



**STRATEGIJA
TRAJNOSTNEGA RAZVOJA
IN TRŽENJA TURIZMA
V MESTNI OBČINI PTUJ
2023-2028**



PREDSTAVITEV OSNUTKA
Mestni svet MO Ptuj in Javna tribuna
Marec 2023





STRUKTURA DOKUMENTA & PREDSTAVITVE

5 FAZ – 5 SKLOPOV STRATEŠKEGA DOKUMENTA (ki v prilogi vključuje tudi Akcijski načrt s finančno oceno projektov, virov financiranja, časovnico in nosilci)



ANALIZA

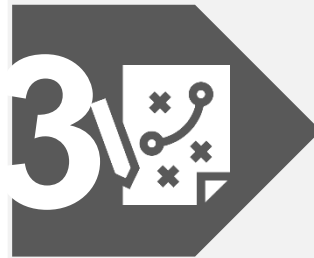
- > Izkaznica MOP
- > Kako uspešni smo bili pri uresničevanju pretekle strategije
- > Analiza in diagnoza stanja (ponudba, povpraševanje)
- > SWOT analiza
- > Izzivi, ki jih naslavljam v strategiji

**Priloga 1:
PODROBNE
ANALITIČNE**



VIZIJA

- > Ključna izhodišča za oblikovanje vizije (ključne konkurenčne točke Ptujja)
- > (Notranja) vizija
- > Poslanstvo in vrednote



STRATEGIJA

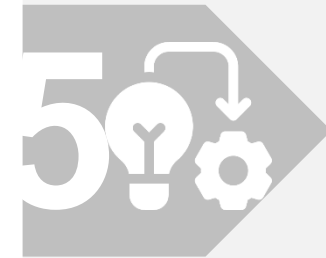
- > Oblikovanje in vrednotenje 3 scenarijev- in izbor
- > Strateški cilji
- > Strateški razvojni model – opredelitev politik
- > Ključne strateške trženjske opredelitve:
- > Ciljno tržno pozicioniranje



POLITIKE-

UKREPI Ukrepi in aktivnosti po politikah, ki pokrivajo:

1. POLITIKA 1: Razvoj skupne ponudbe, atrakcij in infrastrukture
2. POLITIKA 2: Ambient & prostor za butično destinacijo
3. POLITIKA 3: Lokalna odličnost & podjetniška ponudba & verige vrednosti
4. POLITIKA 4: Zeleno & digitalno
5. POLITIKA 5: Trženje in razvoj prodajnih produktov
6. POLITIKA 6: Učinkovito upravljanje in povezovanje



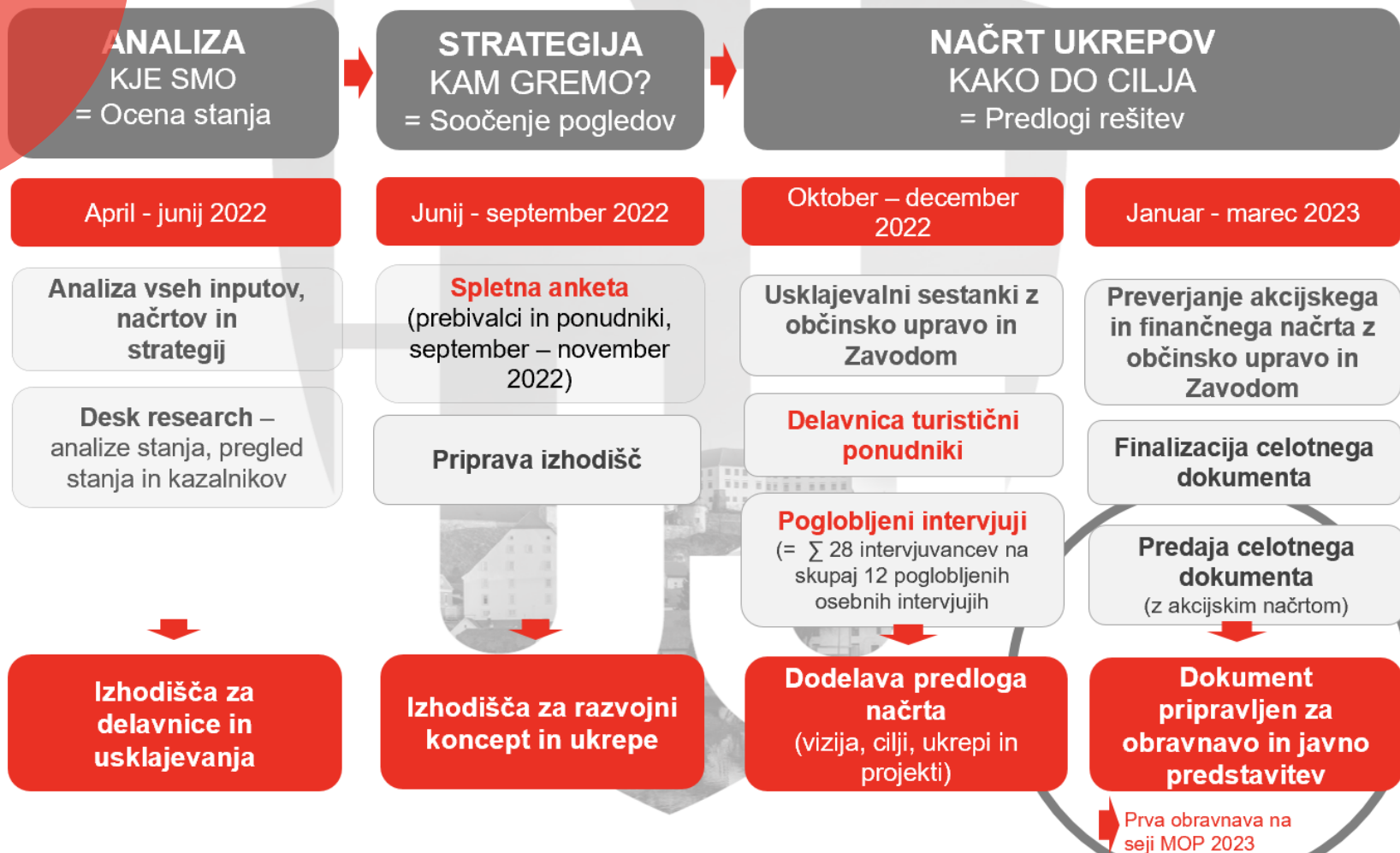
IZVAJANJE

- > Izvajanje in spremljanje strategije
 - > Organiziranost
 - > Tveganja in omilitveni ukrepi
- Priloga 1: AKCIJSKI NAČRT (s podrobnim finančnim načrtom in časovnico)**



PROCES JE
POTEKAL Z
VKLJUČITVIJO
VSEH SKUPIN
DELEŽNIKOV,
skozi spletno
anketo tudi
prebivalcev.

PROCES PRIPRAVE STRATEŠKEGA DOKUMENTA STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA V MESTNI OBČINI PTUJ ZA OBDOBJE 2023–2028



Strategija razvoja in trženja turizma v Mestni občini Ptuj 2023–2028 **upoštevata:**

- Sektorske politike in odloke MO Ptuj;
- Opredelitve Regionalnega razvojnega programa Podravske regije 2021–2027;
- Strategijo slovenskega turizma 2022–2028;
- kakor tudi Strategijo razvoja Slovenije 2030, usmeritve regionalne in kohezijske politike EU do leta 2027, Načrt za okrevanje in odpornost ter cilje podnebne nevtralnosti EU do leta 2050 in cilje trajnostnega razvoja Organizacije združenih narodov.

Spletna anketa v okviru procesa priprave strategije je pokazala,
da Ptuj rabi zelo

jasno in bolj osredotočeno vizijo, ki bo vse deležnike (notranje) konsolidirala,
povezala in usmerila na poti k boljšemu in uspešnejšemu turizmu, z večjo dodano vrednostjo.

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

KJE SMO DANES

Na področju turizma
in s turizmom tesno
povezanimi področji.



Skozi strategijo
odpravljamo
zznane
VRZELI
in opredelimo
ukrepe in projekte
za dosego
vizije in ciljev.

AKCIJSKI NAČRT

Politike z ukrepi in projekti –
6 razvojnih politik in 57
ukrepov.

VIZIJA in CILJI

Kakšen Ptuj želimo (prizma
turizma, vendar širše
razumevanje)?
Kaj so naši cilji – kaj želimo
doseči?



**KJE SMO:
ANALIZA
STANJA**

DOSEGANJE CILJEV IZ PRETEKLE STRATEGIJE

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

	Krovni okvirni strateški cilj do 2021 (izhodišče leto 2016)	Ciljna vrednost	Dosežena vrednost do leta 2021/'22	% doseganja cilja	Ponder pomena cilja
1	Povprečna letna rast števila PRIHODOV turistov do leta 2021 ¹	10%	(5,2%) 3,7%	37%	40%
2	Povprečna letna rast števila PRENOČITEV vseh turistov do leta 2021 ¹	12%	(3,8%) 2,3%	19%	60%
3	Povprečna letna rast POVPREČNE DOBE BIVANJA turistov (PDB) do leta 2021 ¹	1,5%	(-1,2%) -1,1%	-73%	70%
4	Povprečna letna rast PRIHODKOV od turizma do leta 2021 ²	5%	(10,8%) - 6,8%	-74%	80%
5	POVPREČNA POTROŠNJA turistov na dan v letu 2021	120 €	(75 €) 87 €	73%	90%
6	POVPREČNA ZASEDENOST nastanitvenih turističnih kapacitet v letu 2021 ¹	60%	(43,9%) 47,5%	79%	80%
≈	Povprečni odstotek doseganja zastavljenih ciljev v obdobju (navadno aritmetično povprečje)			10%	
-	Ponderirani povprečni odstotek doseganja zastavljenih ciljev v obdobju			45%	

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

V povprečju so bili zastavljeni cilji, do konca leta 2021 oz. do obdobja I-IX. 2022, doseženi zgolj v 10 % odstotkih.

Povprečna ponderirana vrednost stopnje doseganja zastavljenih ciljev na ravni 45 %.

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

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

KAZALNIKI REZULTATA IZ PRETEKLE STRATEGIJE

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

Strategija v preteklem obdobju je s krovnimi okvirnimi strateškimi cilji in načrtanimi ukrepi predvidevala doseganje naslednjih kazalnikov razvoja turizma, ki so bili zaradi nedoseganja strateških ciljev le delno doseženi.

DOSEGANJE CILJEV IZ PRETEKLE STRATEGIJE – VZROKI

1

COVID-19 & VARSTVENA KRIZA

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

2

NE-URESNIČEVANJE UKREPOV

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

3

POMANJKANJE JASNIH PRIORITET IN ZAVEZ

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

4

NI BILO VMESNE KRITIČNE EVALVACIJE

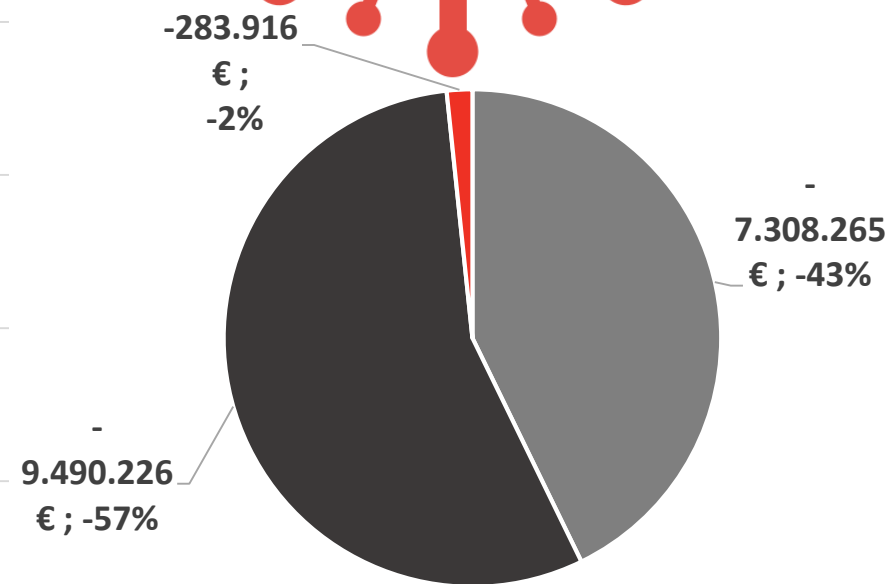
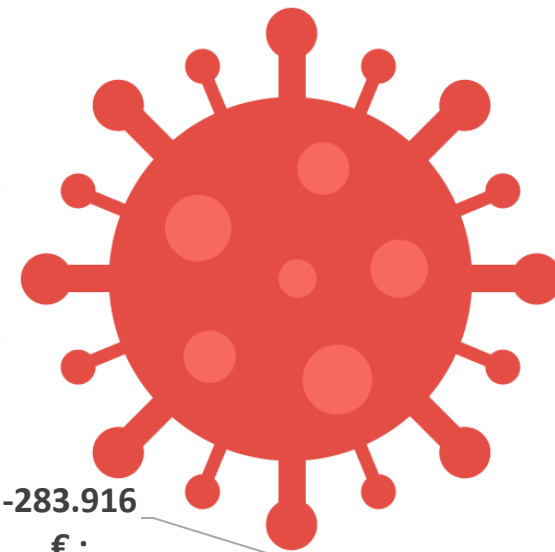
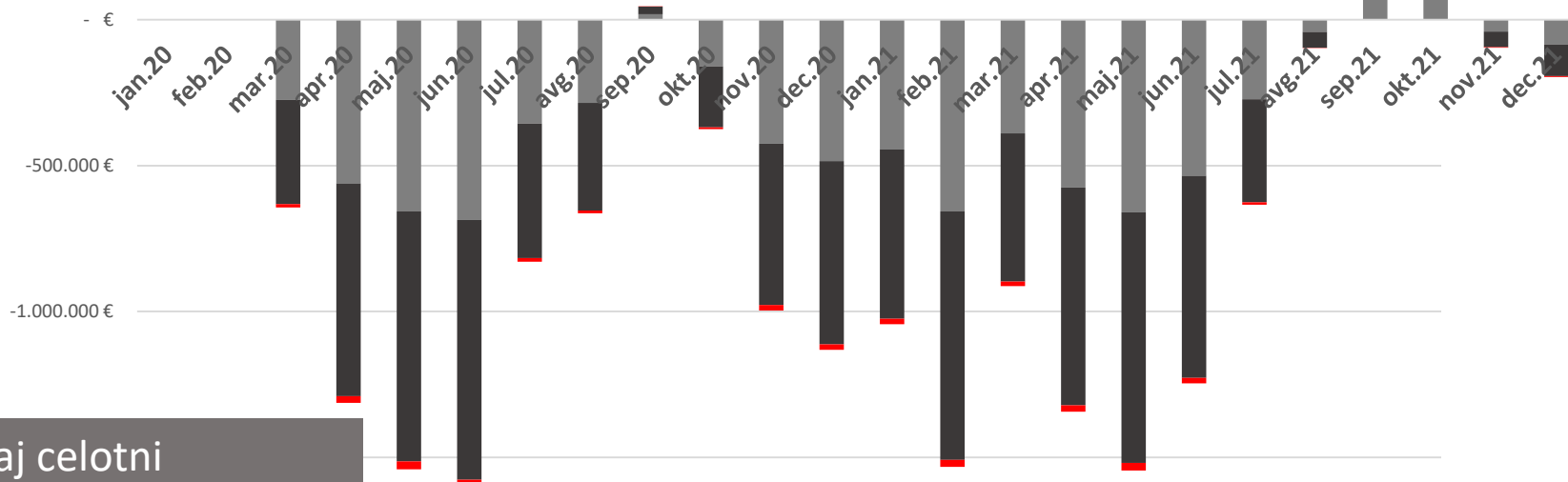
Tudi redna letna evalvacija izvajanja strategije se ni izvajala dovolj kritično iz vidika spremljanja uresničevanja posameznih ukrepov. Delno pa je razloge za neuresničitev oz. nizko stopnjo doseganja zastavljenih ciljev iskati v njihovi neustrezni ali preveč optimistični opredelitvi.

Tekom izvajanja strategije je prišlo tudi sprememb v vodstvu (Občina, Zavod).

V letu 2019/2020 je bila načrtovana evalvacija in re-fokus – kar pa je bilo smiselno zamaknjeno zaradi izrednih razmer COVID-19.

IZGUBLJENI PRIHODKI ZARADI C-19 V LETIH 2020 IN 2021

Izgubljeni prihodki in struktura izgubljenih prihodkov v turizmu zaradi posledic COVID-19 2020-2021



Skupaj celotni izgubljeni prihodek za območje destinacijev letih 2022 in 2021
17.082.407 EUR
in 108 izgubljenih/ogroženih* delovnih mest.

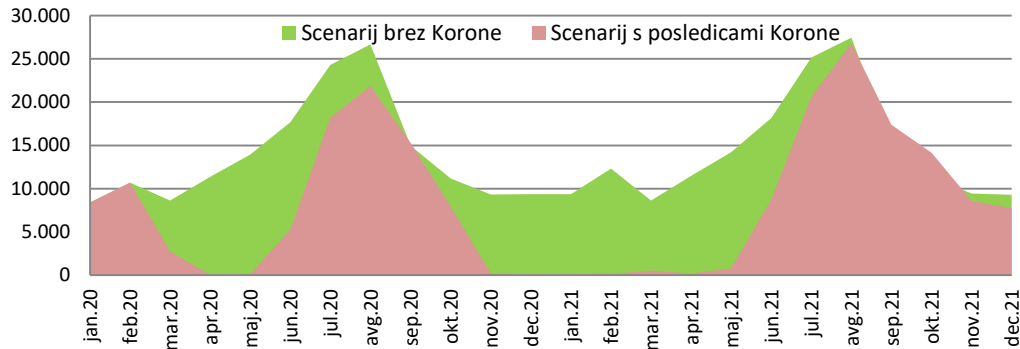
- Turistična taksa za MO Ptuj:
- Ostala posredna in inducirana potrošnja v destinaciji:
- Prenositveni obrati z osnovno dodatno ponudbo:

*Delovna mesta, ki bi bila izgubljena, brez državnih pomoči in subvencij v času krize C-19

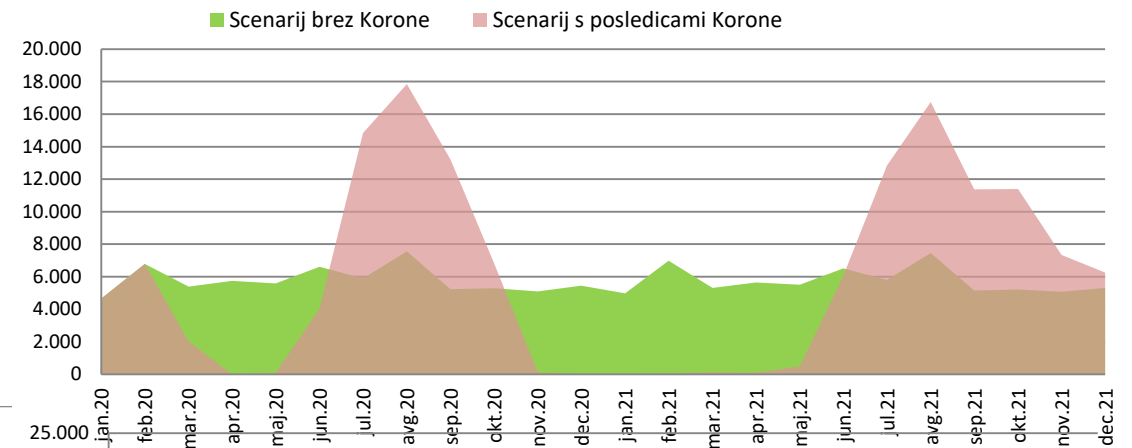
- Prihodki prenočitveni obrati z osnovno dodatno ponudbo (EUR):
- Prihodki ostala posredna in inducirana potrošnja turistov v destinaciji (EUR):
- Prihodki turistična taksa za MO Ptuj (EUR):

PRIMERJAVA SCENARIJEV PRENOČITEV COVID-19 & BREZ

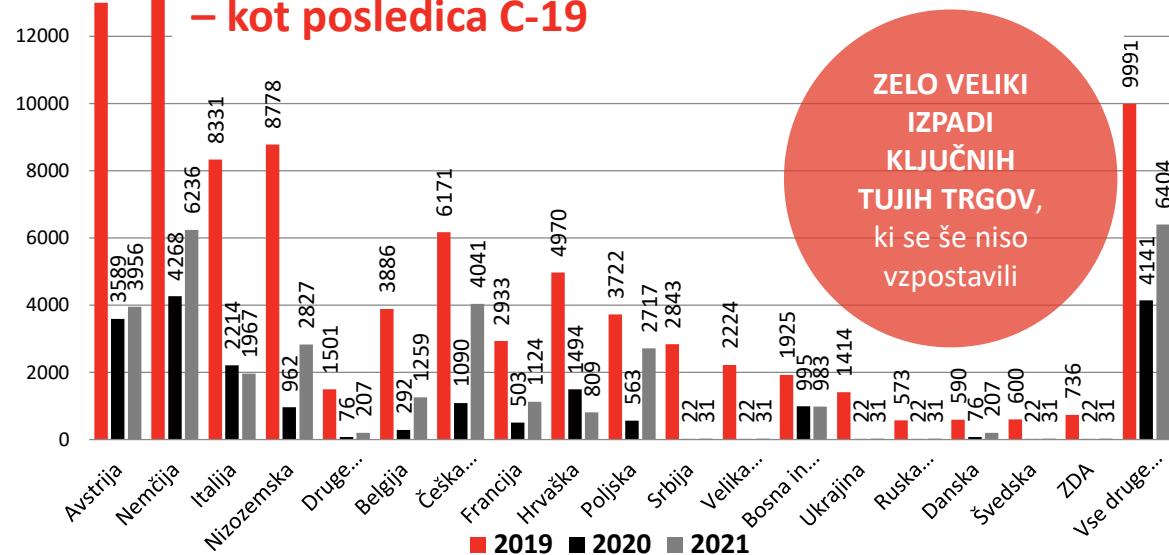
**Primerjava scenarija brez in s posledicami C-19 2020-2021
- VSE PRENOČITVE po mesecih (Σ -142.000 prenočitev)**



