **osrednjo lego** območja in **dobre prometne in infrastrukturne povezave** za:
 - Pridobivanje stalnih gostov in povečati število vračanj.
 - Uvrstitev znotraj novih tržnih segmentov.
 - Potrditi/povečati pretok iz držav Srednje in Severne Evrope (od koder izhaja večji del povpraševanja).
- Okrepiti **lokalno prevozno omrežje** za povečanje **kratkoročnega turizma** (short-break) in **povezave obala-zaledje**.
- Podpreti **preobrazbo informacijskih središč** v storitvena središča, ki naj turiste spodbudijo k podaljšanju bivanja.

Glavne smernice za celotno območje

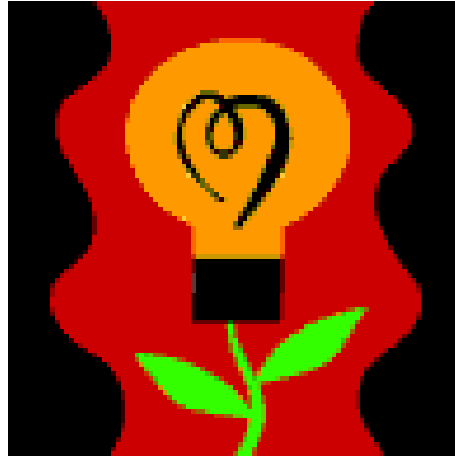
D. Institucionalna podpora in podoba

- Podpreti **oblikovanje kakovostnih standardov** za storitve, infrastrukture in vire.
- Podpreti **vzpostavitev omrežnih modelov** med operaterji preko centraliziranega koordinacijskega telesa za planiranje, diverzificiranje in prilagajanje ponudbe.
- Podpreti in širiti **podobo slow destinacije**:
 - navzven, za vzpostavljanje stikov s potencialnimi turisti in z vse večjim povpraševanjem po tovrstnih turističnih produktih.
 - navznoter, za izmenjavo informacij med javnimi in zasebnimi turističnimi akterji ter za oblikovanje skupne vizije med turističnimi akterji in krajevnim prebivalstvom.
- **Usklajeno in celovito upravljanje** slow podobe.
 - predvsem preko spletne strani.
 - s preprečevanjem razdrobljenosti pobud na nivoju promocije.
 - z izpostavljanjem specifičnosti posameznih območji.
- Pripraviti **marketinške načrte**.
 - za razvijanje “novega” produkta slow turizem.
 - za podpiranje in povečanje vrednosti tradicionalnih produktov (preko slow turizma).