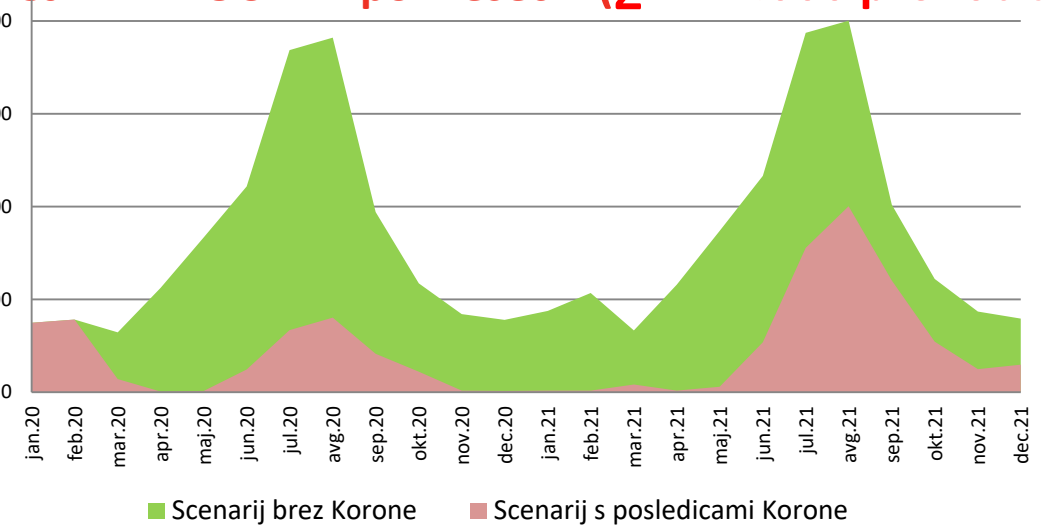
DOMAČE PRENOČITVE po mesecih (Σ +5.000 prenočitev)



**Gibanje števila prenočitev po posameznih
NAJPOMEMBNEJŠIH TUJIH TRGIH 2019-2021
- kot posledica C-19**



TUJE PRENOČITVE po mesecih (Σ -147.000 prenočitev)



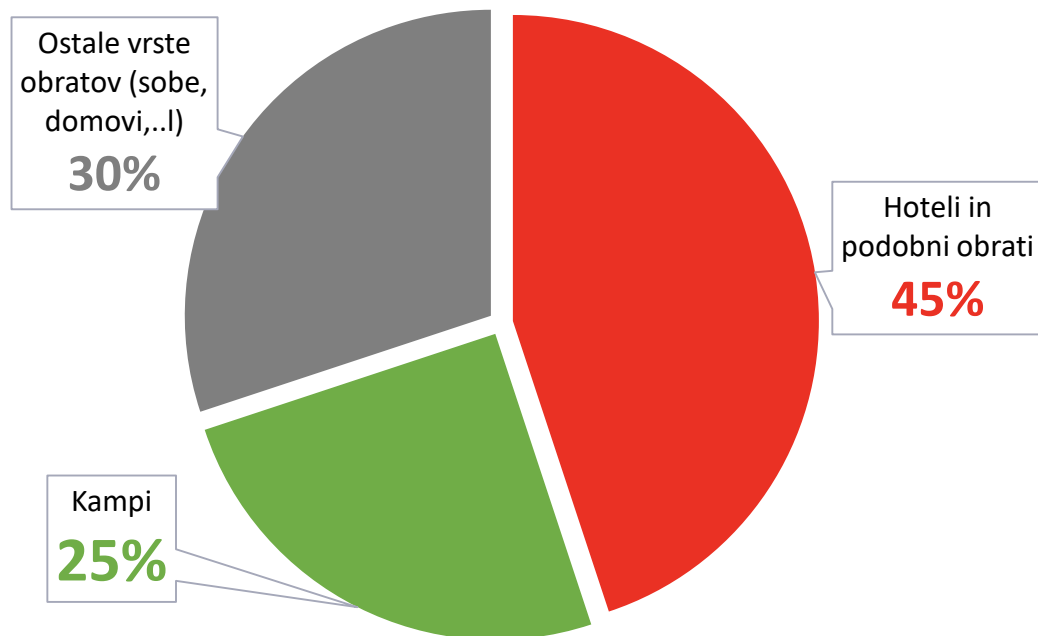
NASTANITVENE ZMOGLJIVOSTI V MOP

Delež sob/enot po vrstah
nastanitvenih obratov Ptuj, 2022

Vsa ležišča
MOP 2021 =

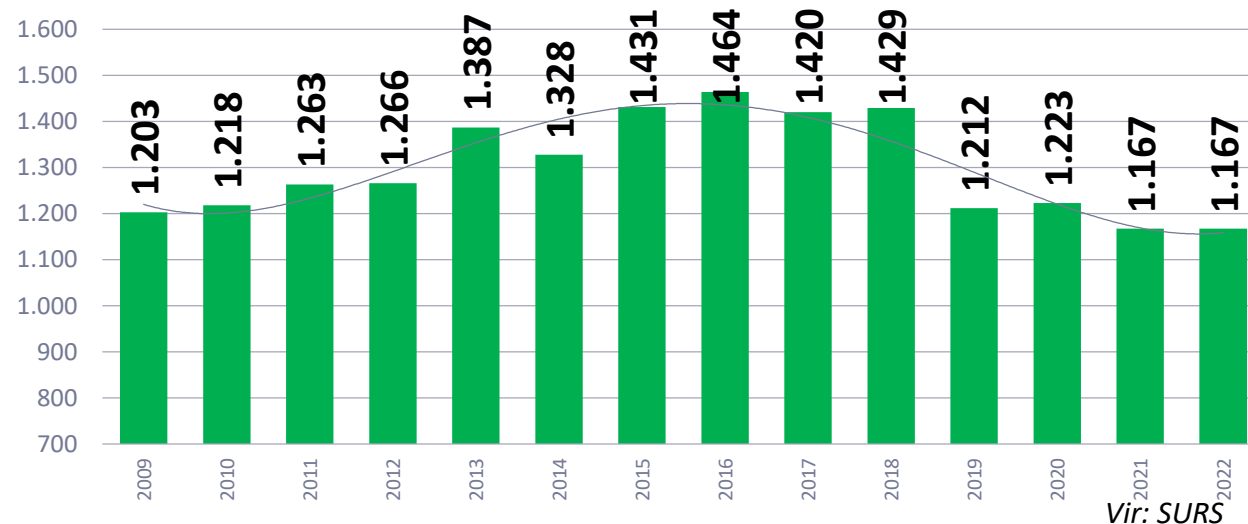
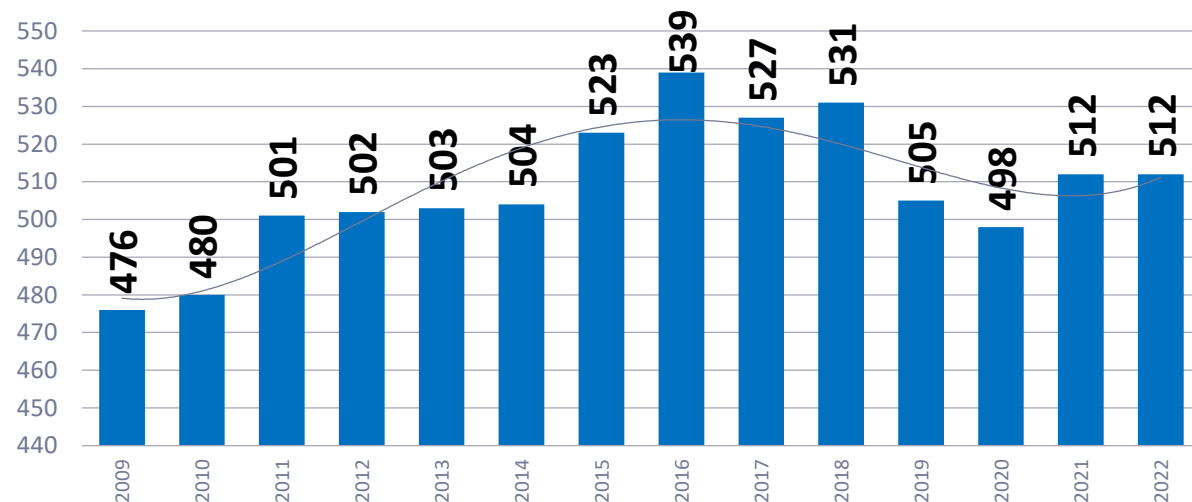
Σ 1.167

Gibanje obsega vseh vrst turističnih nastanitvenih kapacitet skupaj (nedeljivih enot/sob – zgoraj in vseh ležišč – spodaj) v destinaciji Ptuj v obdobju 2009–2022



Število turističnih stalnih ležišč po vrstah kapacitet v obdobju 2017-2021

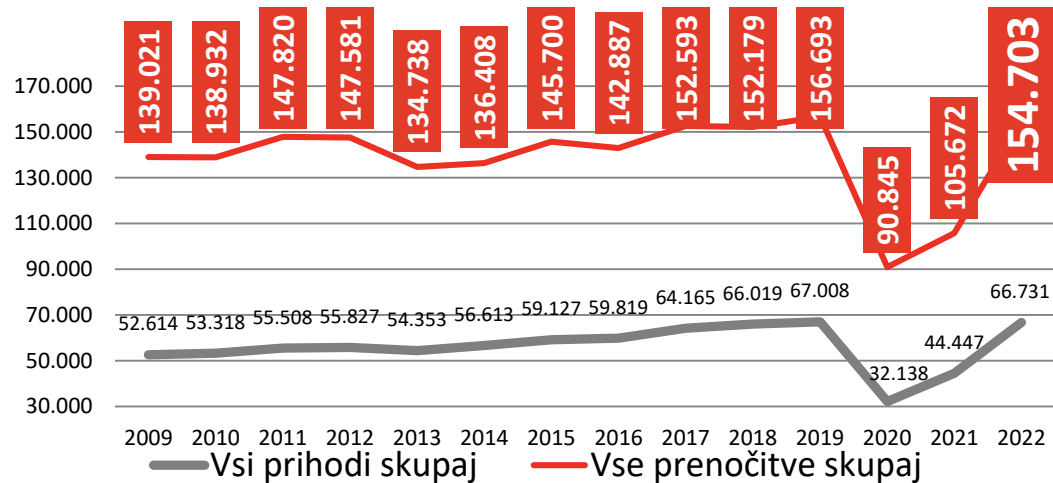
Število vseh ležišč (po vrstah nastanitve)	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Hoteli in podobni obrati	489	489	489	489	489	489
Kampi	400	400	400	400	400	400
Ostale vrste obratov (sobe, domovi,)	531	540	323	334	278	278
SKUPAJ VSA LEŽIŠČA:	1.420	1.429	1.212	1.223	1.167	1.167



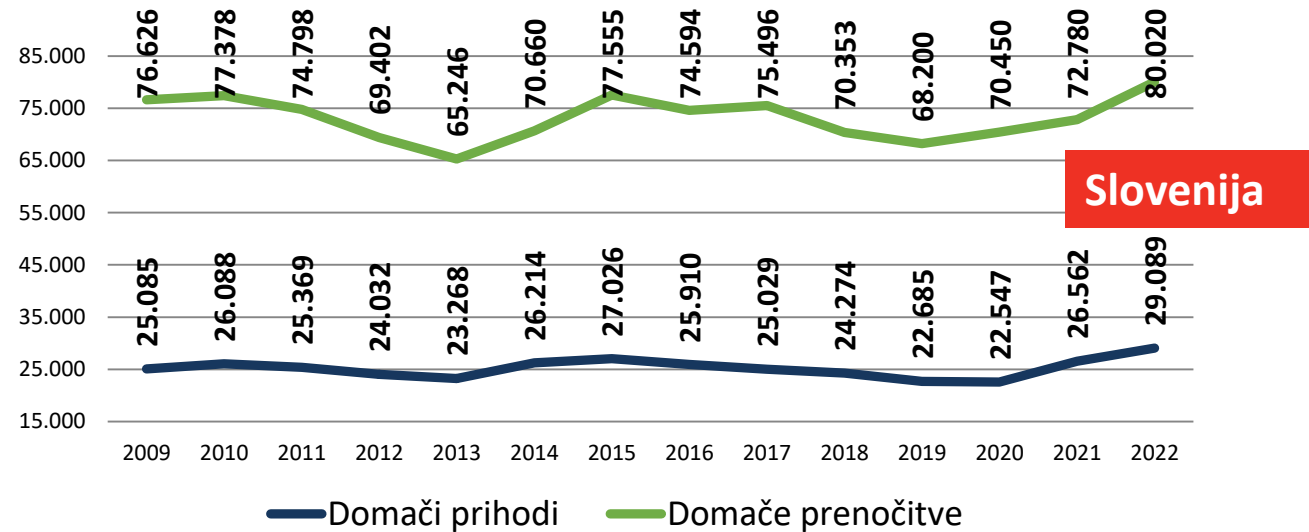
Vir: SURS

GIBANJE POVPRŠEVANJA V MOP 2009-2022

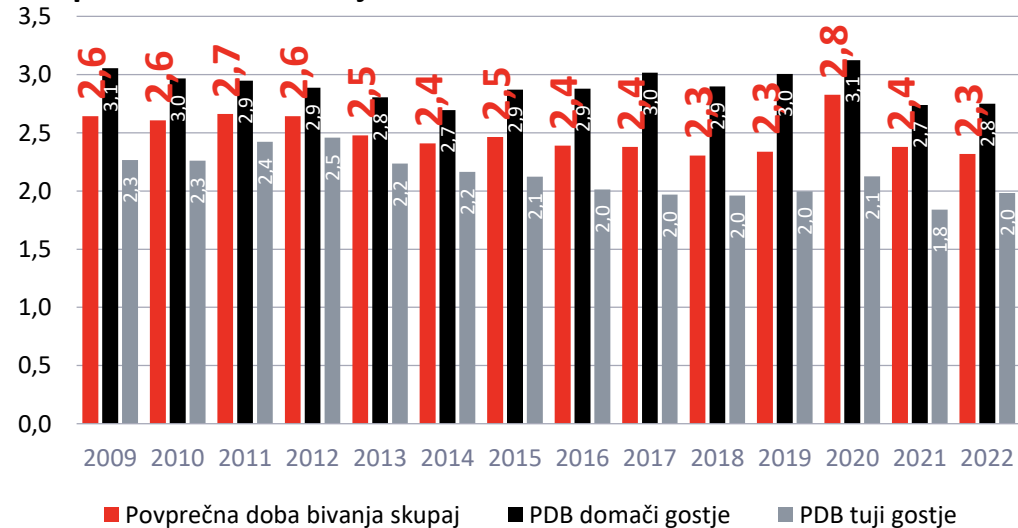
Število prihodov in prenočitev VSEH turistov v destinaciji Ptuj v obdobju 2009-2022



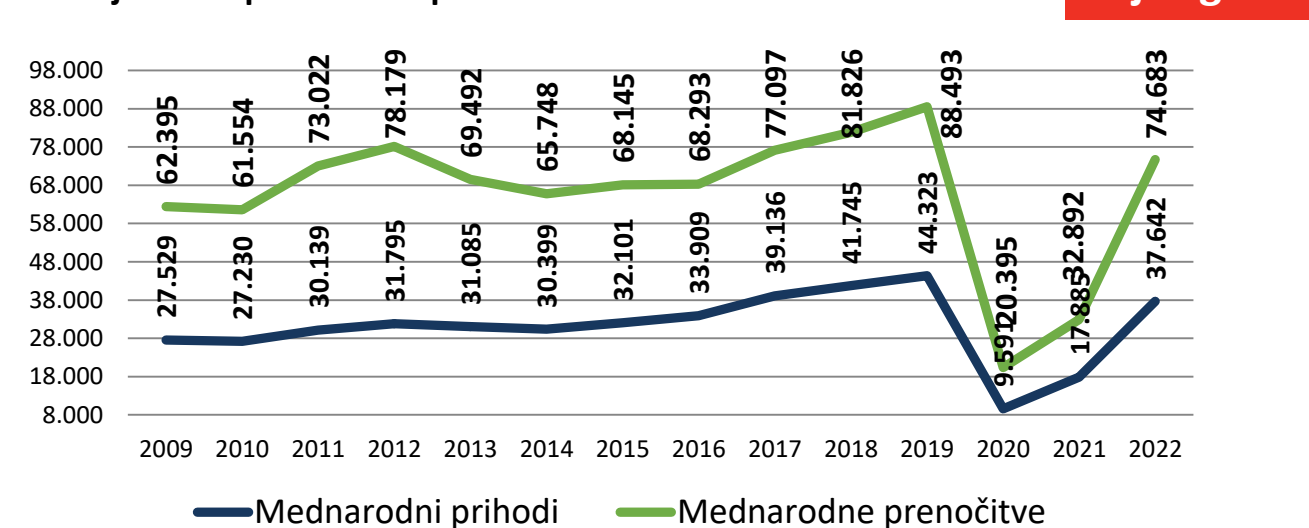
Gibanje DOMAČIH prihodov in prenočitev 2009-2022



Povprečna doba bivanja 2009-2022



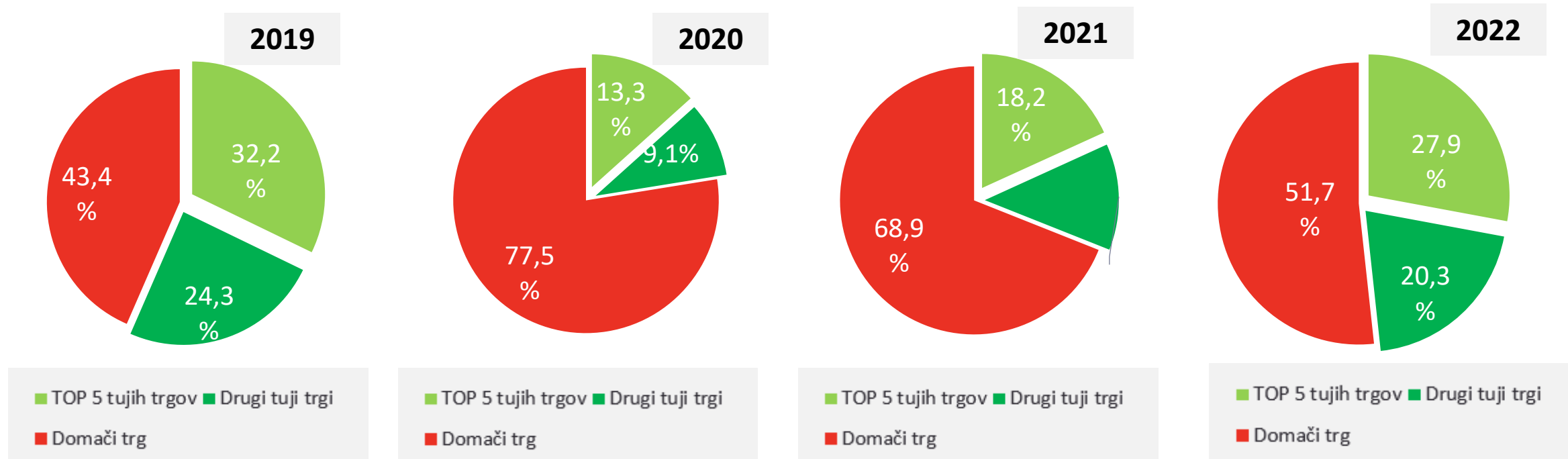
Gibanje TUJIH prihodov in prenočitev 2009-2022



Destinacija Ptuj je v letu 2022 zabeležila 154.703 prenočitev in 66.731 prihodov, s čemer je skoraj dosegla prenočitve iz predkoronskega leta 2019 (156.693), a le 11 % več kot leta 2019 – po številu prenočitev je v 2022 v Sloveniji na 23. mestu.

STRUKTURA POVPRASHEVANJA PO TRGIH

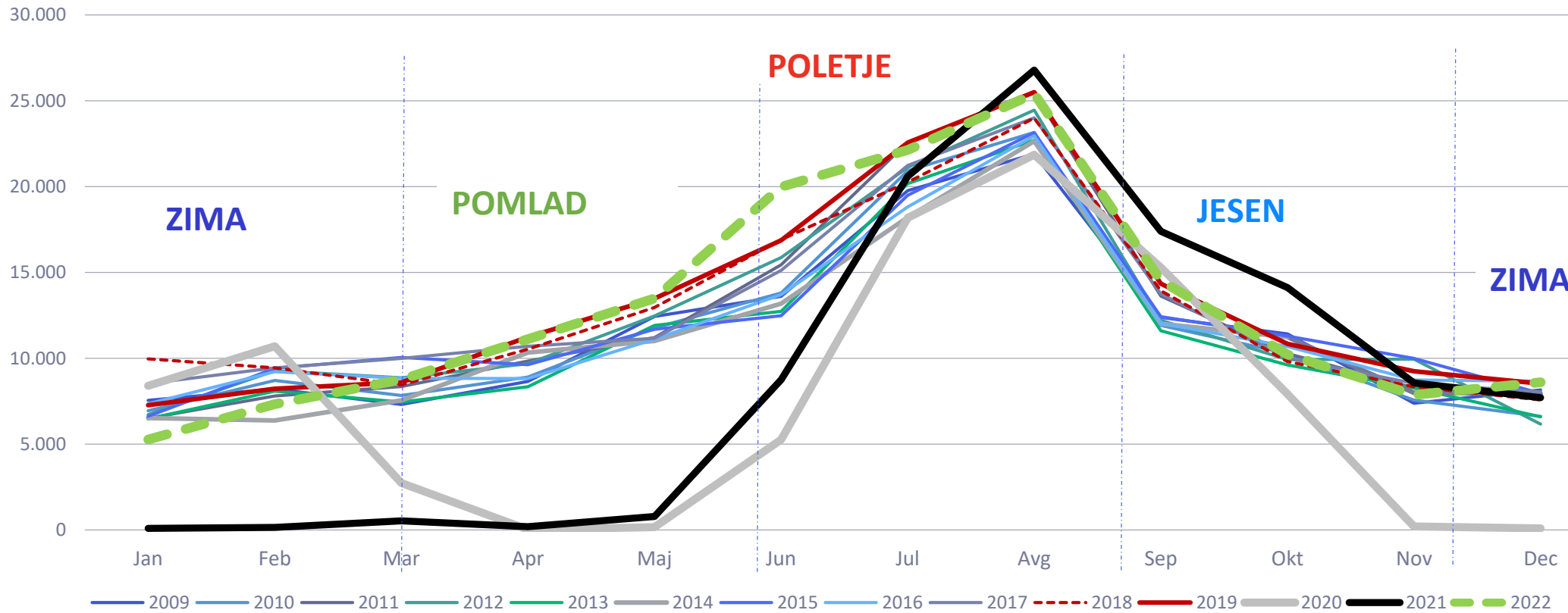
Delež števila prenočitev turistov na Ptuju po TOP 5 tujih trgih, drugih tujih trgih in domačem trgu v celotnem številu vseh prenočitev v letih 2019, 2020, 2021 in 2022



Destinacija Ptuj je v letu 2022 zabeležila 48,3% tujih prenočitev in 51,7% domačih (ima nižji delež tujih prenočitev kot Slovenija in druge mestne destinacije) – domači gostje so pred Covid-19 predstavljali 43,3%. Tuji trgi se po koronskem obdobju ponovno vračajo.