Glavne smernice za celotno območje

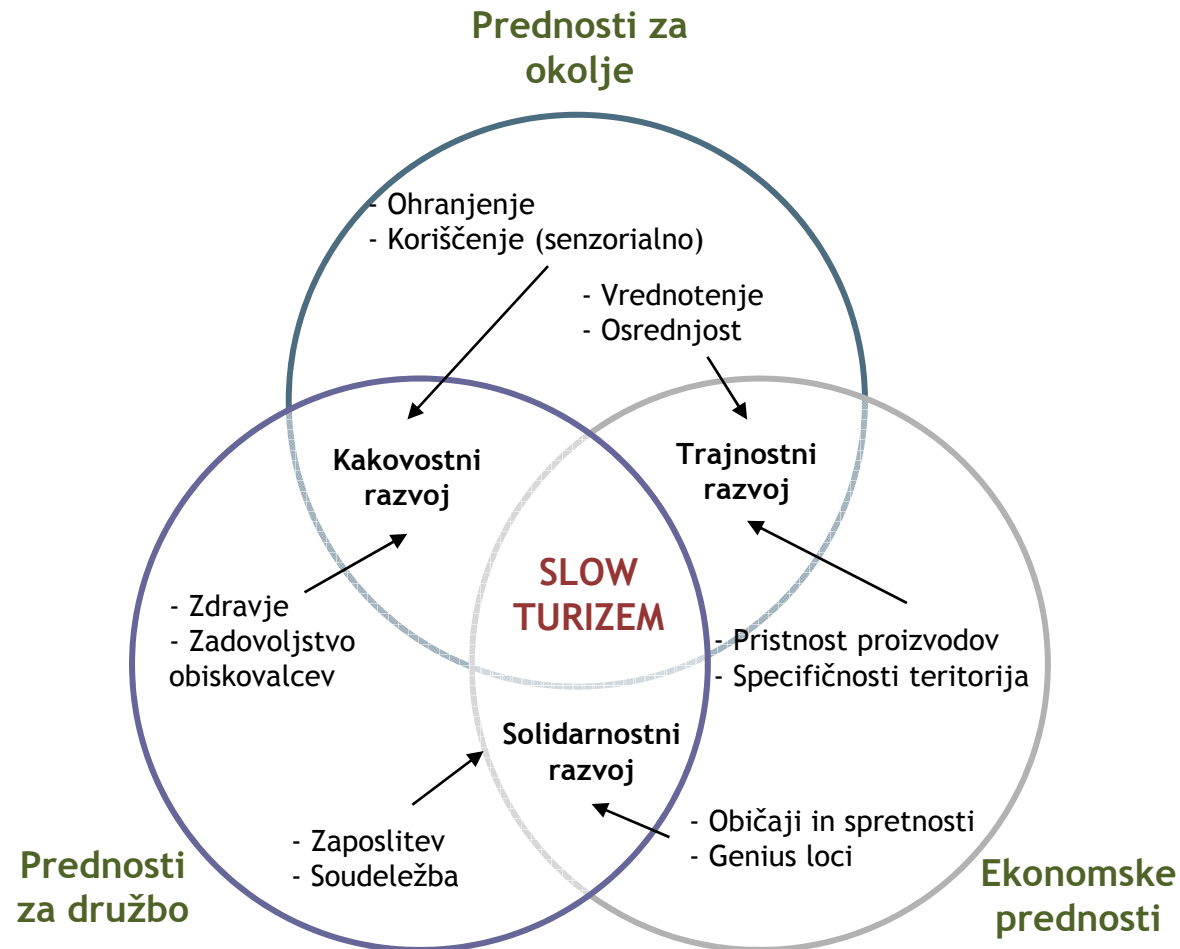
E. Turistično koriščenje

- Razviti slow ponudbo preko že oblikovanih dejavnikov in prednosti “zrelih” produktov (morje, gore, umetniška mesta).
- Oblikovati **mešanice produktov** (mix&match):
 - Npr.: obisk mesto-morje; gore-wellness, kolesarjenje-enogastronomija itd.
- Pri slow turizmu **se lahko vedno kaj pokaže/stori**:
 - spodbuditi vračanje obiskovalcev.
 - spodbuditi posredovanje pozitivnih mnenj od ust do ust.
 - oblikovati strategije za časovno razširitev ponudbe in **sezonsko prilagajanje**.
- Podpreti **slow usposabljanje**
 - uslužbencev na področju turizma (specialistično uspos.) in lokalnih prebivalcev (splošno usposabljanje)
 - za izboljšanje zmogljivosti in razpoložljivosti pri sprejemanju in srečevanju.
- Podpreti **enogastronomsko ponudbo**: zaščititi tipične kmetijske, živilske in ribolovne produkte ter tradicionalno kuhinjo.



3.d. Prednosti in potencial pri razvijanju slow turizma

Splošne prednosti za teritorij



Specifične prednosti za turizem

- Sezonsko prilagajanje ponudbe.
- Stalni gostje → vračanje turistov.
- Povečanje kvalitete in kompetenc pri sistemu ponudbe.
- Širjenje prednosti po celotnem območju.
- Povečanje prihodkov:
 - za storitvena podjetja.
 - za subjekte, ki niso neposredno soudeleženi na področju turizma.
- Povečanje vrednosti “zrelih” produktov.
- Povečanje konkurenčnosti.

Potencialni pretoki slow turistov

Potencialne slow turiste lahko porazdelimo v tri glavne tipologije:

A. Glavni razlog potovanja

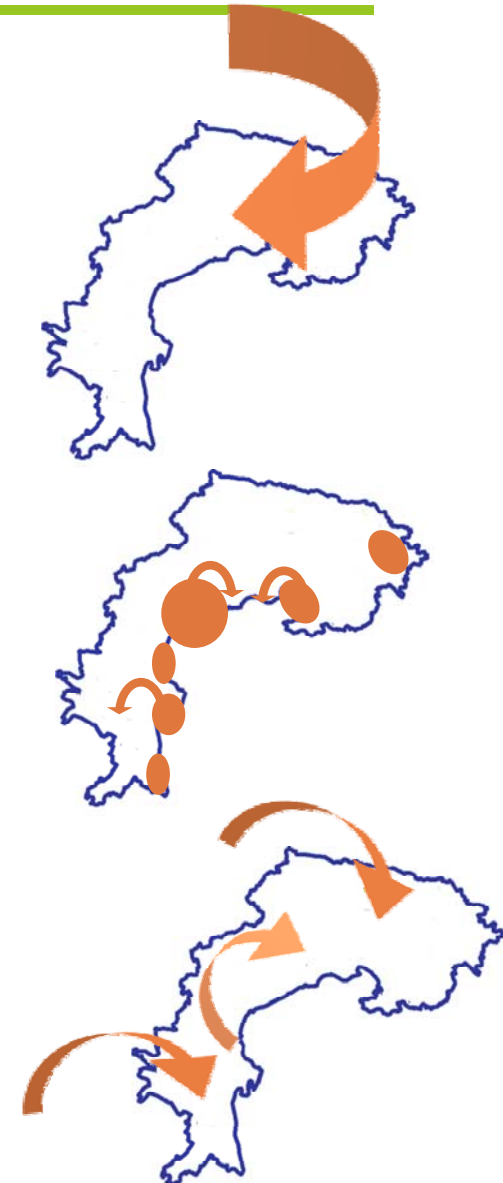
- Turisti, ki obiščejo območje za ST ("naravno" slow produkti).

B. Slow aktivnosti v okviru tradicionalnega turizma

- Turisti, ki obiščejo območje zaradi tradicionalnih razlogov (kopališča, kultura, gore), a se želijo ukvarjati s slow dejavnostmi/izkušnjami.

C. Slow izletništvo iz rezidenčnega območja

- Turisti, ki prebivajo na sosednjih območjih, in se odpravijo na izlete in krajša bivanja.



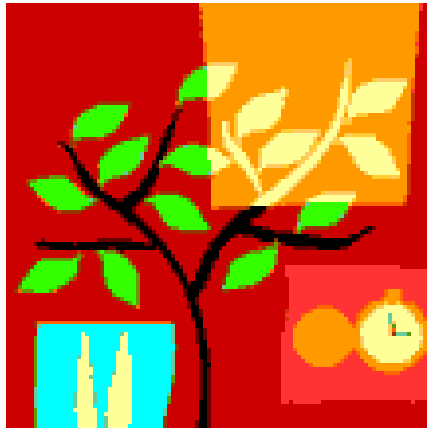
Razsežnost slow trga na območju

Območje	1. Glavni razlog (.000)	2. Slow dejavnosti v okviru tradicion. turizma (.000)	3. Slow izleti prebivalcev iz sosednjih območij (.000)	Skupaj (.000)
Ravenna	122	211	158	492
Ferrara	61	62	103	227
Rovigo	27	27	103	157
Benetke	375	1.061	463	1.900
Treviso	59	35	197	291
Videm	112	107	42	261
Trst	31	24	25	79
Gorenjska	63	9	90	162
Goriška	27	11	61	99
Skupaj	877	1.548	1.243	3.668

Na podlagih zgornjih podatkov lahko ocenimo, da lahko SLOW TURIZEM privabi približno 3,7 milijona turistov in izletnikov na leto.