Glavnih 5 TOP trgov je v 2022 prispevalo 57,9 % tujih prenočitev (to so bili trgi 1-Avstrija, 2-Nemčija, 3-Italija, 4-Nizozemska in 5-Češka Republika) – od 2016 ta delež pada – kar nakazuje na krepitev drugih trgov in večjo razpršenost tujih trgov.

SEZONSKA PORAZDELITEV 2017-2022 – IN PRIMERJAVE PTUJA



V 3 poletnih mesecih je opravljenih 44% prenočitev, pomladi in jeseni po 21%, pozimi 14%.

Sezonskost je zaradi termalnega karakterja destinacije manjša kot je povprečje v Sloveniji.

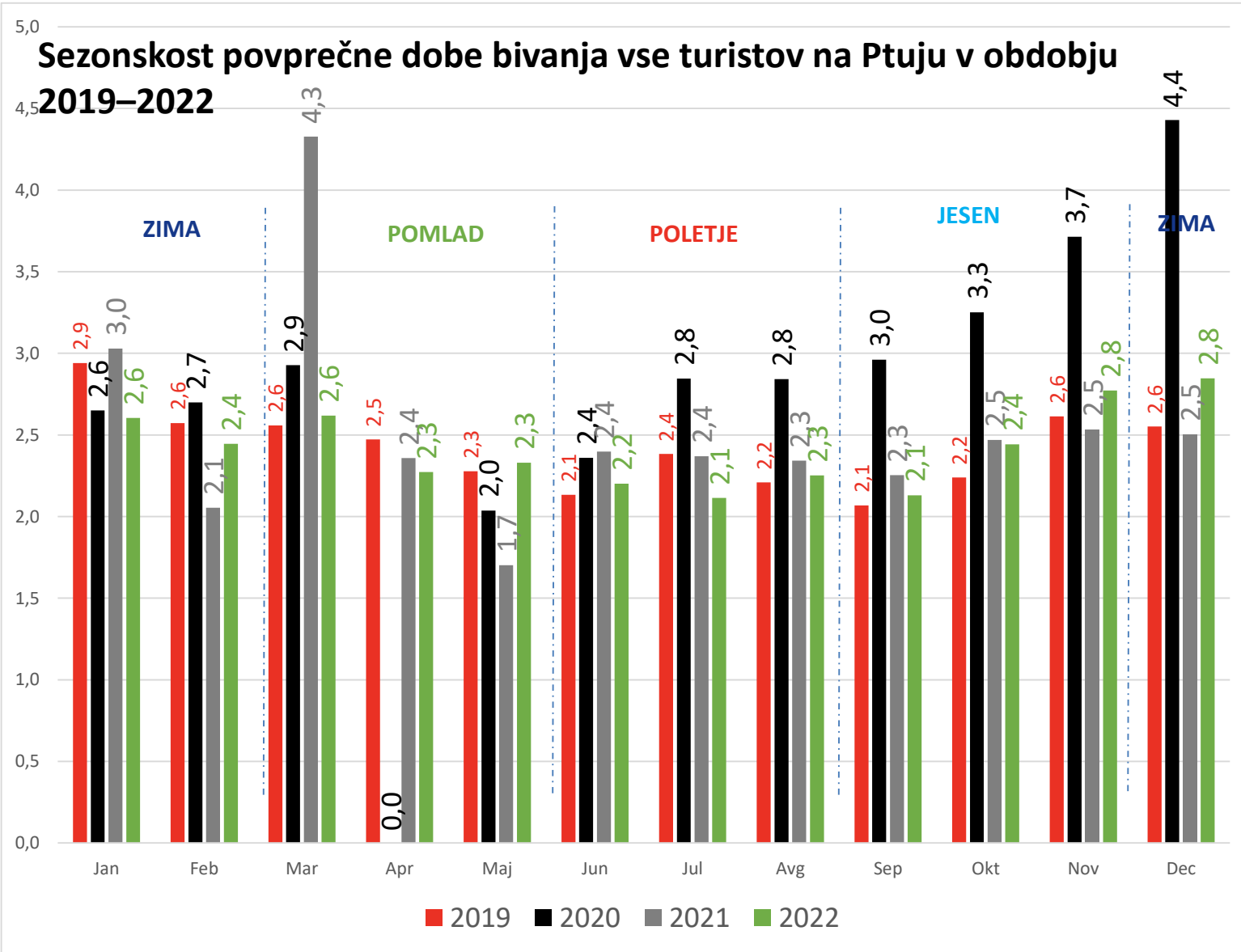
GINI Indeks sezonskosti prenočitev vseh turistov v destinaciji Ptuj v primerjavi s povprečjem Slovenije in drugimi mesti v letih 2017-2022

Vir: SURS

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

* GINI indeks sezonskosti: Večja je vrednost tega indeksa izrazitejša je sezonskost, nižja je vrednost, bolj enakomerno so prenočitve razporejene po mesecih. Povprečje tega indeksa za EU je 0,24. med najvišjimi indeksi v EU ima recimo Hrvaška z okoli 0,70

POVPREČNA DOBA BIVANJA TURISTOV NA PTUJU

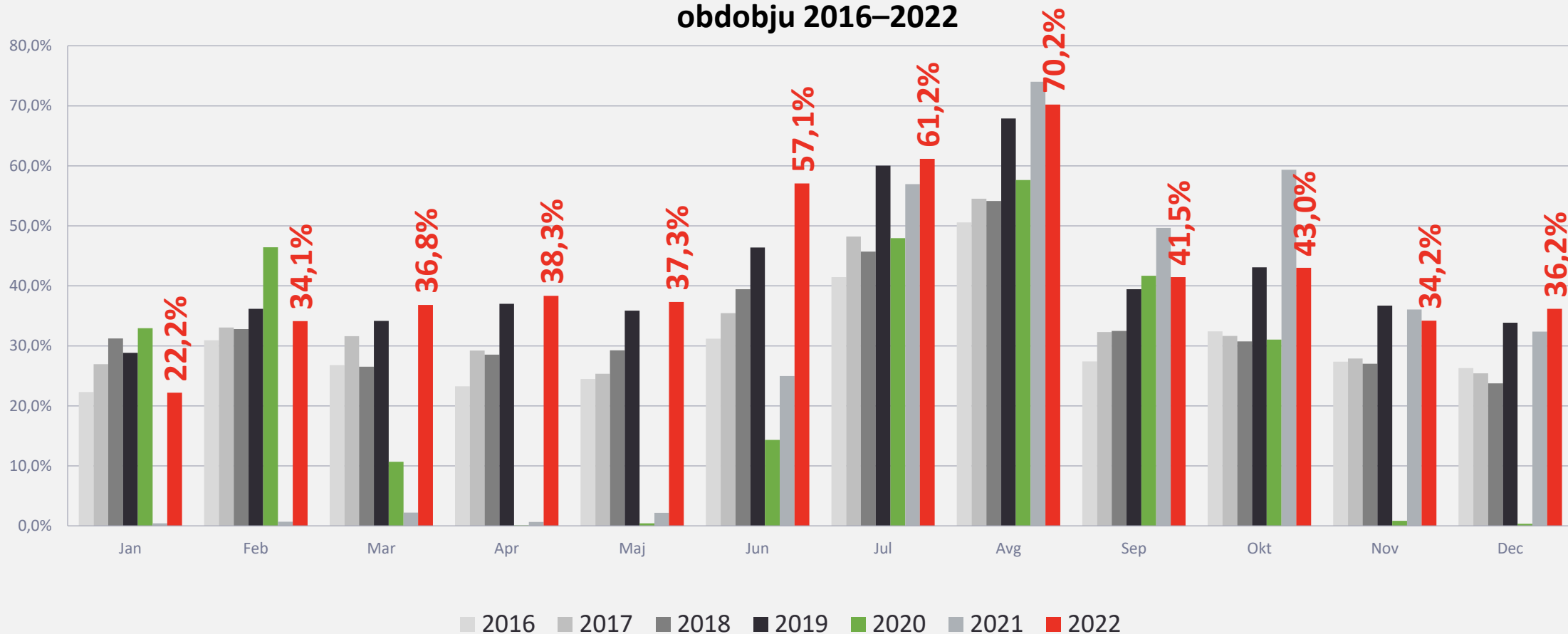


Država	2019	2020	2021	2022
Ostale azijske države	6,2	2,4	3,8	2,0
Ukrajina	4,0	2,8	2,0	4,7
Belgija	3,1	2,0	2,3	2,5
Nizozemska	2,4	2,5	2,1	2,4
Srbija	2,3	3,8	3,8	2,9
Italija	2,2	2,4	2,4	2,2
Velika Britanija	2,2	2,1	1,8	2,3
Hrvaška	2,1	2,0	1,9	2,2
BiH	2,1	2,6	1,9	3,3
Avstrija	2,0	2,1	2,0	2,1
Danska	2,0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

Povprečna doba bivanja (vsi turisti) je bila leta 2022 2,3 dni (domači 2,8, tuji 2,0), kar je pod slovenskim povprečjem (2,6).

MESEČNA ZASEDENOST TURISTIČNIH LEŽIŠČ PTUJ

Prikaz gibanja mesečnih stopenj zasedenosti nastanitvenih turističnih kapacitet (vseh turističnih ležišč) na Ptuj v obdobju 2016–2022



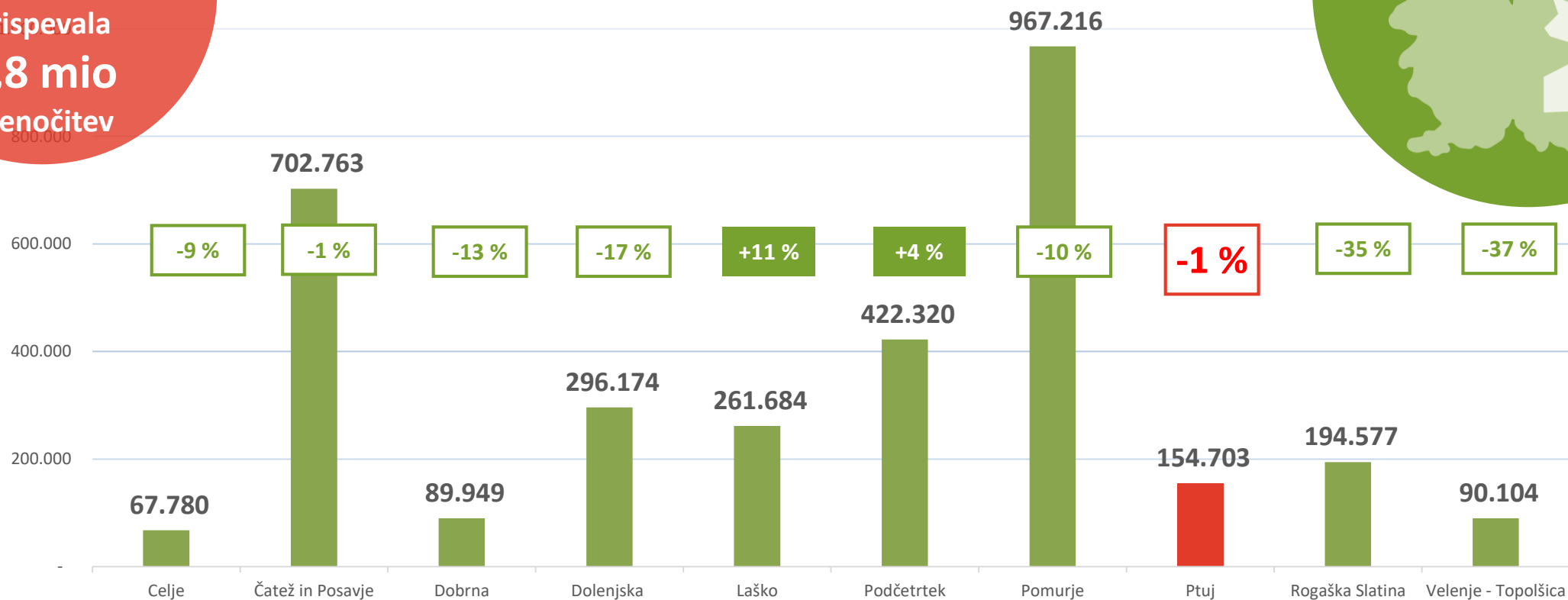
Zasedenost nastanitvenih turističnih kapacitet (vseh ležišč) v destinaciji Ptuj je sicer višja kot je povprečje zasedenosti kapacitet v Sloveniji.

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

PRENOČITVE V TERMALNI PANONSKI SLOVENIJI 2022 TER STOPNJE RASTI V PRIMERJAVI Z 2019

Termalna
Panonska
Slovenija je v
letu 2021
prispevala
2,8 mio
prenočitev

TERMALNO
PANONSKA
SLOVENIJA



**Laško & Podčetrtek sta presegla rezultate leta 2019.
Rogaška Slatina in Velenje-Topolšica beležita upad zaradi strukture gostov.
Ptuj je že skoraj na isti ravni.**

KAMNIK

29.935 prebivalcev (Občina),
100.562 prenočitev (30. mesto)

Najvišje ležeče terme, v ospredju vse bolj alpski karakter destinacije, nekoč najiminenitnejše vodno zdravilišče Avstro-ogrske – razvijajo Kneipp.

RADOVLJICA

19.342 prebivalcev (Občina),
317.586 prenočitev (13. mesto)

Živahno mestno jedro, Okusi Radol'ce, Festival čokolade, močen segment kampov

ŠKOFJA LOKA

23.535 prebivalcev (Občina),
28.064 prenočitev (56. mesto)

UNESCO dediščina, kot mesto se izredno počasi razvija, rast Selške in Poljanske doline (4 občine, skupen LAS in razvojna agencija)

PRIMERI MESTNIH DESTINACIJ KAŽEJO:

SLOVENIJA

Razen v Ljubljani kulturni turizem ne predstavlja glavnega motiva prihoda in gradnje prepoznavnosti destinacije – obisk je pogoj z drugimi elementi ponudbe.

TUJA MESTA, A NE PRESTOLNICE

(Linz, Graz, Salzburg, Lucca ...)

Razvili so zelo profiliran imidž mest, kjer ambient, prireditve, top kulturne atrakcije in ponudba predstavljajo močen motiv prihoda.

Maribor gradijo na 3 segmentih:

- Mesto, Drava, Lent
- Vinorodni griči
- Pohorje.

Zelo izkoristilo projekt EPK 2023; Kunsthaus Graz

Izredno dinamično mesto, ki se je pozicioniralo skozi kulturo: Ars Electronica Center – Museum der Zukunft, EPK 2009

MARIBOR

112.800 prebivalcev (Občina),
454.004 prenočitev (10. mesto)

GRAZ

330.000 (mesto) prebivalcev,
1.250.513 prenočitev

LINZ

200.000 (mesto) prebivalcev,
940.000 prenočitev



**POVZETEK ANALIZE
V OBLIKI IZZIVOV**

KLJUČNI IZZIVI PTUJA, KI JIH MORAMO NASLOVITI

1 POMANJKANJE KLJUČNIH STRATEŠKIH PROJEKTOV
za preboj turizma in kakovost življenja
(ureditev & oživitev zgodovinskega mestnega jedra, atrakcije, arheologija, trajnostna mobilnost)

2 Nizka DODANA VREDNOST (in kakovost)
ponudbe na Ptuju, še posebej v izletniškem segmentu

3 ZAOSTAJANJE V RAZVOJNI DINAMIKI turistične dejavnosti

4 UČINKOVITOST UPRAVLJANJA DESTINACIJE
(stabilnost, sredstva, kadri, ključne destinacijske management funkcije, vloga prireditvene dejavnosti, idr.)

5 Premajhen obseg in prodornost PODJETNIŠKE PONUDBE V TURIZMU
(avtentična doživetja, kulinarika, dodatne storitve, izstopajoče zgodbe)

Prenizka kakovost, urejenost in dostopnost
KLJUČNIH TURISTIČNIH PRIVLAČNOSTI DESTINACIJE

7 Zaostajanje na področju TRAJNOSTI in DIGITALIZACIJE v turizmu

8 VISOKA SEZONSKOST
Izredna koncentracija turistične dejavnosti v poletnih mesecih

9 Še vedno NEJASNO POZICIONIRANJE
in slaba valorizacija ključnih prednosti in privlačnosti Ptuja

10 Slabo izkoriščanje povezav in potencialov širše destinacije – REGIJE
(skupni produkti, promocija, mobilnost-povezave) – za okrepitev dolžine bivanja in privlačnosti

11 OKREVANJE PO COVID-19, VARNOSTNI IN ENERGETSKI KRIZI
(povrnitev trgov ter vitalnosti in odpornosti ptujskega turizma)

12 NOTRANJA KONSOLIDACIJA
vseh skupin deležnikov o razumevanju vrednot in potencialih Ptuja ter potrebi po sodelovanju in razumevanju širših učinkov turizma



KAJ ŽELIMO

DOSEČI:

(notranja) vizija,
poslanstvo in vrednote

Kaj želimo
doseči na področju
turizma,
kakšen turizem želimo
razvijati?

POZOR: razvojna vizija je
usmerjena navznoter.
Njen namen je, da zelo
ciljno usmerja in motivira
vse destinacijske deležnike
k skupnemu cilju.

VIZIJA

Mestne občine Ptuj
2028+
skozi prizmo
turizma.

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

1. 2.

**BOLJ
OSREDOTOČE
NA** in odseva
cilje tako
ponudnikov kot
prebivalcev

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

3.

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


**VSE DELEŽNIKE
USMERJA K
VIŠJI -
VISOKI
KAKOVOSTI**
in DODANI
VREDNOSTI

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

5.

4.

**ZNAČILNOSTI
NADGRAJENE VIZIJE 2028+**



Zakaj
razvijamo
turizem,
kaj nas pri
tem vodi?

POSLANSTVO PTUJSKEGA TURIZMA

**Smo varuhi in ambasadorji tisočletij,
odgovorni do lepote mesta in pokrajine.**

NAŠE VREDNOTE

DEDIŠČINA
nam daje samozavest.

Smo ponosni in odgovorni varuhi tisočletij in tradicij, na katerih gradimo sedanost in prihodnost.

USTVARJALNOST
je naš karakter.

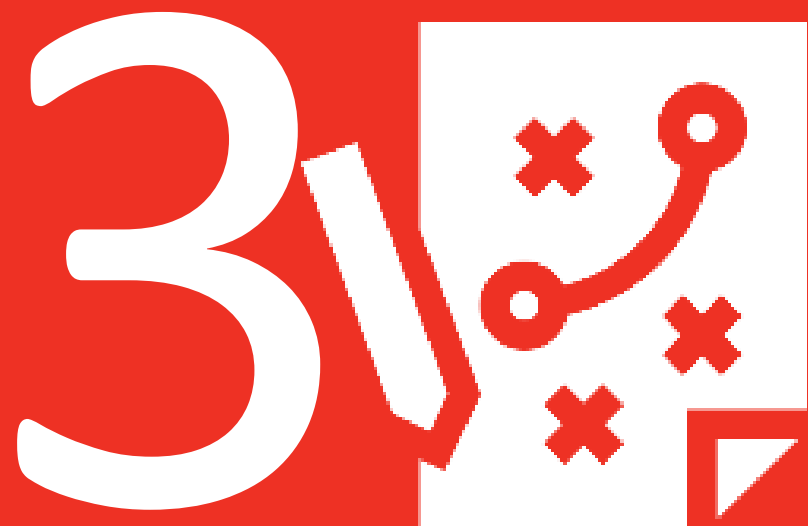
Zazrti smo v prihodnost, kreativni, inovativni in vztrajni. Odprto sprejemamo nove koncepte.

RAVNOVESJE
nam prinaša zadovoljstvo.

Naš odnos do vsega opredeljuje trajnost – odgovornost, uravnoveženost, vključevanje.

SODELOVANJE
nas dela močnejše in uspešnejše.

Skupaj zmoremo več in bolje.



STRATEGIJA:
razvojni model, cilji in
strateške trženjske
opredelitve



RAZVOJNI SCENARIJ IN STRATEŠKI CILJI

SPLETNA ANKETA, SCENARIJI

SCENARIJ 1:

NADALJUJEMO
ZDAJŠNJI
RAZVOJNI
MODEL

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

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

SCENARIJ 2:

POSPEŠUJEMO,
PO PRINCIPIH
EKONOMIJE
OBSEGA

(v tem scenariju gre za pospeševanje turizma kot posledice tržnih razmer in poudarka na fizičnem obsegu ponudbe in povpraševanja, torej ekonomiji obsega in zaostajanja v cenovnem pozicioniranju in dodani vrednosti)

SCENARIJ 3:

RASTEMO
TRAJNOSTNO IN
KREPIMO DODANO
VREDNOST

(aktivno upravljanje in vodenje na vseh ravneh, za bolj ciljno izkoriščanje danosti in prednosti)

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

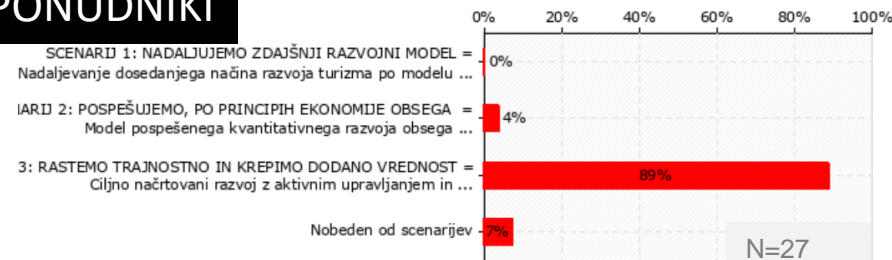


Kako vidite prihodnji razvojni model za Ptuj kot turistično destinacijo?

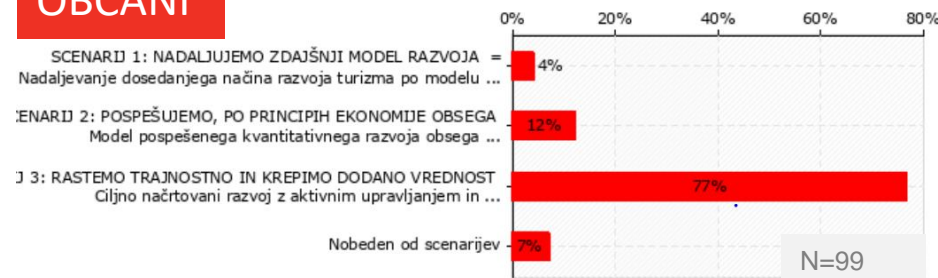
Izberite enega od spodaj predstavljenih možnih modelov oz. scenarijev prihodnjega razvoja turizma, ki se vam zdi najprimernejši za destinacijo Ptuj v naslednjem načrtovanem obdobju.

Zelo visoko strinjanje glede prihodnjega razvoja – scenarij 3 je v anketah in pogovorih izbralo kar 89 % ponudnikov in 77 % občanov.

PONUĐNIKI



OBČANI



ANALIZIRALI SMO 3 MOŽNE SCENARIJE

SCENARIJ 1

BUSINESS AS USUAL

BREZ SPREMEMB ,Nadaljevanje'

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

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

SCENARIJ 2

VEČ IN ŠE VEČ ,Množično'

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

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

SCENARIJ 3

NEKAJ VEČ IN VELIKO BOLJE ,Uravnoteženo'

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

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

Izbrali smo
tega, ki
podpira
vizijo

VIZIJO in RAZVOJNI SCENARIJ pretvarjamo v STRATEŠKE CILJE

1. POMANJKANJE KLJUČNIH STRATEŠKIH PROJEKTOV za preboj
2. NIZKA DODANA VREDNOST (in kakovost)
3. Še vedno NEJASNO POZICIONIRANJE in slaba valorizacija
4. VISOKA SEZONSKOST
5. SLABO IZKORIŠČANJE POVEZAV IN POTENCIALOV ŠIRŠE DESTINACIJE – REGIJE
6. Prenizka KAKOVOST, UREJENOST IN DOSTOPNOST KLJUČNIH TURISTIČNIH PRIVLAČNOSTI DESTINACIJE
7. ZAOSTAJANJE V RAZVOJNI DINAMIKI turistične dejavnosti
8. UČINKOVITOST UPRAVLJANJA DESTINACIJE
9. Premajhen obseg in PRODORNOST PODJETNIŠKE PONUDBE
10. Zaostajanja na področju TRAJNOSTI in DIGITALIZACIJE v turizmu
11. NOTRANJA KONSOLIDACIJA vseh skupin deležnikov o razumevanju vrednot in potencialih Ptuja ter potrebi p sodelovanju in razumevanju širših učinkov turizma
12. OKREVANJE PO COVID-19, VARNOSTNI, KADROVSKI IN ENERGETSKI KRIZI (povrnitev trgov ter vitalnosti in odpornosti ptujskega turizma in podjetnikov)

(Poslovno-finančni vidik)
**PODJETNIKI IN
TURISTIČNA**



SC1

**KAKOVOST, VIŠJA
VREDNOST IN
CELOLETNOST**
ptujske turistične
ponudbe

► Pogoji za drzen preskok v zeleno butičnost in vrednostno transformacijo ponudbe za zagotovitev nacionalne in mednarodne konkurenčnosti turistične destinacije na trgu turizma višje vrednosti.



SC5

Organizacijski vidik **MESTNA OBČINA, DMO, JAVNI ZAVODI IN PODJETJA, VSI DELEŽNIKI**

KOMPETENTNE IN UČINKOVITE UPRAVLJAVSKE STRUKTURE in ciljno usmerjeno upravljanje mesta in turizma

► Pogoji za uspešno upravljanje zgodovinskega mestnega jedra z grajskim gričem in veduto mesta, kot osnovno privlačnostjo destinacije, in učinkovito upravljanje destinacije s povezovanjem in usklajevanjem celotnega turističnega ekosistema na vseh ravneh in prihodnje usmerjanje razvoja turizma v destinaciji Ptuj, usklajeno z dvigom kakovosti življenja za domače prebivalstvo.

Družbeni vidik
**LJUDJE: prebivalci,
zaposleni, gosti**



SC2

**DRUŽBENO-TRAJNOSTNI
RAZVOJ TURIZMA ZA
ZADOVOLJSTVO**
prebivalcev Ptuja,
zaposlenih in gostov

► Pogoji za dvig ugleda turistične dejavnosti v destinaciji in kakovosti življenja in bivanja iz vidika turističnih poklicev in kakovosti storitve, ponosa, vključevanja in opolnomočenja domačega prebivalstva ter zagotavljanja pristne gostoljubnosti in avtentičnosti izkušnje gostov.

Ekonomski vidik
**LOKALNA SKUPNOST –
GOSPODARSTVO**



SC3

**POZICIONIRANJE
TURIZMA KOT
GENERATORJA
VREDNOSTI** v življenju
mesta in okolice ter
ekonomsko trajnostnega
razvoja

► Razumevanje vpliva večdimenzijske funkcije turizma na ostalo gospodarstvo, povečanje števila prebivalcev, podjetij in podjetnikov, ki imajo koristi od turizma, na njihovo

Okoljsko-podnebni vidik
**LOKALNO OKOLJSKI
VIDIKI IN TRAJNOSTNI**



SC4

**ODGOVORNI OKOLJSKO
TRAJNOSTNI RAZVOJ IN
ZELENA PODOBA** ptujskega
turizma

► Odgovornost in zavzetost deležnikov, da zmanjšujemo vplive na okolje in podnebje ter postanemo, še posebej pri uporabi obstoječega stavbnega fonda in kulturno zgodovinskih objektov za razvoj turizma, vzorčno napredna dejavnost pri trajnostnih zavezah v prehodu v čim višjo stopnjo ogljične nevtralnosti. Le-to pa valoriziramo tudi v tržnem pozicioniranju, razlikovalnih prednostih in višji vrednosti storitev in izdelkov destinacije.

KAKOVOST, VIŠJA VREDNOST IN CELOLETNOST ptujske turistične ponudbe

SC1

1. **Zvišanje kakovosti** in privlačnosti vseh storitev
2. Okrepitev ciljnih segmentov **gostov višje vrednosti** in sočasen premik tržne pozicije
3. **Desezonalizacija** z razvojem ustreznih produktov z večjo razpršenosti in časovne razporejenosti obiska
4. **Digitalna transformacija** in povečanje učinkovitosti gospodarstva ter pametne destinacije v celoti

DRUŽBENO-TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA ZA ZADOVOLJSTVO prebivalcev ptuja,

SC2

1. Turistične in s turizmom povezane dejavnosti na Ptuju kot **zaželeni in ugledni delodajalci**, ki privabljajo tudi več mladih, ki ostajajo ali se priseljujejo na Ptuj
2. **Dvig kompetenc in motivacije kadrov**
3. Odgovorno in ciljno usmerjeno **trženje usklajeno s karakterjem destinacije**
4. **Zagotavljanje vrhunske avtentičnosti trajnosti in inovativnosti doživetij**

POZICIONIRANJE TURIZMA KOT GENERATORJA VREDNOSTI v življenju mesta in okolice ter ekonomsko

SC3

1. **Izboljšanje urejenosti in podobe zgodovinskega jedra mesta Ptuj**, turistične, skupne in javne infrastrukture ter valorizacija in uveljavitev kulturnih in zgodovinskih atrakcij mesta v povezavi z naravno okolico
2. **Ustvariti prijaznejše lokalno poslovno okolje**, privabljati podjetnike, spodbujati naložbe in izrabljati številne podjetniške priložnosti v turizmu
3. **Okrepitev (zelenih) in edinstvenih lokalnih verig vrednosti**

ODGOVORNI OKOLJSKO TRAJNOSTNI RAZVOJ IN ZELENA PODOBA

SC4

1. **Izboljšanje in pospeševanje trajnostne mobilnosti** in povezljivosti v turizmu destinacije in v povezavi z naravnim zaledjem
2. **Uporaba in valorizacija v prvi vrsti obstoječega stavbnega fonda in zapuščenih ali neobnovljenih** kulturno-zgodovinskih objektov za razvoj turističnih in s turizmom povezanih kapacitet in atrakcij
3. **Uresničevanje zelene obljube** in časovno in prostorsko uravnavanje in boljše upravljanje turističnih tokov

KOMPETENTNE IN UČINKOVITE UPRAVLJAVSKE STRUKTURE in ciljno usmerjeno upravljanje mesta in turizma

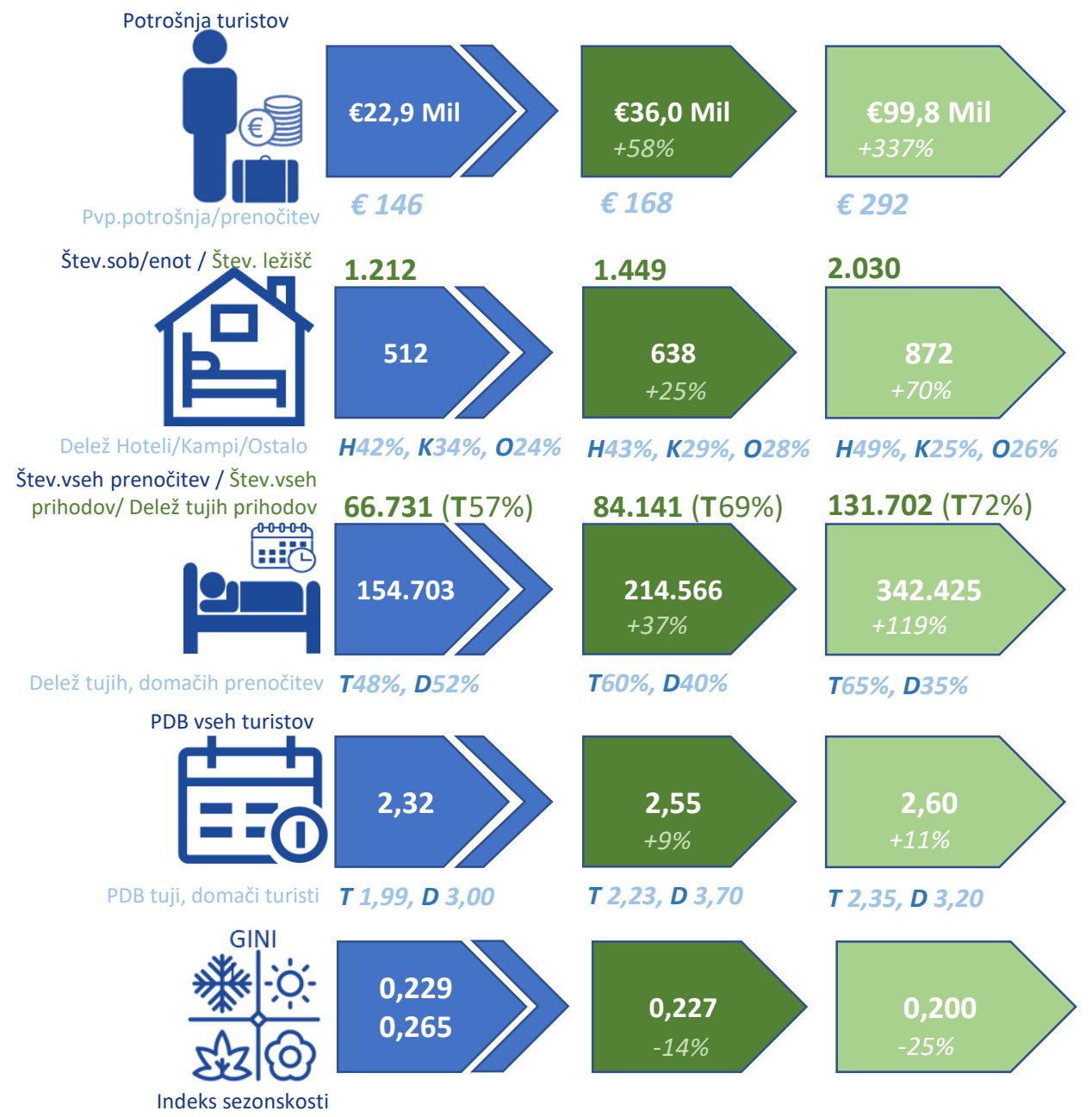
SC5

1. **Opolnomočenje Zavoda za turizem Ptuj kot DMO**
2. **Vzpostavitev modela in načrta aktivnega upravljanja in infrastrukturnega, gospodarskega in socialnega razvoja zgodovinskega jedra mesta Ptuj**
3. **Določitev aktivne vloge in odgovornosti ter virov sredstev Pokrajinskega Muzeja Ptuj – Ormož v sodelovanju z Zgodovinskim arhivom Ptuj**
4. **Jasna razmejitev odgovornosti in virov financiranja za izvedbeno organizacijo prireditev**

CILJE v nadaljevanju pretvarjamo v POLITIKE (6):

- 1.infrastruktura & produkti, 2.ambient, 3.podjetniško okolje, lokalna odličnost, 4.zelena in digitalna transformacija, 5.trženje, 6.institucionalni okvir in upravljanje

IZHODIŠČNO STANJE IN RAST KLJUČNIH KAZALNIKOV RAZVOJA DESTINACIJE PTUJ



IZHODIŠČNO STANJE IN CILJNA RAST POSAMEZNIH KAZALNIKOV RAZVOJA ŠIRŠEGA OBMOČJA (UE Ptuj)

Širša destinacija območja UE Ptuj (16 občin) - ožje izbrani kazalniki razvoja (splošni in turistični) do 2028 in 2050	Stanje 2019, 2022	Razvojna ocena (ciljna predpostavka)			
		Ciljno 2028	Ciljno 2050	I '28/'19-'22	I '50/'19-'22
Število prebivalcev UE Ptuj (16 občin)	69.454	70.650	78.654	101,7	113,2
Skupni prirast prebivalstva na leto (Naravni+selitveni) / 1000 prebivalcev	2,5	2,9	4,9	114,0	195,6
Površina območja UE Ptuj (16 občin)	647,0 km ²	647,0 km ²	647,0 km ²	100,0	100,0
Število vseh zaposlenih oseb (po delovnem mestu)	21.197	22.257	26.708	105,0	126,0
Število vseh zaposlenih v turizmu in gostinstvu (metodologija OECD)	1.020	1.232	1.606	120,8	157,5
Povprečna mesečna neto plača na zaposleno osebo (EUR) (Slovenija: 1.296,20)	1.045,73	1.330,46	2.390,85	127,2	228,6
Povprečna mesečna neto plača v Gostinstvu (I) (EUR) (Slovenija: 965,77)	905,92	1.179,74	2.260,51	130,2	249,5
Število vseh turističnih ležišč (2019)	1.682	2.032	2.985	120,8	177,5
Število vseh turističnih ležišč (2022)	1.637				
Število prenočitev vseh turistov (2019)	184.681,00	256.639	378.187	139,0	204,8
Število prenočitev vseh turistov (2022)	182.335,55				
Povprečna doba bivanja (PDB) vseh turistov - dni (2019)	2,22	2,46	2,56	110,8	115,2
Povprečna doba bivanja (PDB) vseh turistov - dni (2022)	2,15				
Stopnja zasedenosti vseh razpoložljivih ležišč (2019)	34,5%	39,9%	38,9%	+5,4% točk	+4,4% točk
Stopnja zasedenosti vseh razpoložljivih ležišč (2022)	35,2%				

IZHODIŠČNO STANJE IN CILJNA RAST KAZALNIKOV TRAJNOSTNEGA RAZVOJA PTUJ - (UE Ptuj)

KAZALNIKI TRAJNOSTNEGA RAZVOJA TURIZMA NA OBMOČJU DESTINACIJE PTUJ (MO Ptuj)	Destinacija Ptuj 2019	Destinacija Ptuj 2028	Destinacija Ptuj 2050
Število razpoložljivih ležišč vseh vrst / 100 prebivalcev v destinaciji (pvp EU '19 = 7, Slo.'19 = 8,2)	5,1	5,9	7,2
Število razpoložljivih ležišč vseh vrst / km2 površine* destinacije (pvp EU '19 = 7, Slo.'19 = 8,2)	3,7	4,5	6,3
Gostota turistične dejavnosti v destinaciji (štev.vseh prenočitev/dan/km2*, pvp.EU'19=2,2, SLO'19 = 2,1)	1,3	1,8	2,9
Intenzivnost turistične dejavnosti v destinaciji (štev.vseh prenočitev/100 prebival./dan, pvp EU'19=2,7, SLO '19 = 2,1)	1,8	2,4	3,3

KAZALNIKI TRAJNOSTNEGA RAZVOJA TURIZMA - OBMOČJE UE PTUJ (16 občin vklj. z MO Ptuj)	UE Ptuj 2019	UE Ptuj 2028	UE Ptuj 2050
Število razpoložljivih ležišč vseh vrst / 100 prebivalcev v destinaciji (pvp EU '19 = 7, Slo.'19 = 8,2)	2,4	2,9	3,8
Število razpoložljivih ležišč vseh vrst / km2 površine* destinacije (pvp EU '19 = 7, Slo.'19 = 8,2)	2,6	3,1	4,6
Gostota turistične dejavnosti v destinaciji (štev.vseh prenočitev/dan/km2*, pvp.EU'19=2,2, SLO'19 = 2,1)	0,8	1,1	1,6
Intenzivnost turistične dejavnosti v destinaciji (štev.vseh prenočitev/100 prebival./dan, pvp EU'19=2,7, SLO '19 = 2,1)	0,7	1,0	1,3

* Pri kazalnikih gostote razvoja turizma uporabljamo, zaradi večje objektivnosti in kot konzervativno, vplivno površino destinacije v obsegu 50% površine celotnega območja UE Ptuj t.j. 323,5 km2.

KROVNI RAZVOJNI MODEL TURIZMA NA PTUJU 2028

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

← 9 skupin/nosilcev ukrepov

← 4 skupine virov financiranja ← 2 vrsti virov financiranja

1.
RAZVOJ SKUPNE
PONUDBE,
ATRAKCIJ IN
INFRASTRUKTURE



9 ukrepov

2.
AMBIENT &
PROSTOR ZA
BUTIČNO
DESTINACIJO



8 ukrepov

3.
LOKALNA
ODLIČNOST &
PODJETNIŠKA
PONUDBA &
VERIGE
VREDNOSTI



9 ukrepov

4.
ZELENO &
DIGITALNO
(TRAJNOSTNO
DELOVANJE, KROŽNE
REŠITVE, TRAJNOSTNA
MOBILNOST,
DIGITALIZACIJA)



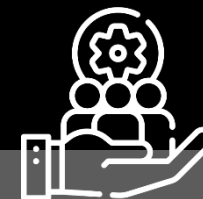
8 ukrepov

5.
TRŽENJE in
RAZVOJ
PRODAJNIH
PRODUKTOV



9 ukrepov

6.
UČINKOVITO
UPRAVLJANJE
in
POVEZOVANJE
DESTINACIJE



14 ukrepov

9 skupin/nosilcev ukrepov

MO Ptuj

ZTP

PMPO

JSP

MO Ptuj/ZTP

MO Ptuj/PMPO

ZRS Bistra

Podjetniki/ZTP, OOPZ

Finančni investitorji

4 skupine virov financiranja

Ministrstva RS/EU viri

MO Ptuj

Zasebni/Lastniški viri

Bančni viri

2 vrsti virov

Javni viri

Zasebni viri

5 KLJUČNIH RAZVOJNIH POUČENKOV NOVE STRATEGIJE ► 5 PREBOJEV

1

Temeljna značilnost je **ODLOČNA NALOŽBENA POLITIKA** v infrastrukturne projekte in kakovost ponudbe.

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

2

Ključni fokus in razvojna prioriteta je **ZGODOVINSKO MESTNO JEDRO PTUJ z GRAJSKIM KOMPLEKSOM.**

Zgodovinsko mestno jedro Ptuj na trajnostni način, z valorizacijo zgodovinskega obstoječega stavbnega fonda, oblikujemo kot najprivlačnejše butično mesto za kakovostno bivanje, podjetniško dejavnost, številne javne in zasebne storitve, trgovino, živahno kulturno umetniško dogajanje in turistično dejavnost, ki na kakovostni ravni sobiva z interesi domačega prebivalstva..

3

Mesto Ptuj **POVEZUJEMO** s trajnostno infrastrukturo s **PODEŽELJEM.**

Na ta način omogočamo domačemu prebivalstvu in turistom aktivno doživljanje stika med kulturno ponudbo in umirjenim zelenim podeželjem.

4

Prodorno pozicioniramo Ptuj kot **NAJSTAREJŠE MESTO** v Sloveniji, tesno vpeto v zeleno podeželje in regijo Štajersko.

Ptuj v praksi izkoristi svojo pozicijo kot enega od dveh osrednjih mestnih središč in turističnih centrov Štajerske – ki je odlično dostopno in povezano; zato razvije koncept 'gateway' mesta do širšega okolja in vseh časov. Bivanje na Ptuj, uživanje v termalnem oddihu, raziskovanju kulture in enogastronomije, zgodovine vseh časov, obiskovanju prireditev in festivalov – in seveda raziskovanju zelenega podeželja in regije.

5

Učinkoviteje UPRAVLJAMO vse ravni in področja, ki so povezana s turizmom.

Opolnomočenje Zavoda za turizem Ptuj z nadgradnjo in strukturiranjem modela upravljanja, prioritet delovanja, dvigom kompetenc ter uvedba učinkovitih modelov upravljanja ključnih funkcij mesta za prodornejši razvoj, kritično povezanih z razvojem turizma, ključnih privlačnosti mesta in kakovostjo bivanja domačega prebivalstva.

Horizontalni poudarek

Razvoj in kakovost turizma = **KAKOVOST ŽIVLJENJA DOMAČEGA PREBIVALSTVA**



**KLJUČNE STRATEŠKE
TRŽENJSKE OPREDELITVE**

**TRŽENJSKO
POZICIONIRANJE
DESTINACIJE PTUJ
NAVZVEN**

ELEMENTI POZICIONIRANJA in CILJNA TRŽNA POZICIJA

Ptuja kot turistične destinacije

Tisočletja zgodovine in pojem Ptuja kot najstarejšega mesta v Sloveniji

Ptujski grad (z grajskim gričem)

Staro mestno jedro

Vinska kultura in podoba mesta in njegove okolice

Antična dediščina

rimskega mesta Poetovio in največja arheološka zbirka antičnih eksponatov v Sloveniji

Legenda o vitezu Parzivalu v povezavi s Ptujem in okolico

Značilna srednjeveška **veduta mesta** nad reko Dravo

Kurent

(etnografski lik in kurentovanje)

Mitreji

Svetišča boga Mitra

Najstarejši **vinski letniki (Ptujška klet)**

Vinograd sredi zgodovinskega mesta

KLJUČNE IKONE, SIMBOLI, ZGODOVINA

Ptuj je zelena butična kulturno-termalna destinacija, romantično zgodovinsko mesto sredi idiličnega podeželja, za privlačna raziskovanja tisočletij zgodovine, enogastronomije. Bolj sproščena, uživaška, ali bolj aktivna. A vedno pristna in zapomnljiva.