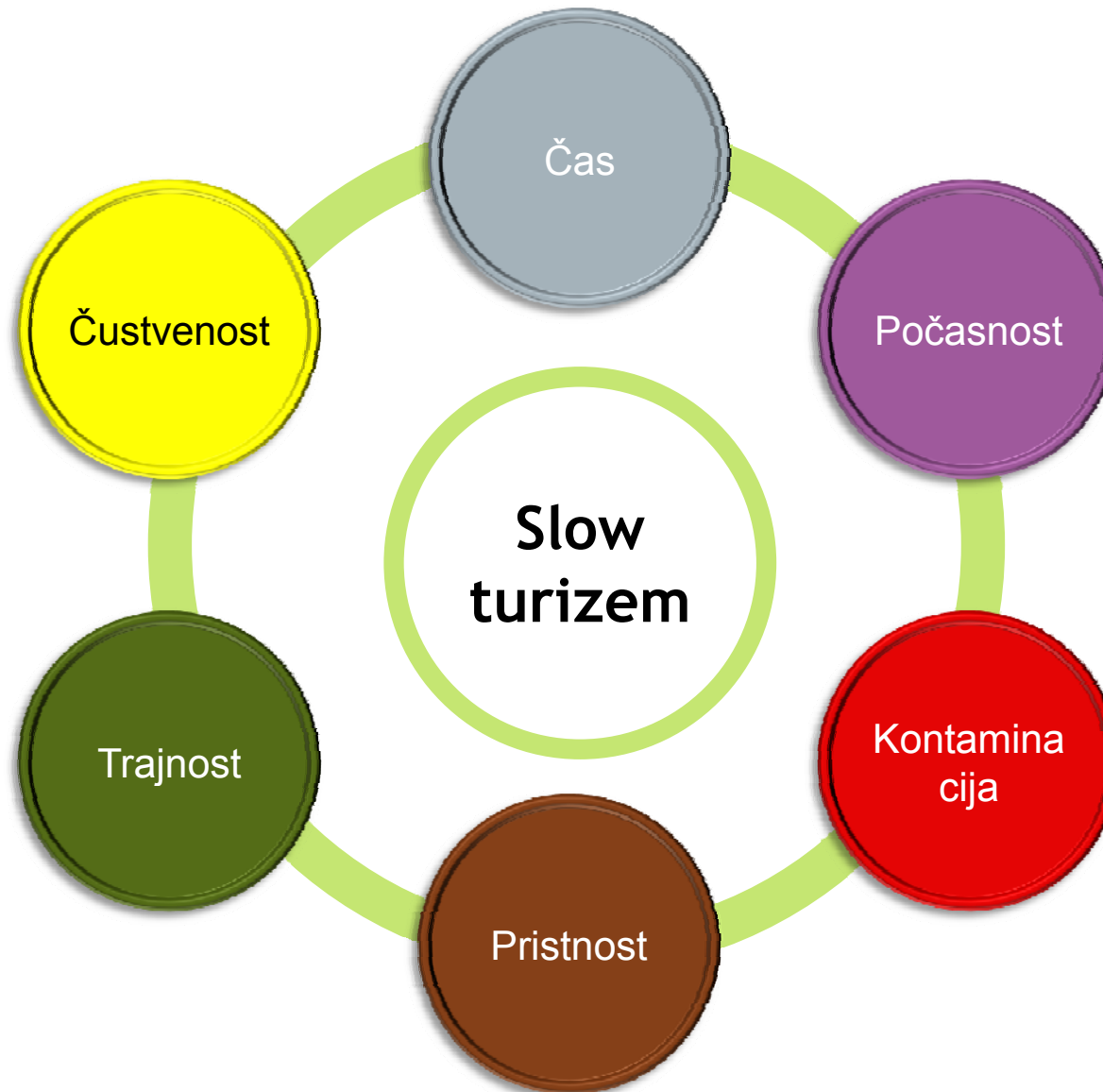
**Prikazane prednosti in potencial
opravičujejo oblikovanje strategije za
razvoj SLOW TURIZMA.**

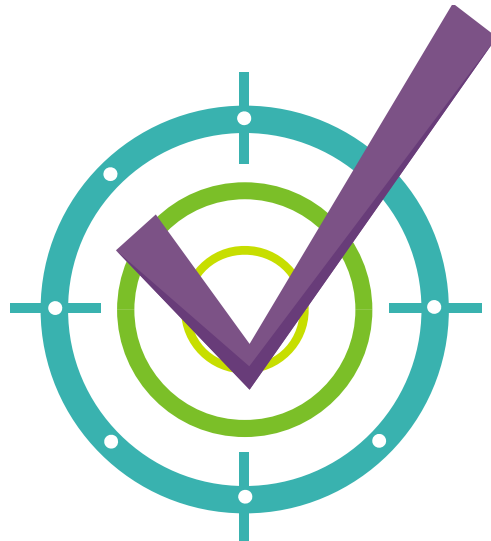




4. Razvijanje SLOW TURIZMA

Razsežnosti slow turizma





4.a. Splošne smernice

Splošne smernice (za vse)

RAZSEŽNOST	OPREDELITEV/REFERENČNI KONTEKST
Čas	- Posvetiti nekaj časa stikom s strankami in prisluhniti njihovim potrebam, zahtevam in radovednostim - Prirediti redna srečanja z osebjem za obravnavo najbolj ustreznih oblik reševanja težav strank in za izboljšanje delovnega okolja - Opraviti preverjanja (neposredna, posredna) ponujenih storitev - Ukrepati takoj, a planirati izboljšave in aktivnosti v srednje-dolgoročnem roku - Posvetiti nekaj časa določitvi ciljev (kakovostnih in količinskih) in preverjanju doseženih rezultatov glede na pričakovanja - Spodbuditi soudeležbo osebja pri usposabljanju in nadgrajevanju ponujenih storitev - Spodbuditi minimalno izobrazbo osebja glede najznačilnejših zanimivosti destinacije (običaji, enogastronomija, zgodovinske/kulturne danosti itd.) - Posvetiti nekaj časa izbiranju in preverjanju ustreznosti dobaviteljev/ponudnikov (predvsem tistih, ki nudijo storitve slow), ob tem pa preprečiti izbor dvoumnih etičnih, kakovostnih in okoljskih subjektov - Oblikovati urnike tako, da imajo stranke dovolj časa na razpolago
Počasnost	- Osveščati stranke glede “različnega” doživljanja potovanja: počasnost, nenavadne poti, izleti in zanimivosti, posebne izkušnje, ki naj bodo predstavljene preko različnih sredstev (oglasna deska, tabla, televizor v sobi, itd.) - Promovirati druge turistične akterje, ki dopolnjujejo omrežje (prevozi, gostinstvo, vodiči itd.) in ki ponujajo oblike sproščujočega turizma - Sprejeti ustrezne rešitve za koriščenje storitev in danosti s strani nepokretnih strank (starejših oseb, invalidov itd.)

Splošne smernice (za vse)

RAZSEŽNOST	OPREDELITEV/REFERENČNI KONTEKST
Kontaminacija	- Vključiti v ponujene storitve aktivno soočanje in izmenjavo mnenj med gosti in lokalnimi prebivalci - Spodbuditi (na mestu samem in preko spleta) izmenjavo izkušenj, nasvetov, občutkov, mnenj med gosti - Spodbuditi in ohraniti stike s strankami tudi po zaključku bivanja, preko skupinskih sredstev (socialna omrežja, blog, itd.) in <i>one-to-one</i>
Pristnost	- Nuditi turistom ustrezna sredstva (npr. knjižnica, mediateka) o lokalni kulturi, družbi, običajih in okolju - Sestaviti seznam "strokovnjakov" za različne elemente krajevne skupnosti, ki lahko svetujejo/oblikujejo zančilne storitve - Prirediti redna srečanja s strankami za predstavitev/vrednotenje tipičnih elementov lokalne kulture (prebiranje odlomkov, projekcije, degustacije, manjše predstave, razstave itd.) - Izkoristiti lokalne predmete (pohištvo, podobe, itd.) in materiale (tkanine itd.) pri opremljanju prostorov za turiste in oblikovanju oblačil osebja
Trajnost	- Seznaniti goste s prizadevanji turističnega akterja v smeri razvijanja trajnostnega, odgovornega in okolju prijaznega turizma, ki naj spoštuje tudi lokalne vrednote - Spoštovati merila o kakovosti okolja, energetike, gospodarstva in družbe - Spodbuditi turistične akterje naj pristopijo h kakovostnim blagovnim znamkam, čeprav to ni obvezno
Čustvenost	- Pozorno načrtovati izkušnje (scenarij, okolje, organizacija, prostori) - Pri izvajanju dejavnosti uporabiti osebje, ki lahko aktivno soudeleži obiskovalce - Preveriti rezultate z rednim anketiranjem strank



4.b Smernice za specifična področja

1. Nastanitev

RAZSEŽNOSTI	SMERNICE
Čas	- Ponuditi več časa strankam za opravljanje check-out operacij
Počasnost	- Postaviti na nočno omarico (odlomke) knjig itd., ki opisujejo lokalne danosti
Kontaminacija	- Redno prirediti vsaj en večer za izmenjavo izkušenj, nasvetov, občutkov, kupljenih predmetov itd. med gosti - Prirediti manjše tečaje/delavnice (gastronomija, enologija, obrtništvo itd.) z aktivno soudeležbo gostov - Posredovati imena tipičnih lokalov in dogodkov destinacije, ki jih lahko gostje obiščejo za doživljanje prostora kot ga doživljajo "krajevni prebivalci"
Pristnost	- Uporabiti lokalne obrtniške predmete (npr.: keramični dispenzerji, naravna mila, itd.) - Za zajtrk pripraviti tipične jedi (sladice, torte, marmelade itd.) - Pri zajtrku uporabiti serviete iz papirja ali tkanin, ki naj prikazujejo lokalne motive, prostore, informacije
Trajnost	- Dokazati stalna prizadevanja za varčevanje z energetskimi viri in proizvodnjo alternativnih energetskih virov ("beli" in "zeleni" certifikati itd.) - Postavitev zabojev za ločeno zbiranje odpadkov v skupnih prostorih in v sobah - Omejiti uporabo monodoznih izdelkov - Omejiti število predmetov za goste, ker se jih lahko tudi nudi samo na zahtevo (manj mini barov, več streženja po sobah) - Spodbuditi turistične akterje naj pristopijo h kakovostnim blagovnim znamkam, čeprav to ni obvezno
Čustvenost	- Ponuditi gostom domače vzdušje