Ptuj, najstarejše Mesto v Sloveniji – kjer se vse začne.

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

KLJUČNI GRADNIKI PONUDBE

Ptujski grad z grajskim gričem

Terme Ptuj
(edine terme v Sloveniji neposredno ob zgodovinskem mestu)

Zbirke Pokrajinskega muzeja Ptuj-Ormož

Mestni (cerkveni) stolp z uro (najdaljše nihalo) in Povodnovim muzejem

Dominikanski samostan z zgodovinskimi freskami in križnim hodnikom

Minoritski samostan z atrijskim dvoriščem, freskami v refektoriju in najstarejšo knjižnico

Dominikanski samostan (freske, podoba, prireditve)

Svetišča boga Mitre - Mitreji

Ptujska klet in druge kleti ter vinoteke v mestu

Uveljavljeni festivali
(umetnost, kulinarika, vino, kurentovanje)

Eno-gastronomski izleti v vinorodne pokrajine v podeželskem zaledju

Ptujsko jezero na Dravi, največje jezero v Sloveniji – navtična dejavnost ter šport in rekreacija na vodi

Dravska kolesarska pot

Mestni vrh – in Pot na Mestni vrh

Dobrote slovenskih kmetij, največja nacionalna razstava »dobrote slovenskih kmetij« za promocijo in razvoj pristne kulinarčne ponudbe

Destinacijska doživetja vrhunske kulture, vina in zgodovinskih legend

Pri trženju močno izpostavljena pozicija najstarejšega mesta Slovenije

1

Zgodovinsko mesto Ptuj

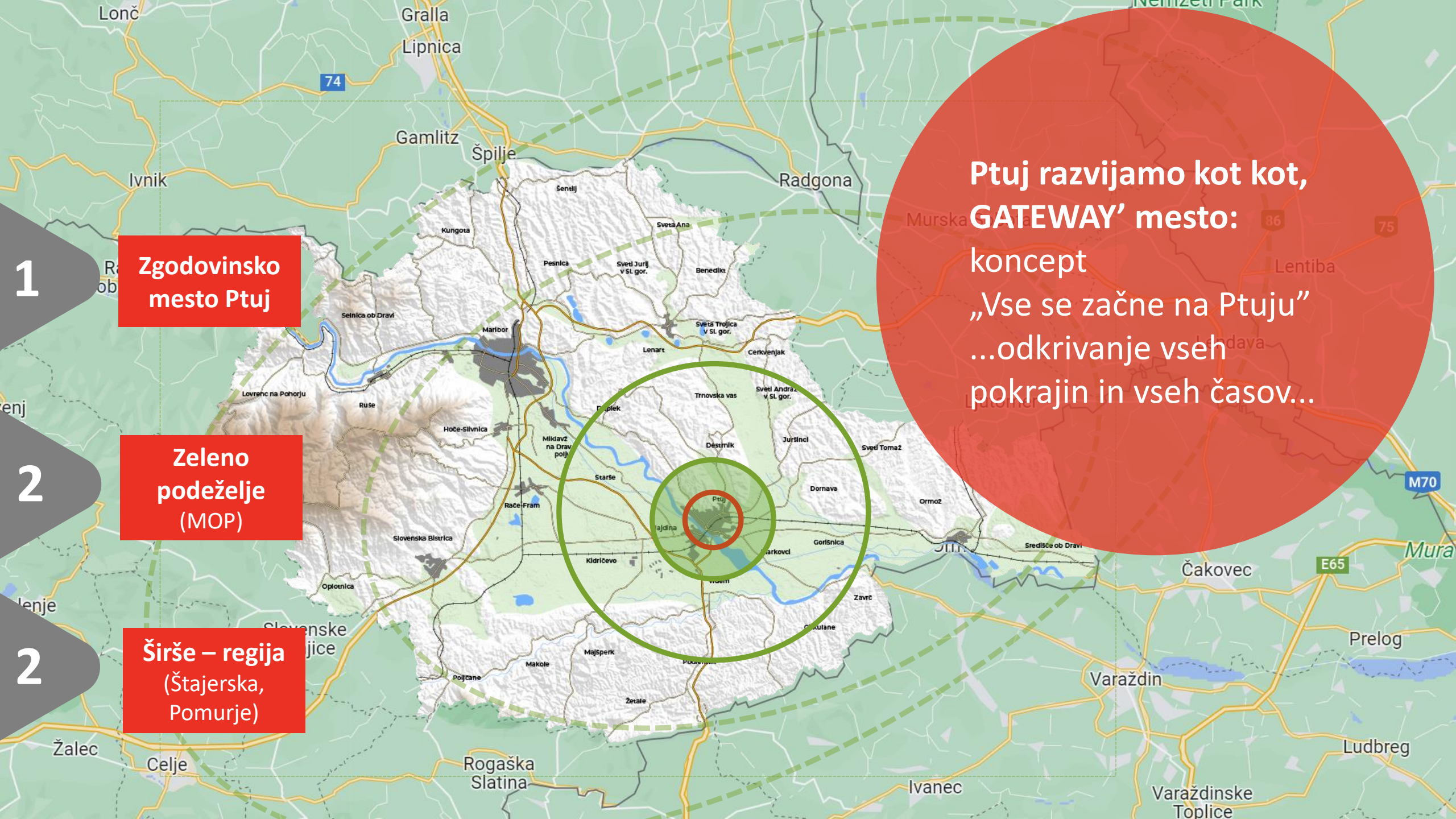
2

Zeleno podeželje (MOP)

2

Širše – regija (Štajerska, Pomurje)

Ptuj razvijamo kot kot, **GATEWAY** mesto: koncept „Vse se začne na Ptujju“ ...odkrivanje vseh pokrajin in vseh časov...



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

A vedno pristna in zapomnljiva.

Ptuj, najstarejše mesto v Sloveniji.

Kjer se vse začne.

PTUJ = zgodovinsko mesto

(kulturalna in zgodovinska dediščina, umetnost, festivali, utrip mesta, trgovinice, vino in kulinarika)

Širša destinacija - regija

Ožja destinacija - MOP (zeleno podeželje)

Koncept „Vse se začne na Ptuj“

Pri trženju močno izpostavljena pozicija najstarejšega mesta v Sloveniji

Definirati/oblikovati:

- Konkretno prodajne produkte (nekajurne, večdnevni programi doživetij,...)

PRODUKTNA MATRIKA PTUJA KOT TURISTIČNE DESTINACIJE

MOTIVI PRIHODA

2 PRIMARNA
MOTIVA PRIHODA

POSEBNI
INTERESI

**RAZISKOVANJE
PTUJA in OKOLICE**
(sproščeno,
zgodovinsko-kulturno,
enogastronomsko, aktivno)

**POSLOVNA SREČANJA
(MICE)**
(konference,
poslovna srečanja, incentive,
team-building)

**ZDRAVJE &
DOBRO POČUTJE**
(termalni oddih, zdravje, wellness,
selfness, retreat, lepota, aqua fun in
družinske termalne počitnice)

**ŠPORTNIKI NA
PRIPRAVAH,
ŠPORTNE PRIREDITVE**

UMETNOST in KULTURA
(zgodovinsko mesto, antična dediščina in srednjeveško obdobje, lik kurenta,
svetovno znane legende + PRIREDITVE IN FESTIVALI)

ZDRAVJE & DOBRO POČUTJE

VINO & KULINARIKA

PRIREDITVE in FESTIVALI

AKTIVNOSTI V NARAVI - OUTDOOR
(pohodništvo, kolesarjenje, golf)

5 NOSILNIH PRODUKTOV

(ki so vpeti v vse
produkte in
motive prihoda)

**Pretvarjamo
v PRODAJNE
PRODUKTE
in DOŽIVETJA**
vrhunske kulture,
vina in kulinarike,
zgodovinskih
legend,
po meri posameznih
ciljnih skupin

CILJNE SEGMENTNE SKUPINE PTUJA KOT TURISTIČNE DESTINACIJE

„ACTIVE“
segment

3

ZELENI RAZISKOVALCI

(AKTIVNO
RAZISKOVANJE
KULTURE in NARAVE
Ptuja, okolice in regije)

PRIMARNI MOTIV PRIHODA
je **aktiven oddih**,
ki vključuje raziskovanje narave,
kulture, uživanje v vinu in kulinariki,
podprto tudi z
aktivnostmi v naravi.

*Pari, družine in skupine na počitnicah
in potovanju.
Stacionarni in dnevni obisk; tudi
tranzitni obiskovalci.*

„WELL-BEING“
segment

2

ISKALCI ZDRAVJA in DOBREGA POČUTJA

PRIMARNI MOTIV PRIHODA
je **bolj sproščen termalni oddih**,
programi dobrega počutja,
zdravja in lepote.

Pari in družine na termalnem oddihu.

„LIFESTYLE“
segment

1

DRUŽABNIKI - GURMANI

(UŽIVANJE in
DRUŽENJE
ob VINU in KULINARIKI
ter
NA SPROŠČENIH
AKTIVNOSTIH)

PRIMARNI MOTIV PRIHODA
Je **uživanje in druženje ob vinu in
hrani**
ter sproščenih aktivnostih
(spoznavanje kulture, sprehodi,
kolesarjenje, golf).

Pari na uživanju in druženju.

„SPECIAL
INTEREST“

4

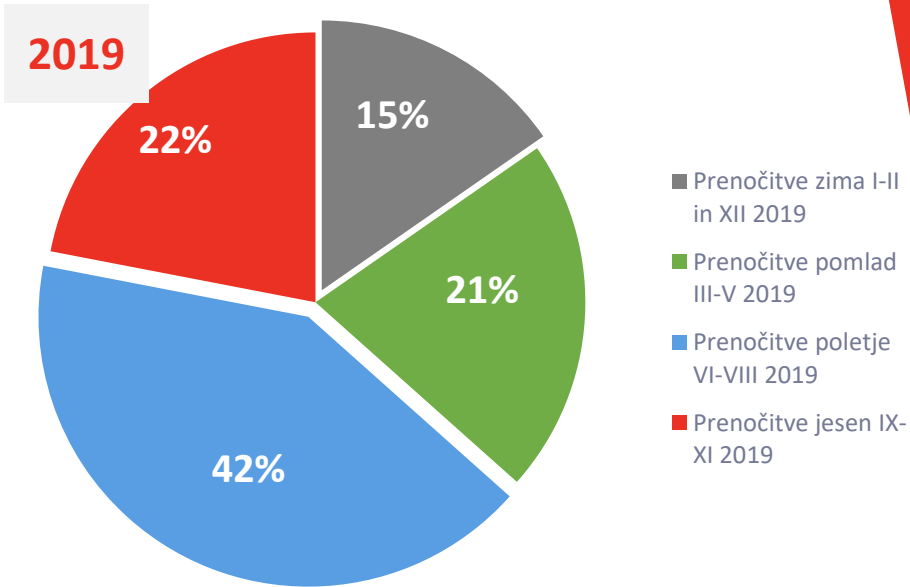
POSEBNI INTERESI

4A: MICE
4B: ŠPORTNI
TURIZEM

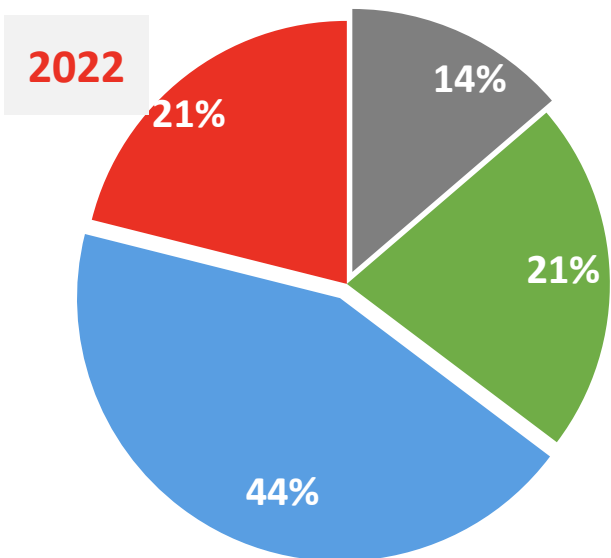
PRIMARNI MOTIV PRIHODA
je **vezan**
na posebni interes.

*A. Individualni poslovni obiskovalci,
poslovne skupine.
B. Športniki na pripravah in udeleženci
športnih tekmovalnih prireditev
(športniki, spremljevalno osebje in
gledalci)*

MED CILJI TUDI BOLJ TRAJNOSTNA PORAZDELITEV POVPRASHEVANJA PO SEZONAH

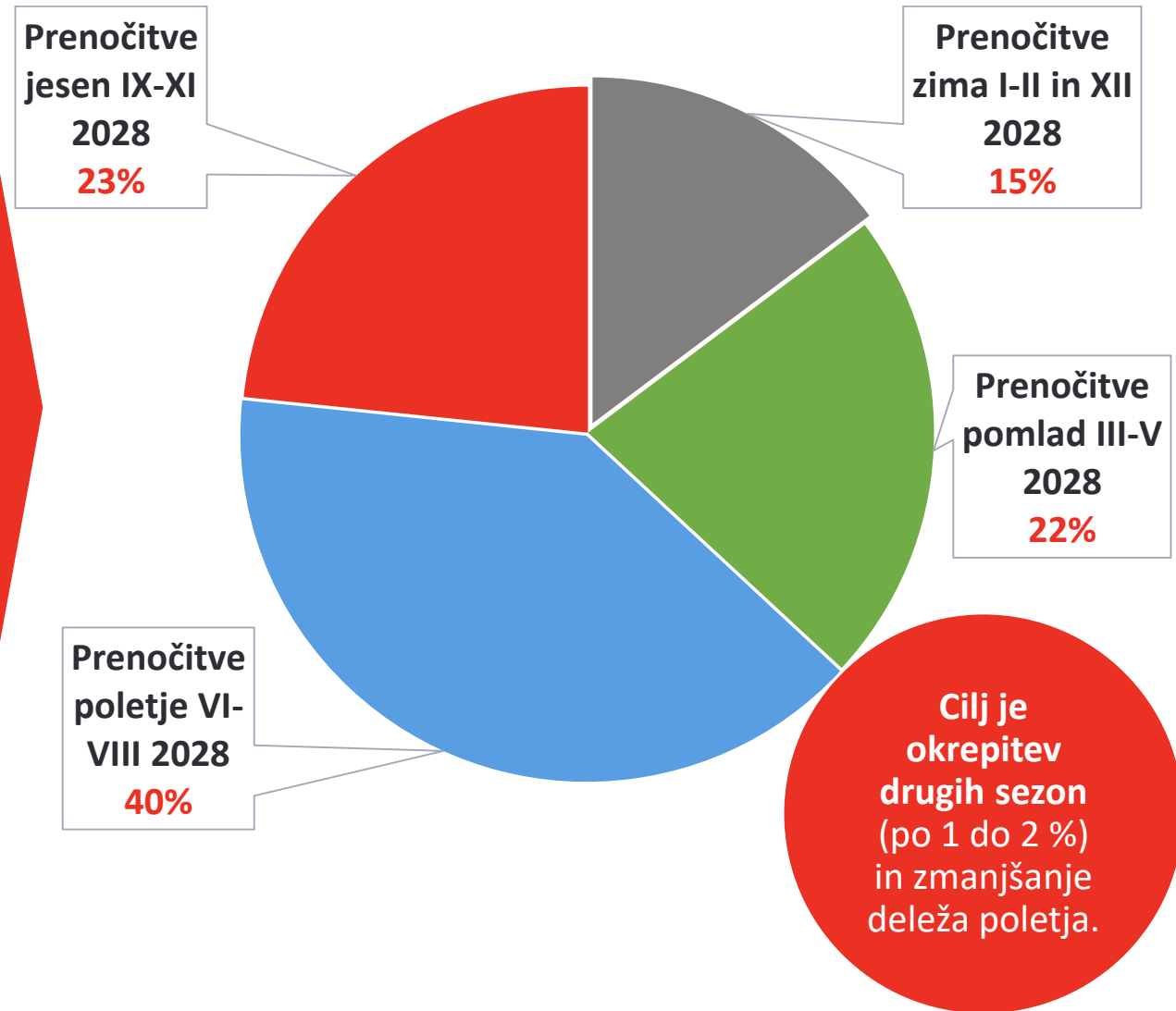


Obstoječi deleži vseh prenočitev po sezonah



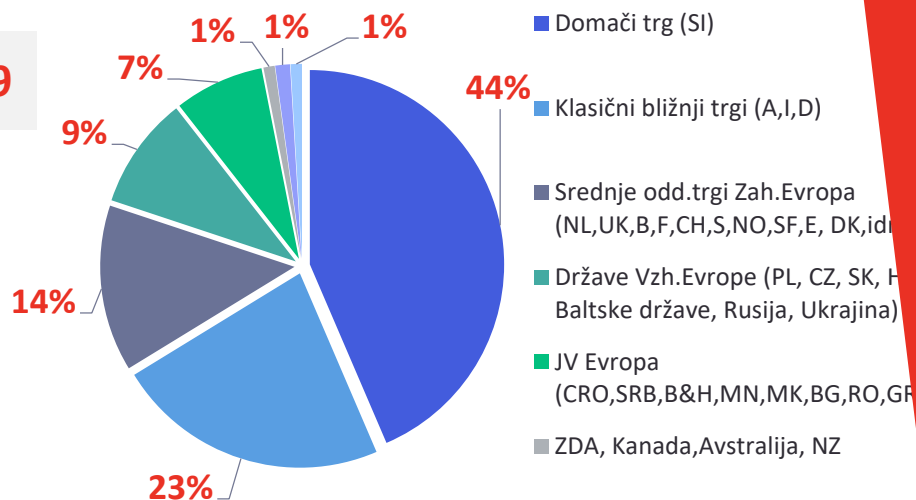
Delež vseh prenočitev po sezonah

► **ciljno leto 2028**



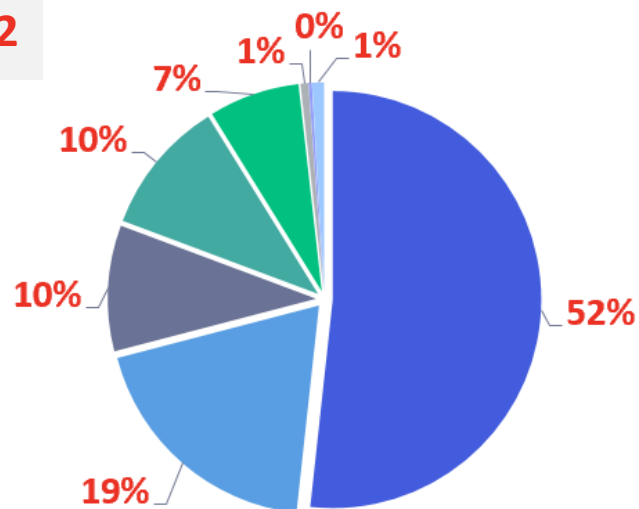
CILJNI TRGI PTUJA KOT TURISTIČNE DESTINACIJE

2019

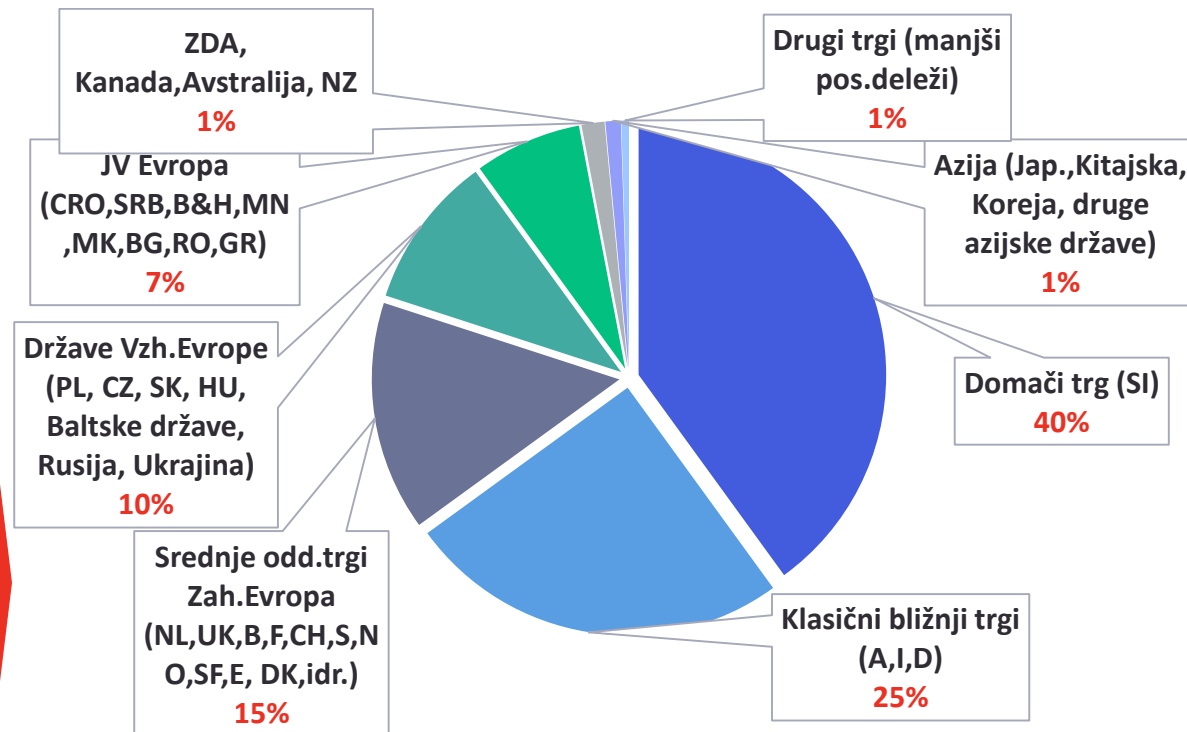


Obstoječi deleži vseh regionalnih trgov v nočitvah

2022



Deleži vseh regionalnih trgov v nočitvah ► ciljno leto 2028



STRATEGIJA TRGOV:

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



POLITIKE & UKREPI:

**Pregled ključnih
projektov/programov po
politikah**

KROVNI RAZVOJNI MODEL TURIZMA NA PTUJU 2028

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

← 9 skupin/nosilcev ukrepov

← 4 skupine virov financiranja ← 2 vrsti virov financiranja

1.
RAZVOJ SKUPNE
PONUDBE,
ATRAKCIJ IN
INFRASTRUKTURE



9 ukrepov

2.
AMBIENT &
PROSTOR ZA
BUTIČNO
DESTINACIJO



8 ukrepov

3.
LOKALNA
ODLIČNOST &
PODJETNIŠKA
PONUDBA &
VERIGE
VREDNOSTI



9 ukrepov

4.
ZELENO &
DIGITALNO
(TRAJNOSTNO
DELOVANJE, KROŽNE
REŠITVE, TRAJNOSTNA
MOBILNOST,
DIGITALIZACIJA)



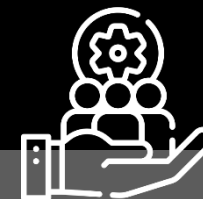
8 ukrepov

5.
TRŽENJE in
RAZVOJ
PRODAJNIH
PRODUKTOV



9 ukrepov

6.
UČINKOVITO
UPRAVLJANJE
in
POVEZOVANJE
DESTINACIJE



14 ukrepov

9 skupin/nosilcev ukrepov

MO Ptuj

ZTP

PMPO

JSP

MO Ptuj/ZTP

MO Ptuj/PMPO

ZRS Bistra

Podjetniki/ZTP, OOPZ

Finančni investitorji

4 skupine virov financiranja

Ministrstva RS/EU viri

MO Ptuj

Zasebni/Lastniški viri

Bančni viri

2 vrsti virov

Javni viri

Zasebni viri

1.