2. Gostinstvo

RAZSEŽNOSTI	SMERNICE
Čas	- Redno spreminjati menije z vključevanjem tipičnih/tradicionalnih jedi/receptov - V primeru hotelov: nuditi gostom možnost, da kupijo tipične jedi izven hotela in jih nato skuhajo v hotelski kuhinji - Natančno oblikovati grafično podobo menijev, tudi z vključitvijo lokalnih zgodb, receptov, običajev in podob
Počasnost	- Vključitev v meni poglavja "Slow", ki naj vsebuje tradicionalne jedi. Poglavje je lahko ločeno od glavnega menija in naj predstavi sugestivne plati jedi/pridelkov (proizvodnja, predelava, alternativni recepti, zanimivosti itd.) - V poglavju "Slow" določiti (tudi le ob specifičnih dneh in/ali obrokih) vsaj en meni za "dolgo" degustacijo, ki naj bo sestavljen iz različnih jedi, ki sestavljajo specifično "jedilno pot" (lokalno ali pa ne) - Uporabiti predmete (menije, stene, prte itd.) za informiranje o tipičnih elementih lokalne kuhinje in jedi - Postaviti menije na mize za celotno trajanje kosila/večerje zato, da se spodbudi prebiranje in razumevanje jedi
Kontaminacija	- Ko je to mogoče (oziroma v specifičnih okoliščinah) spodbuditi druženje gostov, tudi z uporabo skupinskih miz - V specifičnih primerih dati na razpolago kuhinjo/druge prostore za skupinsko kuhanje jedi, predstavitev običajev lokalne kuhinje s strani lokalnih prebivalcev

2. Gostinstvo

RAZSEŽNOSTI	SMERNICE
Pristnost	- Uporabiti tipične, lokalne in kakovostne pridelke - Predlagati/spodbuditi tipične oblike prehranjevanja (npr. z rokami, z različnim vrstnim redom obrokov, nenavadnimi mešanicami itd.) - Razstaviti tipične obrtniške in enogastronske proizvode s krajšim opisom njihove zgodovine/izvora in spodbuditi nakup le-teh
Trajnost	- Uporabiti tipične sezonske in biološko pridelane pridelke - Uporabiti pribor, kozarce, posode in ostalo, ki naj bodo prijazni do okolja (biorazgradljivi, leseni, papirnati, stekleni, iz tkanin...) - Spodbuditi ločeno zbiranje odpadkov za čim večje število materialov (organsko, steklo, plastika, olje, aluminij, papir, baterije...) - Predlagati in spodbuditi zmanjšanje količine odpadkov (voda in vino, doggy-bag ..)
Čustvenost	- Kuhar ali maître lahko skuhata nekaj jedi ob prisotnosti oz. z aktivno udeležbo gostov - Kuhar je na razpolago strankam za morebitne odgovore na vprašanja glede lokalnih enogastronskih proizvodov oz. receptov (izovr, zgodovina, odnos z okoljem, skrivnosti za boljšo pripravo/kuhanje/predstavitev)

3. Mobilnost in dostopnost

RAZSEŽNOSTI	SMERNICE
Čas	- Oblikovati kratke in lahko dostopne poti, ki naj spodbudijo opazovanje krajev - Nuditi gostom sredstva, s katerimi lahko poglobijo odkrivanje teritorija in/ali tematike (tiskovine, avdiovizualni pripomočki itd.) in ki jih lahko uporabijo na poti - Pripraviti seznam dobaviteljev/ponudnikov počasnih prevoznih sredstev, ki jih lahko stranke kontaktirajo
Počasnost	- Pripraviti ponudbe s popusti v primeru, da se gostje pripeljejo do destinacije z javnimi prevoznimi sredstvi (npr. vlakom, avtobusom itd.) - Za goste, ki se pripeljejo z avtomobilom: ponuditi ustrezna parkirišča in skleniti dogovore z zasebnimi garažami zato, da obiskovalci ne uporabijo avtomobila med bivanjem in se poslužijo javnih prevoznih sredstev - Spodbuditi uporabo kolesnikov za krajša potovanja (rikša, tandem kolesa, navadna kolesa, kotalke, ..), ki naj bodo na voljo obiskovalcem - V primeru potovanj, ki presegajo 60 km, oblikovati postanke kot priložnost za obisk in osebno obogatitev - Uporabiti sredstva/rešitve, ki naj omogočajo dostop nepokretnih oseb
Kontaminacija	- Spodbuditi oblike skupinskega prevoza (npr. car sharing) - Predlagati oblike izmenjave in soočanja za skupine obiskovalcev - Spodbuditi goste, naj uporabljajo prevozna sredstva, ki jih uporabljajo prebivalci
Pristnost	- Uporabiti tipične in tradicionalne oblike prevoza (s konji, osli, kravami, psimi itd.) pri oblikovanju prostorov (vozovi, notranji in zunanji okras)
Trajnost	- Uporabiti manj onesnažujoča prevozna sredstva in "goriva" - Ustrezno reciklirati vse predmete, ki se nanašajo na prevozna sredstva (olja, baterije, pnevmatike, nadomestne dele in drugo) - Uporabiti biološke in okolju prijazne proizvode za čiščenje/vzdrževanje vozil

4. Vodenje, incoming, aktivnosti

RAZSEŽNOSTI	SMERNICE
Čas	- Posvetiti nekaj časa preoblikovanju in/ali vzpostavljanju ex novo tematskih poti, privlačnih zgodb, izkušenj in aktivnosti - Poglobiti odkrivanje in poznavanje lokalne zgodovine, kulture in zanimivosti ter vključiti tovrstne elemente v ponujene izkušnje, aktivnosti in storitve - Razvijati povezave, stike in odnose med ponudniki slow aktivnosti zato, da postanejo bolj osveščeni, proaktivni in usmerjeni k temu segmentu
Počasnost	- Za sproščujoče doživljanje destinacije (tudi mestne) naj ponudba predvideva tudi bivanja, poti, vodene obiske in aktivnosti, ki naj zajemajo več dni (npr. paketi za 3-4 dni "full immersion" za ogled zanimivosti, ki se jih običajno ogleda v 1-2 dneh) - Vsebine predlaganih ogledov morajo biti prilagojene njihovem trajanju in načeloma je treba diti prednost poglobljanju tematik, ne pa količini obiskanih zanimivosti (npr: v katalogu so navedeni časovno omejeni obiski, ki pa znatno skrčijo število obiskanih zanimivosti) - Uporabiti specializirane vodiče za posamezne tematike in se izogniti "generičnim" vodičem. V primeru skupin, ki zahtevajo višjo stopnjo poznavanja zanimivosti, je treba ustrezno prilagoditi strokovnost vodičev - Nuditi prilagojene in fleksibilne ponudbe na podlagi časovne razpoložljivosti in interesov turistov - Izogibati se tradicionalnih, pretirano izkoriščenih zanimivosti. Predlagati originalne obiske in ogleda, različne od tradicionalnih - Spremeniti/prilagoditi ogleda glede na sestavo skupin obiskovalcev, zlasti če so prisotne nepokretne osebe

4. Vodenje, incoming, aktivnosti

RAZSEŽNOSTI	SMERNICE
Kontaminacija	- Spodbuditi interakcijo med obiskovalci (dodelitev vlog, izmenjava pripomb in mnenj o zanimivostih itd.) - Vključiti v obiske srečanja z lokalnimi prebivalci (obrtniki, predstavniki podeželske skupnosti, strokovnjake o lokalni kulturi itd.), s katerimi lahko turisti aktivno komunicirajo
Pristnost	- Ponuditi turistom, pred, med in po obisku gradivo za drugačno odkrivanje krajev - Pri oblikovanju obiskov/aktivnosti je treba uporabiti avtohtone zgodbe in elemente, pristne, nebanalne ali izumetničene
Trajnost	- Osveščati turiste glede spoštovanja obiskanih krajev in preprečiti ravnanja, ki lahko ogrožajo okolje (oblačila, odpadki, cigareti/alkoholne pijače, hrup, prilagajanje lokalnim običajem itd.) - Preprečiti oblikovanje prevelikih skupin - Med obiskom spodbuditi nakupovanje blaga in storitev, ki jih nudi krajevna skupnost (ogledi kmetij, tržnic, obtniških delavnic itd.). Na tak način bodo ogledi pozitivno učinkovali ne samo na turistične akterje v ožjem smislu
Čustvenost	- Pripraviti vodilno tematiko za vsak ogled/izkušnjo, ki naj dosledno uokviri razne zanimivosti in scenarije - Izbrati in razviti ponudbo na osnovi značilnosti turističnih akterjev in storyline ter v skladu z izbrano tematiko - Uporabiti angažirane in usposobljene vodiče - Navdušenje in igra sta osnovna elementa za t.i. edutainment in za doživljanje enkratnih trenutkov

Promocijsko informiranje in obveščanje

RAZSEŽNOSTI	SMERNICE
Čas	- Posvetiti nekaj časa oblikovanju celovitih in natančnih promocijskih materialov (s posebnim poudarkom na vsebini, natančnosti, podrobnostmi, izvirnosti, etičnim prizadevanjem, brez banalnih elementov) - Posvetiti nekaj časa zbiranju gradiva (fotografije, besedila, zgodbe), ki lahko ustrezno podpirajo promocijo slow območja - Posvetiti nekaj časa sestavi informativnega gradiva v vsaj treh jezikih (v skladu z značilnostmi območja in izvorom turistov) - Dati prednost prijazni in lahko dostopni uporabi tehnoloških podlag namenjenih uporabnikom (preprostost, standardi dostopnosti itd.) - Soudeleženi turistični akterji naj bodo na razpolago svojim strankam za posredovanje informacij in nasvetov o destinaciji, tudi preko mobilnih sredstev (socialnih omrežij, klepetalnic itd.)
Počasnost	- Pri vseh aktivnostih notranjega in zunanjega obveščanja je treba sporočiti turistom, da si turistični akterji prizadevajo razviti slow turizem - V turističnih informacijskih centrih naj bo prisoten izvedenec za področje slow - Na spletni strani/portalu destinacije naj bo objavljeno specifično poglavje o slow turizmu, ki naj navaja razpoložljive vire, poti, aktivnosti in turistične akterje - Na spletni strani naj bodo prikazani razni nivoji postopnega odkrivanja destinacije na podlagi potreb uporabnika/turista (več podrobnosti, obširnejše in popolnejše poti, priloge itd.) - Spodbuditi pripravo slow potovanja preko posredovanja ustreznega gradiva na spletni strani (predstavitve, posnetki, glasba, slike, dokumenti) - Nuditi informacije preko mobilne tehnologije za obogatitev doživljanja lokalne danosti (bodisi specifičnih krajev, bodisi destinacije)