RAZVOJ SKUPNE
PONUDBE, ATRAKCIJ
IN INFRASTRUKTURE



2.

AMBIENT &
PROSTOR ZA
BUTIČNO
DESTINACIJE



3.

LOKALNA ODLIČNOST,
PODJETNIŠKA
PONUDBA & VERIGE
VREDNOSTI



4.

ZELENO & DIGITALNO
(TRAJNOSTNO
DELOVANJE)



5.

TRŽENJE IN RAZVOJ
PRODAJNIH
PRODUKTOV



6.

UČINKOVITO
UPRAVLJANJE IN
POVEZOVANJE
DESTINACIJE



Prvi razvojni cilj – POLITIKA 1:

RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJ IN INFRASTRUKTURE

STRATEGIJA:

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

→ 9 UKREPOV/PROJEKTOV

POLITIKA 1: RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJ IN INFRASTRUKTURE

9 ukrepov

UKREP 1.9

Kolesarske poti v mestu in neposrednem zaledju in navezava na kolesarske poti do krajev v okolici

UKREP 1.8

Stara steklarska - Prostor kulturne ustvarjalnosti s programi interakcije med domačimi ustvarjalci in turisti

UKREP 1.7

Parkirna mesta in mirujoči promet v mestu

UKREP 1.6

Celostni projekt in program „Zgodovinsko mesto Ptuj“

UKREP 1.1

Arheološko razstavišče in mednarodno izobraževalno in strokovno raziskovalno središče s celovito ureditvijo objektov na grajskem griču

UKREP 1.2

Mestni stolp z uro in razgledno točko – butični muzej in razgledna točka

UKREP 1.3

Urejanje grajskega griča in oddaja JV stolpa za ureditev gostinskega lokala

UKREP 1.4

Mestni, štajerski, slovenski in mednarodni (AO) Muzej vinske kulture in središče parka vinske kulture

UKREP 1.5

Zgodbe Ptujskih hiš, Ptuj (kot celotno mesto) - Mesto muzej in mesto zgodb vseh časov



Primer: KLJUČNI STRATEŠKI PROJEKT (osnutek):

Razvoj in upravljanje zgodovinskega jedra mesta Ptuj kot vrhunske atrakcije in kakovostnega življenjskega prostora

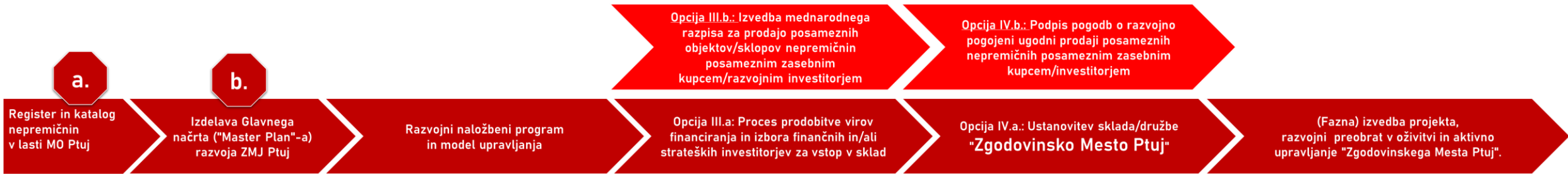


Zgodovinsko Mesto Ptuj / Historic City of Ptuj





Zgodovinsko Mesto Ptuj / Historic City of Ptuj



<p>Register in katalog nepremičnin v ZMJ (v lasti MO Ptuj)</p> <p>Analiza površin, stanja in obstoječih programskih vsebin po posameznih stavbah in karejih na območju ZMJ v lasti MOP</p> <p>Register/katalog se izvede po kategorijah objektov, pomenu in obstoječi ali/in predvideni stopnji kulturno varstvene zaščite, ohranjenosti objektov, zasedenosti z dejavnostjo, lokacijah/mestnih karejih, deležu lastništva, ipd.</p> <p>Vzporedna analiza lastništva, stanja in programskih vsebin drugih nepremičnin v zasebni in/ali državni lasti v zgodovinskem mestnem jedru</p> <p>Celovit register in katalog nepremičnin v ZMJ iz vseh navedenih vidikov.</p> <p>Seznam in opis nepremičnin v ZMJ Ptuja v lasti MO Ptuj, ki se namenijo za naložbo v programu "Zgodovinsko Mesto Ptuj".</p>	<p>Izdelava Glavnega načrta ("Master Plan")-a</p> <p>Opredelitev ciljne vsebinsko-programске, ekonomske, urbanistično-arhitektonske, varstvene in ambientalne ureditve zgodovinskega mestnega jedra... z naslednjimi osnovnimi elementi:</p> <p>Sociološke, zgodovinske, kulturološke, urbane, regijske in trženjske osnove za razvoj.</p> <p>Ciljne funkcije in življenje zgodovinskega mesta.</p> <p>Opredelitev usklajenih osnov kulturno varstvenih pogojev in usmerite prenove ZMJ Ptuja (Odluk na občinski ravni in uskladitev z zakonodajo na državni ravni).</p> <p>Načrtovanje programov, vsebin in funkcij po posameznih delih/karejih mesta in objektih.</p> <p>Posebna vloga kulturno-zgodovinske dediščine in kulturne ter umetniške ustvarjalnosti v ustvarjanju dodane vrednosti in kvaliteti življenja ZJM</p> <p>Vloga in funkcije Pokrajinskega Muzeja Ptuj Ormož in drugih javnih zavodov na območju ZMJ Ptuj v pozicioniranju, upravljanju in generiranju dodane vrednosti ZJM.</p> <p>Infrastrukturni posegi, prometne rešitve in javne naložbe v ureditev ključnih atrakcij in funkcij mesta za podporo ciljnemu razvoju zgodovinskega mestnega jedra, po prioritetah in fazah.</p> <p>Ciljna urbanistično arhitektonska zasnova in ambientni zgodovinskega mesta (idejna zasnova, lociranje)</p> <p>Okvirna finančna ocena potrebnih razvojnih naložb, prihodkov, drugih in posrednih koristi in stroškov v fazi upravljanja za ureditev a) nepremičnin in b) javnih in infrastrukturnih funkcij.</p> <p>Opције postopnega in upravljaljskega modela za uresničitev glavnega načrta.</p> <p>Viri financiranja razvoja in upravljanja načrta v posameznih opcijah in fazah modela, z osnovno preverbo interesa in pogojev za pridobitev virov financiranja.</p> <p>Izbrani ali kombinirani model upravljanja načrta in vloga MO Ptuj in drugih javnih in zasebnih deležnikov.</p> <p>Terminski načrt z nosilci in glavnimi partnerji za uresničitev glavnega načrta ("Master plan")-a.</p>	<p>Razvojni naložbeni program in model upravljanja</p> <p>Izdelava predinvesticijskega načrta oz. Feasibility študije s poslovnim načrtom za realizacijo projekta oz. programa pro-aktivnega razvoja zgodovinskega jedra (=ZMJ) Ptuja v skladu z Glavnim načrtom ("Master Plan"-om) z minimalno naslednjimi elementi:</p> <p>Celoviti cilji programa in opis potencialnih naložb oz. podprojektov v okviru nepremičnin v lasti MO Ptuj.</p> <p>Podrobnejša ocena višine naložb po posameznem podprojektu in skupaj na osnovi idejnih načrtov iz "Master Plan"-a in predvidenih varstvenih pogojev, po fazah in v celoti.</p> <p>Potencialni/realni viri financiranja naložb: Javni (MOP, država, EU viri, razvojne banke, stanovanjski sklad RS, idr.) in zasebni (finančni in spec.nepremičninski naložbeni skladi, drugi finančni in strateški investitorji, zasebni lastniki nepremičnin v ZMJ, komercialne banke, idr.)</p> <p>Pravni model (opcijske rešitve) vzpostavitve sklada oz. namenske družbe ali drugega pravno finančnega modela za pro-aktiven pristop k razvoju in upravljanju nepremičnin v zgodovinskem mestnem jedru Ptuja.</p> <p>Stroški upravljanja naložb v fazi investiranja in v fazi uporabe. Prihodki iz naslova upravljanja (prodaja, najemnine v različnih oblikah, trženje storitev, idr.)</p> <p>Rezultati poslovanja in denarni tokovi.</p> <p>Kazalniki investiranja in poslovanja (za investitorje in MO Ptuj)</p> <p>Opcijski predlog pravno finančnega in upravljaljskega modela vzpostavitve pro-aktivnega razvoja in upravljanja nepremičnin v ZMJ Ptuja.</p> <p>Predlog ponudbe za finančne in/ali strateške investitorje, zasebne investitorje in spodbud za zasebne lastnike nepremičnin v okviru ZMJ Ptuja.</p> <p>Prijave programa/naložbe(a) na namenske vire EU in države</p> <p>Terminski načrt izvedbe programa po fazah, z nosilci in partnerji.</p>	<p>Proces pridobitve virov financiranja in izbora finančnih in/ali strateških investitorjev in odločitev o končnem modelu financiranja naložb</p> <p>Predstavitve, uskladitve pravno-finančnega modela, izvedba pozivnega ali javnega razpisa, pogajanja s finančnimi in strateškimi investitorji in kandidature projekta oz posameznih podprojektov na namenske vire države in EU:</p> <p>Predstavitve in razgovori s predstavniki realnih potencialnih virov financiranja in eventualne zadnje prilagoditve pravno finančnega modela za izvedbo programa.</p> <p>Priprava in izvedba javnega poziva/javnega razpisa in pogajanja z zainteresiranimi finančnimi in/ali strateškimi investitorji za vlaganje v razvoj in upravljanje nepremičnin v okviru načrtovanega nepremičninskega sklada/družbe.</p> <p>Priprava in prijava programa oz. posameznih (pod)projektov na namenske vire financiranja EU in RS.</p> <p>Vzporedno načrtovanje in pridobivanje sredstev za javne naložbe v infrastrukturno-komunalno ureditev in javne površine in kulturne in turistične atrakcije na območju ZMJ Ptuj.</p> <p>Podpis pisma o nameri ali pogojnih predpogodb ("Term Sheet") z izbranimi finančnimi partnerji za financiranje oz. ustanovitev sklada/družbe za razvoj in upravljanje nepremičnin v ZMJ Ptuj-a.</p> <p>Opcijski model III.b:</p> <p>Po enakih principih in na osnovi Glavnega načrta in Razvojnega naložbenega programa, se, v primeru nezainteresiranosti oz. neuspeha pri tržnem preverjanju interesa za vlaganje s strani finančnih in/ali strateških investitorjev v nepremičninski sklad oz. družbo, pristopi k oblikovanju posebne službe pri MO Ptuj, ki vodi izvedbo mednarodnega razpisa za pogojno spodbujeno prodajo posameznih nepremičninskih sklopov (objektov ali skupine objektov) razvojnim investitorjem. Prodaja se v tem primeru vrši, po posebnem programu s strani MO Ptuj, po spodbujevalni ceni (na primer) 20% ocenjene vrednosti posamezne nepremičnine, pod razvojnim pogojem, da kupec oz. razvojni investitor v določenem času vloži pričakovana sredstva v kupljeni objekt in vzpostavi aktivne ciljne funkcije objekta. Ta obveza Kupca/Investitorja je zavarovana z bančno garancijo, do višine 300% ocenjene vrednosti nepremičnine (v času prodaje), ki se unovči v primeru nerealizacije dogovorjene zaveze investitorja.</p>	<p>Ustanovitev nepremičninskega sklada/družbe "Zgodovinsko Mesto Ptuj" ali Opcijsko: izbor kupcev/razvojnih investitorjev na mednarodnem razpisu za posamezne sklope/objekte</p> <p>Ustanovitveni in družbeniški akti sklada/družbe, postopki ustanovitve, imenovanje uprave, vložek sredstev nepremičnin s strani MO Ptuj in finančnih sredstev investitorjev:</p> <p>Podpis pogodbe o ustanovitvi nepremičninskega sklada/družbe med MO Ptuj in izbranimi finančnimi/strateškimi investitorji.</p> <p>Podpis pogodbe o ureditvi razmerij med družbeniki pri upravljanju in postavljanju sklada/družbe.</p> <p>Imenovanje uprave sklada/družbe.</p> <p>Izvedba vložka sredstev nepremičnin na območju ZMJ Ptuj v lasti MO Ptuj in finančnih sredstev s strani finančnih/strateških investitorjev v kapital družbe .</p> <p>Priprava in potrditev vseh drugih internih aktov sklada/družbe.</p> <p>Pričetek poslovanja sklada/družbe in vlaganji v razvojni program.</p> <p>Opcijski model IV.b:</p> <p>Vzpostavitev posebne službe v okviru MO Ptuja izvedbo projekta in programa "Zgodovinsko Mesto Ptuj", ki pripravljiva in vodi: Podpis pogodb o prodaji posameznih objektov ali sklopov nepremičnin na mednarodnem razpisu izbranih kupcev/razvojnih investitorjev s pogojnimi spodbudami in zavezami s strani kupcev/investitorjev.</p>	<p>(Fazna) izvedba projekta, razvojni preobrat in aktivno upravljanje "Zgodovinskega Mesta Ptuj".</p> <p>Projektiranje, gradbena idr. dovoljenja, izgradnja (prenova), upravljanje sklada, upravljanje nepremičnin ter strateško in taktično trženje znamenje ("branding") programa in mesta:</p> <p>Izbir visoko kakovostnih projektantskih rešitev in projektantov v mednarodnih izbirnih postopkih (<i>procesiranje le-tega v odvisnosti od izbrane opcije poslovnega modela</i>)</p> <p>Intenzivno projektiranje vseh (pod)projektov predvidenih v Glavnem načrtu in Razvojni naložbenem programu.</p> <p>Pridobivanje vseh potrebnih soglasij in dovoljenj.</p> <p>(Fazna) Izgradnja posameznih (pod)projektov sklada/družbe in</p> <p>vzporedna izgradnja/obnova komunalno-infrastrukturnih objektov, kulturno-turističnih atrakcij, javnih površin in ambientov na območju ZMJ Ptuja.</p> <p>Celovita in usklajena; kakovostna socialna, kulturna, bivanjska, ekonomska in turistična preobrazba ZMJ Ptuja.</p> <p>Dodatni in dolgoročni prihodki MO Ptuj iz nastova deleža v skladu ali odprodaje nepremičnin, občinskih taks in deleža davkov.</p> <p>Dolgoročno usklajeno upravljanje nepremičnin in ZMJ Ptuja v okviru programa "Zgodovinsko Mesto Ptuj" bodisi v okviru nepremičninskega sklada/družbe oz. neposredno s strani posebne službe MO Ptuj, iz vidikov kakovosti bivanja, turističnega ambienta, ekonomske-poslovnega vidika in vidika varovanja in valorizacije kulturne dediščine</p>
--	---	--	--	--	---



1.

RAZVOJ SKUPNE
PONUDBE, ATRAKCIJE
IN INFRASTRUKTURA



2.

AMBIENT &
PROSTOR ZA
BUTIČNO
DESTINACIJO



3.

LOKALNA ODLIČNOST,
PODJETNIŠKA
PONUDBA & VERIGE
VREDNOSTI



4.

ZELENO & DIGITALNO
(TRAJNOSTNO
DELOVANJE)



5.

TRŽENJE IN RAZVOJ
PRODAJNIH
PRODUKTOV



6.

UČINKOVITO
UPRAVLJANJE IN
POVEZOVANJE
DESTINACIJE



Drugi razvojni cilj – POLITIKA 2:

AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO

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

→ 8 UKREPOV/PROJEKTOV

POLITIKA 2: AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO

8 ukrepov



1.

RAZVOJ SKUPNE
PONUDBE, ATRAKCIJE
IN INFRASTRUKTURA



2.

AMBIENT &
PROSTOR ZA
BUTIČNO
DESTINACIJE



3.

LOKALNA ODLIČNOST,
PODJETNIŠKA
PONUDBA & VERIGE
VREDNOSTI



4.

ZELENO & DIGITALNO
(TRAJNOSTNO
DELOVANJE)



5.

TRŽENJE IN RAZVOJ
PRODAJNIH
PRODUKTOV



6.

UČINKOVITO
UPRAVLJANJE IN
POVEZOVANJE
DESTINACIJE



Tretji razvojni cilj – POLITIKA 3:

LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI

STRATEGIJA:

Ptuj razvijamo kot **dinamično lokalno poslovno okolje za turizem** in kot platformo za ustvarjanje dodane vrednosti in trga za prodajo številnih izdelkov in storitev. Pri razvoju nastanitvenih kapacitet se le zmerno usmerjamo v povečanje obsega kapacitet, predvsem pa v **znatnejše povečanje kakovosti nastanitvev v tiste z višjo dodano vrednostjo in primarno v okviru prenov obstoječega stavbnega fonda.**

Ključno je **povečanje pestrosti in obsega gastronomske ponudbe in dodatne s turizmom povezane ponudbe** (predvsem ciljna podpora višji kakovosti in dodatni ponudbi kulinaričnih, rekreacijskih, zdravstvenih, kozmetičnih, specializiranih trgovskih, ter dodatnih storitev v turizmu v mestu..., ki so namenjeni tako domačemu prebivalstvu kot turistom).

Privabljamo podjetnike, spodbujamo naložbe, krepimo (zelene) in edinstvene lokalne verige vrednosti in projektov med turizmom in ostalimi panogami (skozi vzpostavljanje prodajno nabavnih verig med mestom Ptuj, turističnimi ponudniki in podeželjem v okolici mesta in širši regiji).

→ 9 UKREPOV

POLITIKA 3: LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA &

9 ukrepov

UKREP 3.9

Program „Ptujčanke in Ptujčani – ponosni in gostoljubni varuhi in ambasadorji tisočletij“

UKREP 3.8

Oblikovanje storitev, ponudb in programov višje dodane vrednosti za tranzitne goste in izletniške obiskovalce

UKREP 3.7

Turistična valorizacija, nadgradnja in povečanje dodane vrednosti prireditvene/festivalske dejavnosti

UKREP 3.6

Dvig kakovosti zdraviliško-wellness in rekreacijske ponudbe

6

5

UKREP 3.5

Dvig kakovosti in postopna širitev obsega nastanitvenih turističnih kapacitet

4

UKREP 3.4

Tržnica dobrot in izdelkov Ptuja in podeželja

3

UKREP 3.3

Vzpostavitev verige vrednosti med proizvajalci izdelkov, hrane in pijač v regiji, zgodbami in turističnimi ponudniki Ptuja

2

UKREP 3.2

Standardi „Kakovost Ptuja...“ in zaveza k odličnosti in gostoljubnosti za dvig dodane vrednosti

1

UKREP 3.1

Pospeševanje razvoja, kakovosti, obsega in dostopnosti kulinarične ponudbe



1.

RAZVOJ SKUPNE
PONUDBE, ATRAKCIJE
IN INFRASTRUKTURA



2.

AMBIENT &
PROSTOR ZA
BUTIČNO
DESTINACIJE



3.

LOKALNA ODLIČNOST,
PODJETNIŠKA
PONUDBA & VERIGE
VREDNOSTI



4.

**ZELENO & DIGITALNO
(TRAJNOSTNO
DELOVANJE)**



5.

TRŽENJE IN RAZVOJ
PRODAJNIH
PRODUKTOV



6.

UČINKOVITO
UPRAVLJANJE IN
POVEZOVANJE
DESTINACIJE



Četrty razvojni cilj – POLITIKA 4:
**ZELENO & DIGITALNO
(TRAJNOSTNO DELOVANJE)**

STRATEGIJA:

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

→ 8 UKREPOV

POLITIKA 4: ZELENO & DIGITALNO

(TRAJNOSTNO DELOVANJE, KROŽNE
REŠITVE, TRAJNOSTNA MOBILNOST,

UKREP 4.8
Izračun in tekoče spremljanje
ogljčnega odtisa ptujskega turizma
(digitalno podprta rešitev) in
pozicioniranje v ZSST

UKREP 4.7
Ureditev zelene-trajnostne
infrastrukture v destinaciji (Električni
polnilniki za e-vozila ob vseh parkirnih
mestih in garažah, hitrejši javni Wi-Fi –
informiranje tujih gostov, Koši za smeti
/s kreativno CGP destinacije/ za ločeno
zbiranje odpadkov, ipd.)

UKREP 4.6
Optimizacija in intenziviranje celostne digitalne
platforme trženja, pospeševanja prodaje in
rezervacijskega sistema ptujskega turizma

8 ukrepov

8

7

6

5

4

3

2

1



UKREP 4.1
Trajnostni standardi ptujskega turizma in napredek v
Zeleni shemi slovenskega turizma (Slovenia Green)

UKREP 4.2
Znižanje negativnih emisij
v okolje za višjo vrednost turizma in
kakovost življenja

UKREP 4.3
Pospeševanje uporabe in izposoje
"e-bike" in koles za odkrivanje in
doživetja Ptuja in okolice

UKREP 4.4
Digitalizacija spremljanja tržnih
trendov in uspešnosti ter kazalnikov
razvoja ptujskega turizma (interni
portal za podporo odločanju)

UKREP 4.5
Usposabljanje turističnih ponudnikov,
zaposlenih v turizmu in drugih deležnikov
za uporabo digitalnih orodij.