5. Promocijsko informiranje in obveščanje

RAZSEŽNOSTI	SMERNICE
Kontaminacija	- Turistični akterji naj spodbujajo turiste, da napišejo recenzije in pripombe o bivanju, nato jih sami pregledno objavijo - a ne v anonimni obliki - Pri promociji svojih aktivnosti naj turistični akterji predstavijo izkušnjo na čim bolj nevtralen način, tudi z objavo pripomb in recenzij ostalih gostov in časopisov/specializiranih revij - Turistični akterji naj bodo aktivni na področju socialnih omrežij oz. strani posvečenih slow turizmu (tudi tistih, ki se ne izrecno nanašajo na njihove ponujene storitve) - Turistični akterji naj vzdržujejo stike z gosti tudi po zaključku bivanja in naj vzdržujejo dolgotrajne odnose
Pristnost	- Slike in podobe uporabljene za promocijo slow destinacij naj se nanašajo na stvarne in realne elemente, pri tem naj se ne uporablja slik iz drugih podaktovnih baz ali modelov
Trajnost	- Pri promocijskih dejavnosti je treba čim bolj zmanjšati učinke na okolje (papir FSC ali PEFC; črke, ki porabijo manj črnila, rastlinska črnila, lokalno proizvedeno gradivo, e-brošure itd.) - Promocijsko gradivo je treba v čim večji meri širiti preko informacijskih sredstev. Tiskanje gradiva naj bo omejeno samo na zahteve gostov (e-pošta, prenosi datotek, USB ključki, cd, dvd itd.) - Promocijsko gradivo naj vedno vsebuje tudi navodila za pravilno ravnanje turistov do flore, favne in krajevnih običajev - Smerokazi ne smejo preveč vplivati na okolje, zato je treba omejiti vidno onesnaževanje preko uporabe velikosti, barv, podlag in materialov, ki naj bodo skladni z okoljem
Čustvenost	- Uporabiti podobe in slike, ki naj spodbujajo čustvenost, občutke

6. Destination Management

RAZSEŽNOSTI	SMERNICE
Čas	- Razvijanje slow produkta je kompleksna dejavnost, ki potrebuje veliko časa ter trajno in dosledno turistično upravljanje/marketing - Slow pristop ni odvisen od "fizičnih" in organizacijskih elementov, temveč je tesno povezan z osebami, njihovo aktivno soudeležbo, navdušenjem, usposobljenostjo. Tovrstni dejavniki zahtevajo veliko izobraževanja, vzpostavljanja stikov in odnosov ter dolgoročnih časovnih rokov - Slow produkt je v prvi vrsti izobraževalno-vzgojni produkt: delovati je treba na vztrajnosti
Počasnost	- Biti "slow" je vrednota: slow produkte naj se uporablja za uvrščanje oin razlikovanje lastne turistične ponudbe - Pri planiranju turističnih aktivnosti in teritorija naj se predvideva rešitve, storitve in poti za slow turizem in za nepokretne osebe - Spodbuditi je treba alternativne oblike nastanitve na osnovi sonaravnih rešitev (koče, treehouse, sleep in strow, itd.) - Prirediti je treba nekatere slow dogodke, ki naj privlačijo turiste (nepoznane poti, izvirno doživljanje zanimivosti, nenavadne in refleksivne pobude) - Izbrati je treba potovalne agencije in poslovne partnerje v skladu s filozofijo slow
Kontaminacija	- Upravljanje slow turističnih proizvodov naj spodbuja vzpostavljanje omrežij med turističnimi akterji, izmenjavo med turisti, srečevanje turistov s krajevno skupnostjo, soudeležbo prebivalcev pri oblikovanju krajevne turistične ponudbe. Aktivnosti naj stalno težijo k podpiranju tovrstnega razvejanega sistema odnosov

6. Destination Management

RAZSEŽNOSTI	SMERNICE
Pristnost	- Delovati na področju slow pomeni, da se je treba izogibati standardizaciji, globalizaciji in banalizaciji, vsaj v zvezi s storitvami, ki so ponujene v okviru tega omrežja - Iskanje, ponovno odkrivanje in obujanje tipičnih avtohtonih prvin omogoča razlikovanje od drugih destinacij in uveljavljanje pristnih zgodb in izkušenj, ki se postopoma spremenijo v turistične produkte
Trajnost	- Slow destinacija je tesno povezana s prizadevanji za zagotovitev trajnosti (krajevne skupnosti in turistov) in z zmanjšanjem vplivov na okolje. Zato je treba spremljati in certificirati sistematsko napredovanje na različnih segmentih turističnega področja.
Čustvenost	- Slow destinacija ne meri samo stopnje zadovoljstva turistov (glede koriščenja storitev), ampak tudi čustvenost in edinstvenost izkušnje, ki predstavljata končni cilj marketinških dejavnosti in upravljanja.



5. Oblikovanje omrežja Slow Tourism



5.a. Razlogi za oblikovanje kvalitetnega omrežja

Zakaj omrežje Slow Tourism

- Ali se lahko promovira območje v obliki "slow destination", ne da bi se predhodno določilo "slow" turistične akterje?
- Ali se lahko izkoristi "slow" filozofijo, ne da bi se pomagalo zahtevnemu in pripravljenemu turistu poiskati dosledne rešitve?
- Kako lahko zavarujemo:
 - Turistične akterje, ki jih bomo spodbudili k razvijanju slow paketov?
 - turiste, ki jih bomo obveščali preko različnih sredstev (spletne strani, brošure itd.)?
- Projekt že predvideva aktivnosti animacije o tematiki ST namenjene operaterjem

Te dogodke je treba udejaniti v konkretne ukrepe za vzpostavitev kakovstnega omrežja (CP, EGIZ) Slow Tourism

Če se bomo odločili za čezmejno omrežje ST

- Ta operacija je:
 - zahtevna (tudi zaradi svojega čezmejnega značaja)
 - selektivna (projektne aktivnosti bodo promovirale samo turistične akterje, ki bodo pristopili k omrežju)
 - srednjeročna
- a, ko bomo vzpostavili omrežje:
 - bomo lahko zagotovili kvaliteto in doslednost ponujenih aktivnosti
 - bomo okrepili promocijsko-komercialno moč turističnih akterjev
 - bomo lahko koristili deželna finančna sredstva za kvalitetne projekte in nacionalna sredstva za večlokacijske konzorcije
 - bomo lahko uskladili in nadaljevali projekt na osnovi trdnega omrežja zasebnih turističnih akterjev