1.

RAZVOJ SKUPNE
PONUDBE, ATRAKCIJE
IN INFRASTRUKTURA



2.

AMBIENT &
PROSTOR ZA
BUTIČNO
DESTINACIJE



3.

LOKALNA ODLIČNOST,
PODJETNIŠKA
PONUDBA & VERIGE
VREDNOSTI



4.

ZELENO & DIGITALNO
(TRAJNOSTNO
DELOVANJE)



5.

TRŽENJE IN RAZVOJ
PRODAJNIH
PRODUKTOV



6.

UČINKOVITO
UPRAVLJANJE IN
POVEZOVANJE
DESTINACIJE



Peti razvojni cilj – POLITIKA 5:

TRŽENJE in RAZVOJ PRODAJNIH PRODUKTOV

STRATEGIJA:

Odgovorno in izredno ciljno usmerjamo trženje, usklajeno s karakterjem destinacije in v **podporo strateškim in razvojnim ciljem** destinacije, ki vključuje tudi domače javnosti (tudi v podporo sezonski in prostorski distribuciji turističnih tokov in pritegnitvijo **zahtevnejših turistov višje dodane vrednosti** s pozitivnim odnosom do danosti destinacije in njihovim odgovornim ravnanjem)

→ 9 UKREPOV

POLITIKA 5: TRŽENJE in RAZVOJ PRODAJNIH PRODUKTOV

UKREP 5.9

Oblikovanje in trženje programov in paketov višje vrednosti za izletniške obiskovalce Ptuja in učinkovitejše vključevanje prireditev in festivalov v ponudbo za turiste in izletnike

UKREP 5.8

Partnerstvo za Ptuj – „mesto mladih“ med ZTP, CID, nevladnimi organizacijami, turističnimi ponudniki in MO Ptuj

UKREP 5.7

Večletna oglaševalsko info. kampanja za dvig prepoznavnosti, pozicioniranje in pospeševanja prodaje na slovenskem trgu

UKREP 5.6

Redna letna oglaševalska kampanja ptujskega turizma ciljno usmerjena na tuje nišne segmente in trge za dvig prepoznavnosti, ciljno pozicioniranje in pospeševanje prodaje

9 ukrepov

1

UKREP 5.1

Oblikovanje izvedbenega načrta trženja in nadgrajene komunikacijske strategije, ki podpira ciljno tržno pozicijo, vizijo in cilje

UKREP 5.2

Oblikovanje ključnih turističnih produktov in paketov ptujskega turizma s ciljem podaljšanja PDB in dviga dodane vrednosti – Ptuj in naravno zaledje

UKREP 5.3

Ptujska digitalna kartica doživetij / „Ptuj experience card“, „Ptuj festival & experience Card“

UKREP 5.4

Vzpostavitev interne (trženjske) mreže ponudbe in trženjskega modela za učinkovito usmerjanje obiskovalca (za večjo potrošnjo in dodano vrednost izkušnje – ko je gost že v destinaciji)

UKREP 5.5

Večletna informacijsko oglaševalska kampanja "ključne ikone Ptuja" za dvig prepoznavnosti in dodane vrednosti ptujskega turizma (v navezavi na naravno okolje)



1.

RAZVOJ SKUPNE
PONUDBE, ATRAKCIJE
IN INFRASTRUKTURA



2.

AMBIENT &
PROSTOR ZA
BUTIČNO
DESTINACIJE



3.

LOKALNA ODLIČNOST,
PODJETNIŠKA
PONUDBA & VERIGE
VREDNOSTI



4.

ZELENO & DIGITALNO
(TRAJNOSTNO
DELOVANJE)



5.

TRŽENJE IN RAZVOJ
PRODAJNIH
PRODUKTOV



6.

UČINKOVITO
UPRAVLJANJE IN
POVEZOVANJE
DESTINACIJE



Šesti razvojni cilj – POLITIKA 6:

UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE

STRATEGIJA:

Opolnomočenje Zavoda za turizem Ptuj z nadgradnjo in strukturiranjem modela upravljanja, prioritet delovanja, dvigom kompetenc in večjo koordinacijsko upravljavsko in trženjsko vlogo, med vsemi deležniki, pri upravljanju in mednarodnem pozicioniranju Ptuja kot vrhunske turistične destinacije, tudi na osnovi digitalizacije procesov, ter temu ustreznim obsegom in viri financiranja.

Uvedba učinkovitih modelov upravljanja ključnih funkcij mesta, povezanih z razvojem turizma, ključnih privlačnosti mesta in kakovostjo bivanja domačega prebivalstva.

→ 14 UKREPOV

POLITIKA 6: UČINKOVITO UPRAVLJANJE in POVEZOVANJE DESTINACIJE

UKREP 6.13
Sodelovanje destinacije Ptuj z nacionalnimi institucijami in produktnimi združenji in v mednarodnih projektih in partnerstvih

UKREP 6.14
Odbor za spremljanje in usmerjanje uresničevanja strategije

UKREP 6.1
Nadgradnja modela Zavoda v DMO, poslanstva, delovanja, vloge in odgovornosti Zavoda za turizem Ptuj in le-tega v odnosu do drugih deležnikov v destinaciji - Organizacija in delovanje ZTP v skladu s SST

UKREP 6.2
Ureditev dostopnosti in odpiralnih časov ključnih privlačnosti destinacije, gostinske in kulinarčne ponudbe

UKREP 6.3
Upravljanje izletniškega turizma na Ptuj za dvig dodane vrednosti

UKREP 6.4
Nadgradnja upravljanja in trženja Dominikanskega Samostana za dvig „MICE“ turizma na Ptuj

UKREP 6.5
Program upravljanja „Zgodovinsko mesto Ptuj“

UKREP 6.6
Imenovanje 7-9 članskega sveta za upravljanje znamke („branda“) in lepote destinacije Ptuj

UKREP 6.7
Vključevanje in vloga destinacije Ptuj v okviru regijske destinacije Slovenska Štajerska

UKREP 6.12
Aktivno sodelovanje turističnega sektorja pri programiranju strateških dokumentov (Razvojne strategije, LAS, MOP, prostorski načrti, idr.)

UKREP 6.11
Nadgradnja poslovno-organizacijskega modela upravljanja in financiranja prireditev in festivalov na Ptuj

UKREP 6.10
Motiviranje in vključevanje občanov za sodelovanje v projektih razvoja turizma – online svetovalna točka

UKREP 6.9
Znanje in kadri: študijska potovanja, delavnice in izobraževanja, motiviranje mladih za delo v turizmu in gostinstvu Ptuj

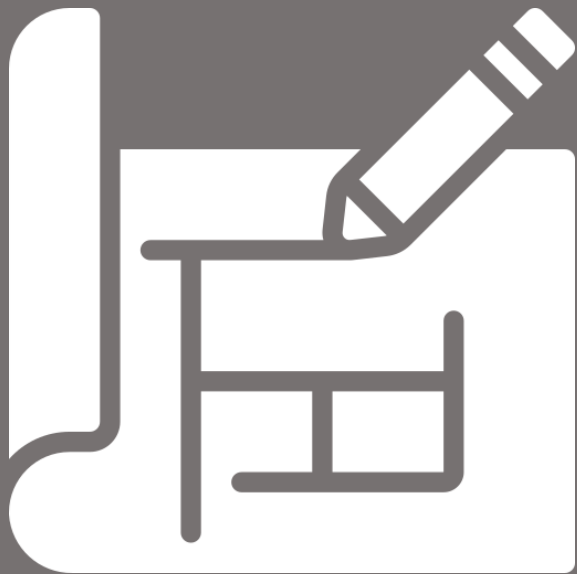
UKREP 6.8
Nadgradnja vloge ZRS Bistra kot zadolžene in pristojne javne institucije za lociranje, svetovanje in pripravo aplikacij na državne in EU vire financiranja za strateške projekte





IZVAJANJE & SPREMLJANJE STRATEGIJE

Organiziranost, tveganja,
akcijski načrt



AKCIJSKI NAČRT
z indikativno finančno
oceno vseh ukrepov/naložb

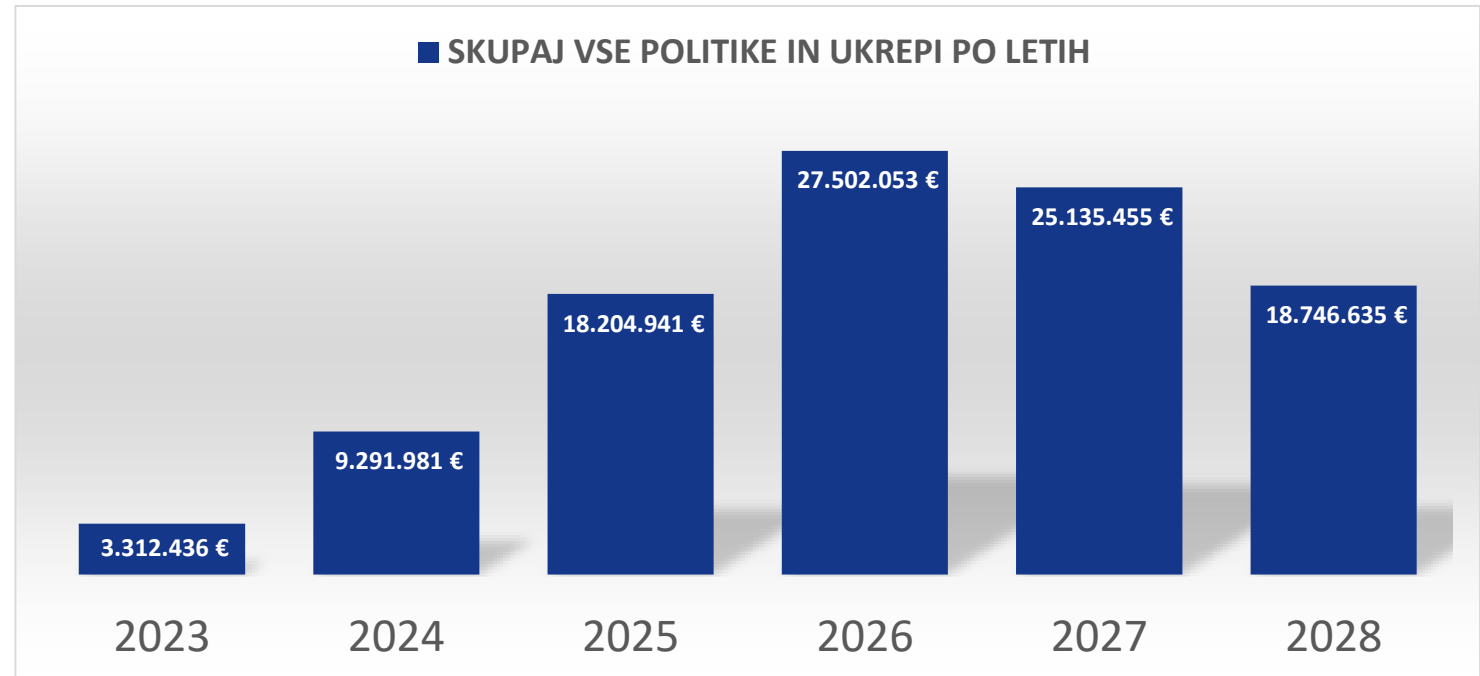
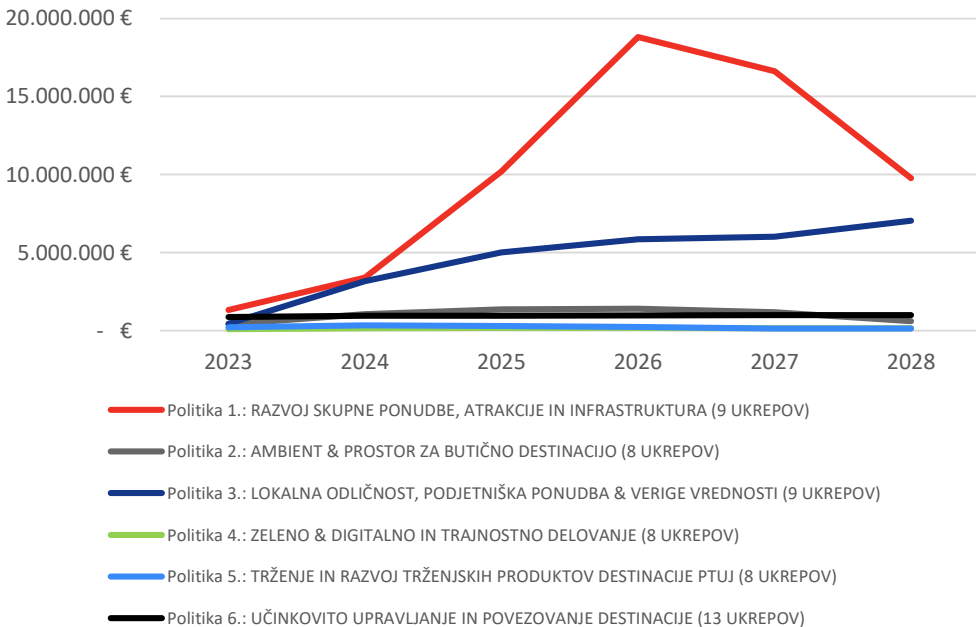
OVREDNOTENJE UKREPOV PO PODROČJIH / POLITIKAH KUMULATIVNO 2023-2028

Politika/Ukrepi	Višina naložb - kumulativno (projektno) v obdobju 2023-2028	Višina rednih naložb / na leto	Skupaj kumulativno redne letne naložbe v celotnem obdobju 2023-2028	Višina vseh naložb skupaj v celotnem obdobju 2022-2028	Delež v vseh naložbah
Politika 1.: RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJE IN INFRASTRUKTURA (9 UKREPOV)	59.427.500 €	120.000 €	720.000 €	60.147.500 €	58,9%
Politika 2.: AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO (8 UKREPOV)	4.910.000 €	227.000 €	1.362.000 €	6.272.000 €	6,1%
Politika 3.: LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI (9 UKREPOV)	25.266.000 €	391.000 €	2.346.000 €	27.612.000 €	27,0%
Politika 4.: ZELENO & DIGITALNO IN TRAJNOSTNO DELOVANJE (8 UKREPOV)	674.000 €	42.000 €	252.000 €	926.000 €	0,9%
Politika 5.: TRŽENJE IN RAZVOJ TRŽENJSKIH PRODUKTOV DESTINACIJE PTUJ (8 UKREPOV)	610.000 €	135.000 €	810.000 €	1.420.000 €	1,3%
Politika 6.: UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE (13 UKREPOV)	620.000 €	866.000 €	5.196.000 €	5.816.000 €	5,7%
SKUPAJ VSE POLITIKE IN UKREPI	91.507.500 €	1.781.000 €	10.686.000 €	102.193.500 €	100,0%



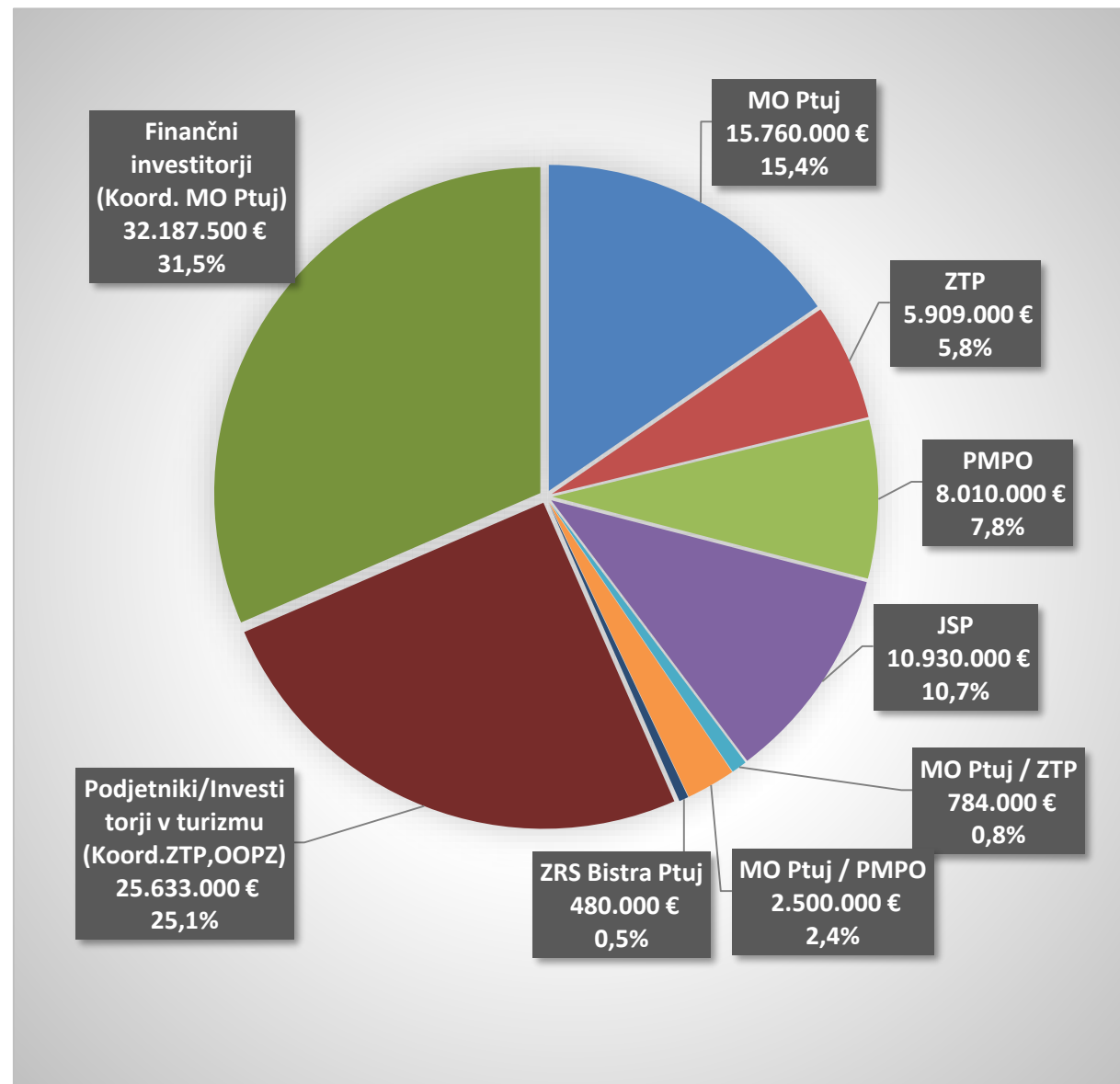
OVREDNOTENJE UKREPOV PO POLITIKAH IN SKUPAJ PO LETIH 2023-2028

Politika/Ukrepi (Σ 57 Ukrepov)	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Politika 1.: RAZVOJ SKUPNE PONUDBE, ATRAKCIJE IN INFRASTRUKTURA (9 UKREPOV)	1.324.703 €	3.418.828 €	10.201.219 €	18.815.750 €	16.625.750 €	9.761.250 €
Politika 2.: AMBIENT & PROSTOR ZA BUTIČNO DESTINACIJO (8 UKREPOV)	390.300 €	1.201.750 €	1.514.100 €	1.393.100 €	1.170.750 €	602.000 €
Politika 3.: LOKALNA ODLIČNOST, PODJETNIŠKA PONUDBA & VERIGE VREDNOSTI (9 UKREPOV)	432.420 €	3.166.490 €	5.029.140 €	5.868.200 €	6.041.670 €	7.074.080 €
Politika 4.: ZELENO & DIGITALNO IN TRAJNOSTNO DELOVANJE (8 UKREPOV)	82.113 €	160.113 €	174.483 €	187.703 €	153.285 €	168.305 €
Politika 5.: TRŽENJE IN RAZVOJ TRŽENJSKIH PRODUKTOV DESTINACIJE PTUJ (9 UKREPOV)	206.900 €	368.800 €	320.000 €	246.300 €	143.000 €	135.000 €
Politika 6.: UČINKOVITO UPRAVLJANJE IN POVEZOVANJE DESTINACIJE (14 UKREPOV)	876.000 €	976.000 €	966.000 €	991.000 €	1.001.000 €	1.006.000 €
SKUPAJ VSE POLITIKE IN UKREPI PO LETIH	3.312.436 €	9.291.981 €	18.204.941 €	27.502.053 €	25.135.455 €	18.746.635 €