**Cilj: vsaj 80 turističnih akterjev
v letu 2011**



5.b Faze oblikovanja omrežja Slow Tourism

Faze postopka

- Proces za oblikovanje je CP načeloma sestavljen iz naslednjih faz:
 - Opredelitev pravil governance (upravljanja)
 - Sestava pravilnika
 - Sestava akcijskega načrta
- V nadaljevanju so za posamezno fazo opisani njeni osrednji sestavni elementi

1. Opredelitev pravil governance (upravljanja)

- Governance CP temelji na dokumentu, ki vsebuje vsa temeljna ali statutarna pravila, ki urejajo odnose med pristopnikom (članom) in društvom (Pravilnik)
- Tovrstna določila so namenjena opredelitvi:
 - vrste društva (pravna oblika)
 - društvenih organov (v širšem smislu)
 - blagovne znamke (nivoji, layout itd.) CP in pravil za uporabo le-tega
 - postopkov za včlanjenje, potrditev in odstop članov
 - postopkov za preverjanje izpolnjevanja minimalnih pogojev članov
 - ostalih določil, ki urejajo društveno dejavnost (članarina, dolžnosti, pravice itd.)

1. Opredelitev governance (upravljanja)

Za vzpostavitev CP SlowTourism svetujemo:

- vzpostavitev organa z velikim številom članov in z zasebnimi upravitelji
- ustanovitev osrednjega tajništva “lahke” oblike
- eno samo raven certificiranja (in/out)
- dodelitev blagovne znamke
 - na podlagi samopotrjevanja izpolnjevanja pogojev iz Pravilnika (glej 2. točko)
- trden, a preprost sistem preverjanja:
 - preverjanja se izvede samo po določenem številu pritožb strank glede nespoštovanja pogojev določenega člana

2. Sestava Pravilnika

- Pravilnik je sistem minimalnih pogojev, katerih izpolnjevanje omogoča opredelitev določene turistične dejavnosti kot “slow”
- Zaradi transversalnosti tovrstnega pojma svetujemo, da se v omrežje uvrsti različne vrste dejavnosti,
 - ki naj izpolnjujejo različne specifične pogoje
- Med pogoje bi lahko uvrstili :
 - nekatere elemente iz Smernic (glej 3. točko), pri tem pa bi dali prednost certifikatom, ki jih je določeno podjetje že prejelo od drugih razpoznavnih in verodostojnih ustanov
 - opredelitev Odgovorne osebe za Slow Tourism pri vsakem podjetju (OOST)
 - usposabljanje OOST preko aktivnosti, ki jih predvideva pričujoči projekt
 - OOST naj pripravi mini-načrt, ki naj vsebuje ukrepe, ki jih je treba izvesti za izboljšanje pristopa "slow"

3. Priprava akcijskega načrta

- Marketinški načrt CP je osnovnega pomena za informiranje potencialnih podjetij o pomenu in prednostih včlanitve
- Pripraviti je treba vsaj dvoleten Marketinški načrt, ki naj vsebuje in določa:
 - ukrepe, ki jih je treba izvesti
 - instrumentarij za promocijo omrežja in njegovih članov
- Pobude, ki jih je treba vzeti vpoštev, naj zajemajo vsaj:
 - spletno stran omrežja in povezave s spletnimi stranmi članov
 - vključevanje v socialna omrežja in spletne dinamike 2.0
 - ukrepe below-the-line (odnosi z javnostjo, tiskovni urad, predstavitve, delavnice itd.)
- V nadaljevanju so predstavljene pobude, ki se že izvajajo v okviru programa Slovenija-Italija

3. Predvidene projektne pobude

- V prvi fazi vzpostavljanja omrežja so predvidene naslednje aktivnosti :
 - izražanje interesa s strani turističnih akterjev iz območij projekta SlowTourism, ki bodo pristopila k projektu;
 - predizbor turističnih akterjev, ki nameravajo sprejeti smernice za oblikovanje produkta slow turizem na programskem območju.
- Druga faza predvideva ukrepe informiranja in osveščanja, in sicer:
 - posredovanje informativnih paketov turističnim akterjem, ki niso izrazili zanimanja do pristopa k omrežju

3. Predvidene projektne pobude

- V tretji fazi se bo pripravilo promocijsko gradivo produkta ST na slovensko-italijanskem območju, zlasti:
 - brošure o turističnih slow poteh
 - vodnik (ki ga bo pripravil in širil specializiran založnik iz področja turistične promocije)
 - promocijski katalog za azijske trge (Kitajska, Japonska)
 - udeležba na področnih sejnih :
 - International Po Delta Birdwatching Fair 2012 (Ferrara);
 - TTG Rimini 2012;
 - Jata World Travel 2012 (Japonska);
 - COTTM 2013 (Kitajska)
 - dogodki Slow na slovensko-italijanskem območju izvajanja projekta

3. Predvidene projektne pobude

- V četrti fazi se bo tržilo proizvod preko:
 - oblikovanja turističnih paketov s sodelovanjem potovalnih agencij in subjektov, ki delujejo na področju Trade
 - prirejanja izobraževalnih ogledov za italijanske in slovenske potovalne operaterje iz projektne območja

Grazie per l'attenzione!

Hvala za vašo pozornost!



Ref. 1/2009 / SLOW TOURISM / Valorizzazione e promozione di itinerari turistici "slow" tra l'Italia e la Slovenia

Ref. 1/2009 / SLOW TOURISM / Valorizacija in promocija turističnih "slow" poti med Italijo in Slovenijo



Ministero dell'
Economia e
delle Finanze



REPUBLIKA SLOVENIJA
SLUŽBA VLADE RS ZA LOKALNO SAMOUPRAVO
IN REGIONALNO POLITIKO



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