OVREDNOTENJE UKREPOV PO ODGOVORNIM NOSILCIH KUMULATIVNO 2023-2028

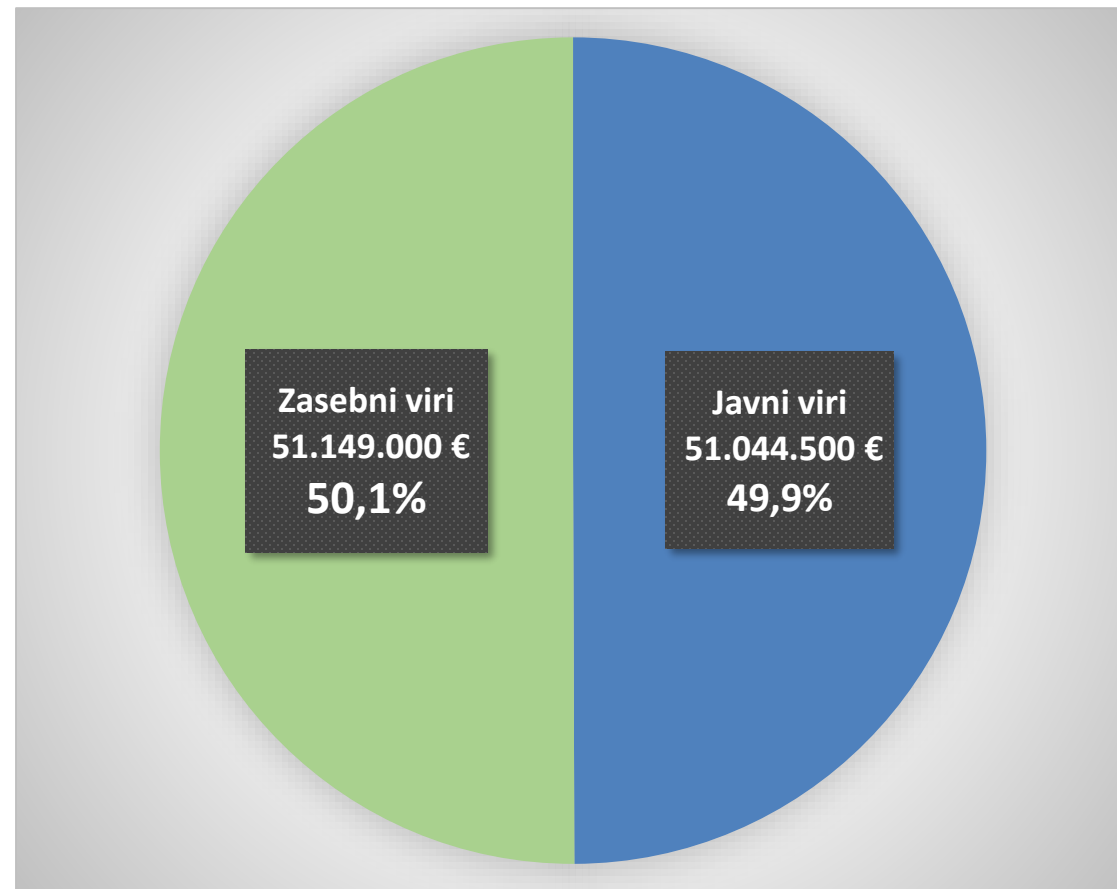
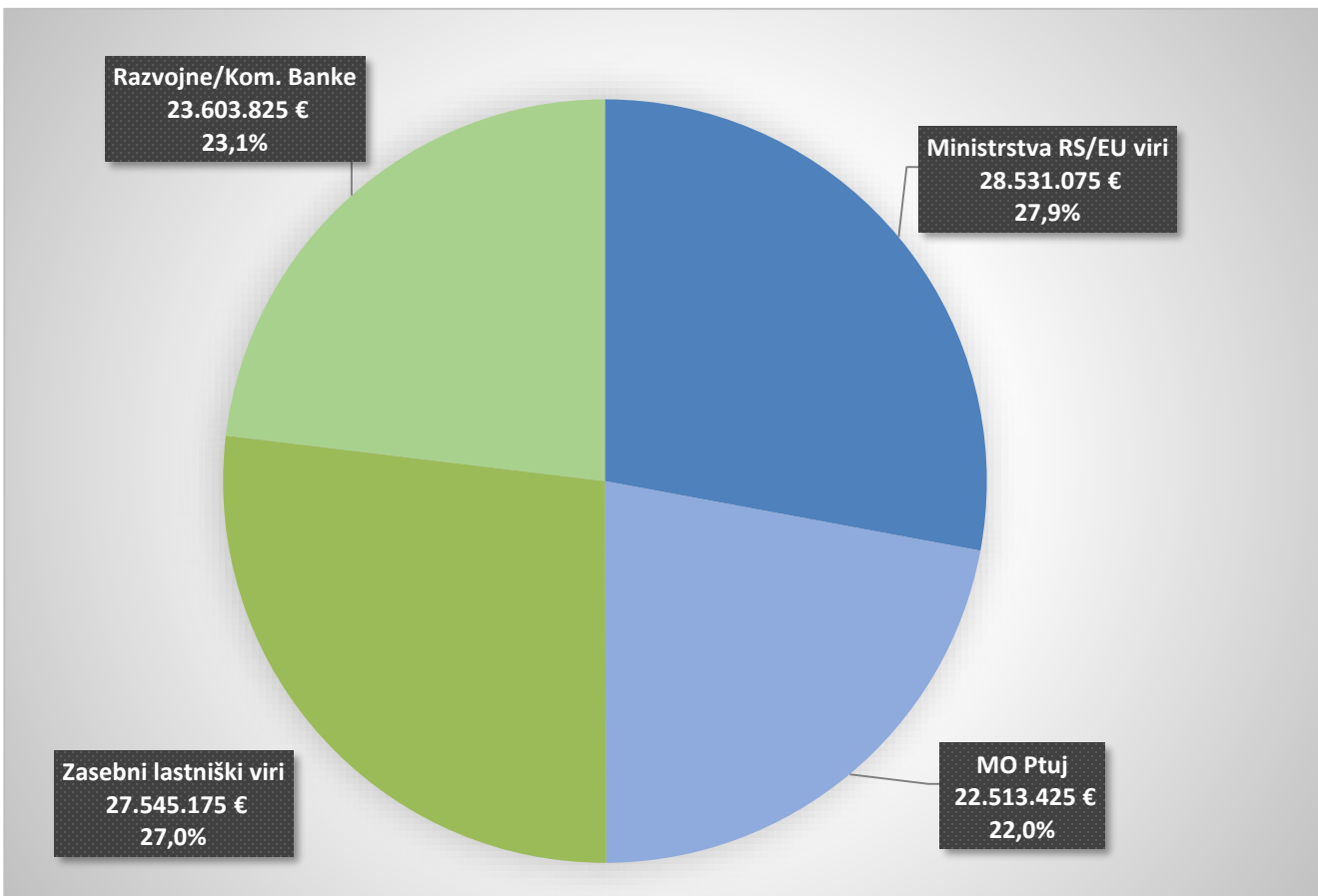
Odgovorni nosilci	Število ukrepov	Višina naložb - kumulativno (projektno) v obdobju 2023-2028	Višina rednih naložb /letni znesek	Višina vseh naložb skupaj v celotnem obdobju 2022-2028	Delež v vseh naložbah
MO Ptuj	7	12.310.000 €	575.000 €	15.760.000 €	15,4%
ZTP	26	1.907.000 €	667.000 €	5.909.000 €	5,8%
PMPO	4	7.350.000 €	110.000 €	8.010.000 €	7,8%
JSP	7	8.980.000 €	325.000 €	10.930.000 €	10,7%
MO Ptuj / ZTP	6	640.000 €	24.000 €	784.000 €	0,8%
MO Ptuj / PMPO	1	2.500.000 €	- €	2.500.000 €	2,4%
ZRS Bistra Ptuj	1	- €	80.000 €	480.000 €	0,5%
Podjetniki/Investitorji v turizmu (Koord.ZTP,OOPZ)	4	25.633.000 €	- €	25.633.000 €	25,1%
Finančni investitorji (Koord. MO Ptuj)	1	32.187.500 €	- €	32.187.500 €	31,5%
SKUPAJ VSI ODGOVORNI NOSILCI	57	91.507.500 €	1.781.000 €	102.193.500 €	100,0%



OVREDNOTENJE UKREPOV PO VIRIH FINANCIRANJA KUMULATIVNO 2023-2028

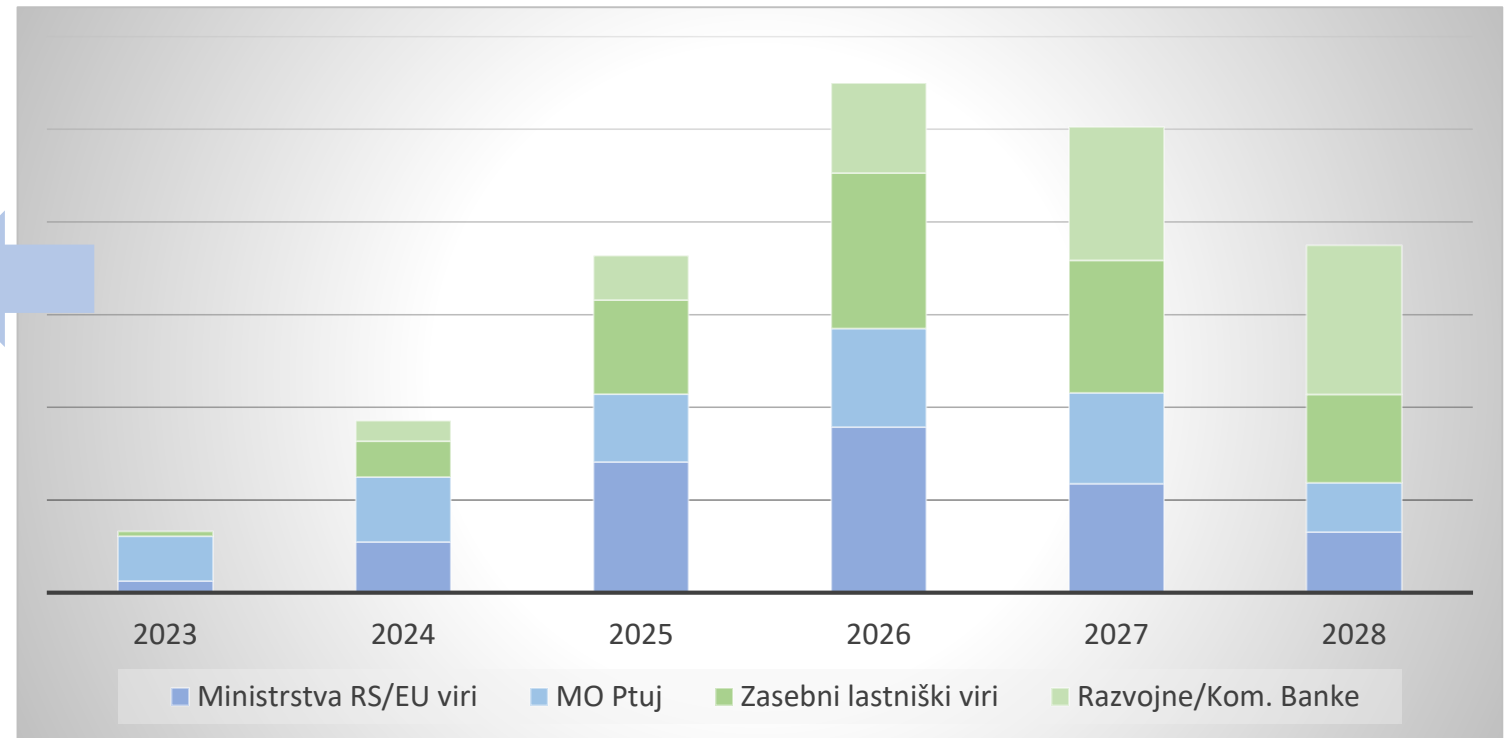
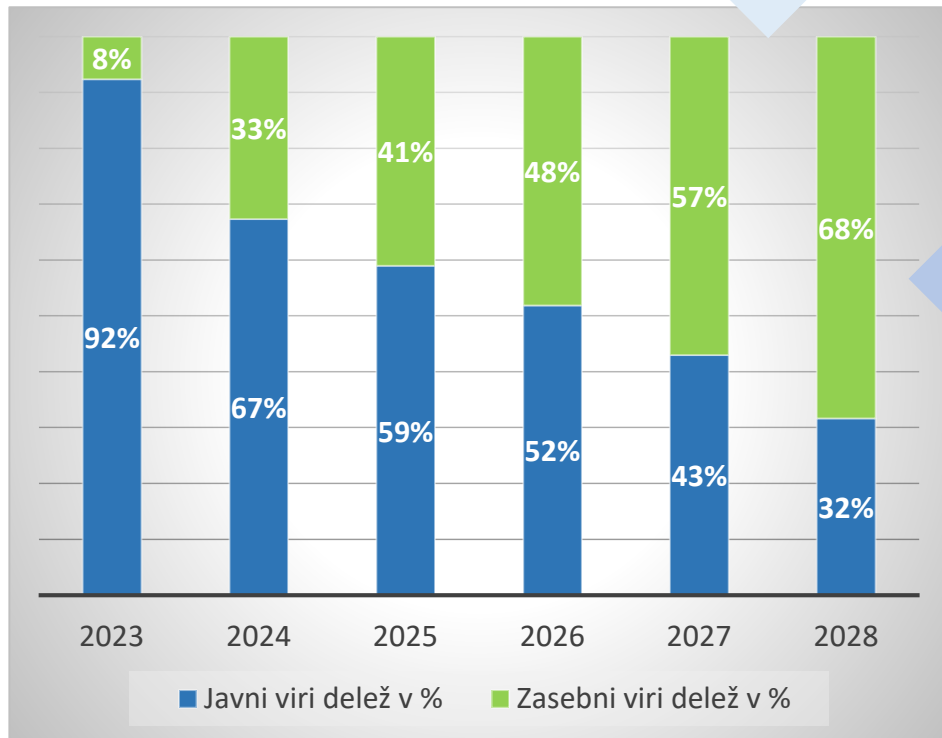
Viri financiranja (indikativna ocena)	Višina potrebnih virov financ. kumulativno	Višina virov - letno	Višina vseh virov skupaj v celotnem obdobju 2022-2028	Delež v vseh virih financiranja
Ministrstva RS/EU viri	26.969.875 €	260.200 €	28.531.075 €	27,9%
MO Ptuj	14.823.225 €	1.281.700 €	22.513.425 €	22,1%
Zasebni lastniški viri	26.110.575 €	239.100 €	27.545.175 €	26,9%
Razvojne/Kom. Banke	23.603.825 €	- €	23.603.825 €	23,1%
SKUPAJ VSI VIRI FINANCIRANJA	91.507.500 €	1.781.000 €	102.193.500 €	100,0%

Vrsta vira (Javni/Zasebni)	Σ Znesek
Javni viri	51.044.500 €
Zasebni viri	51.149.000 €
SKUPAJ	102.193.500 €

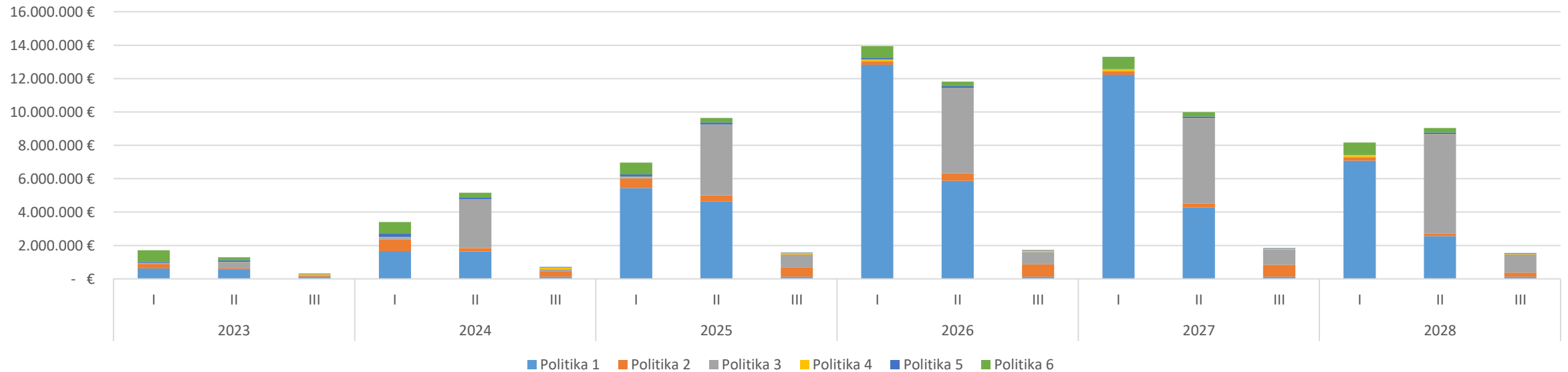
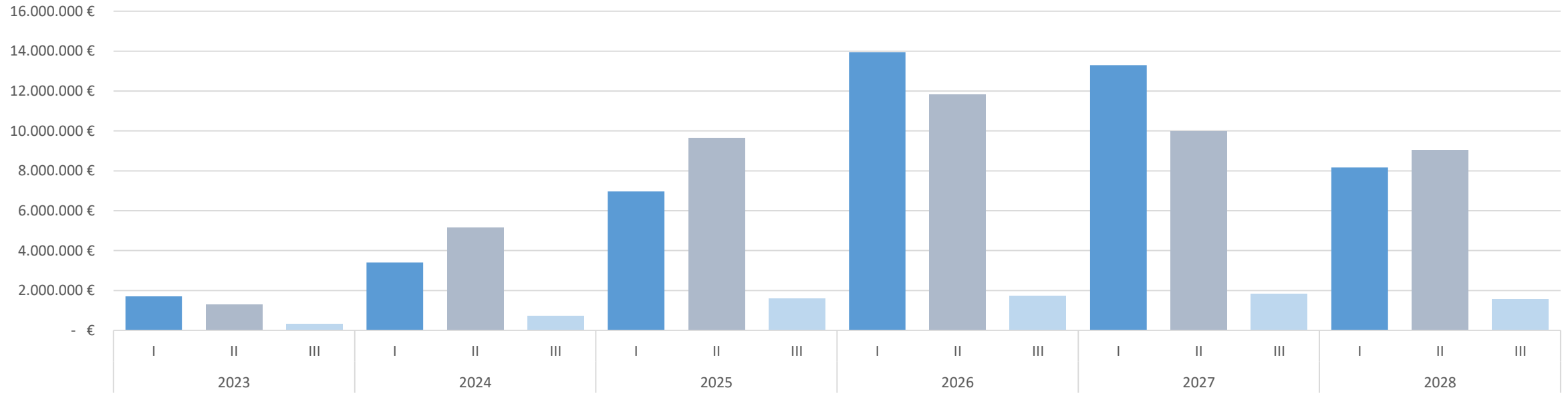


OVREDNOTENJE UKREPOV PO VIRIH FINANCIRANJA PO LETIH 2023-2028

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



OVREDNOTENJE UKREPOV PO PRIORITETAH IN POLITIKAH PO LETIH 2023-2028

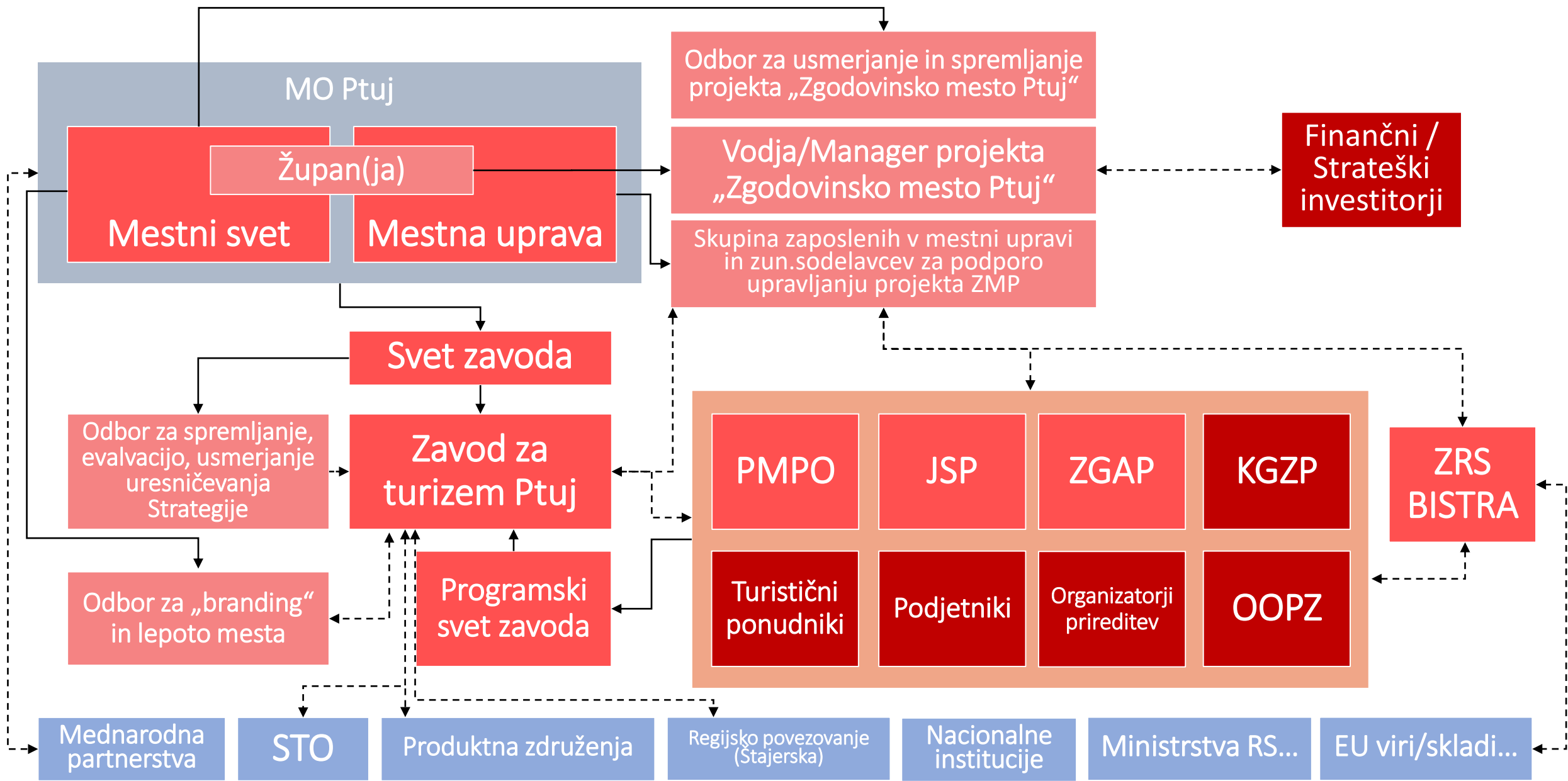


■ Politika 1
 ■ Politika 2
 ■ Politika 3
 ■ Politika 4
 ■ Politika 5
 ■ Politika 6



**ORGANIZIRANOST
UPRAVLANJA**

UPRAVLJANJE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA 2023 - 2028





**KAZALNIKI
SPREMLJANJA**
uresničevanja in uspešnosti
strategije

Izhodiščni in ciljni ključni TURISTIČNI KAZALNIKI RAZVOJA turizma d0 2028

Kategorija oz. kazalnik razvoja	Realizirano stanje 2019	Realizirano stanje 2022	Ciljni scenarij 2028	Indeks rasti '28/'22	PLSR 2022-2028
> Skupaj število zaposlenih, ki jih generira turistično povpraševanje (neposredno in posredno v vseh povezanih dejavnostih, metodologija OECD)	788	820	1.003	122	3,4%
> Delež vseh zaposlenih ki jih generira turistično povpraševanje na Ptuju v primerjavi s celotnim številom zaposlenih v destinaciji po enakem kriteriju (metodologija OECD)	1,2%	1,4%	1,6%	+0,20% točk	+0,03% točk
> Skupaj število zaposlenih v dejavnosti Gostinstvo (I) (vklj. Terme Ptuj)	391	375	460	123	3,5%
> Delež števila zaposlenih v gostinstvu (I) v destinaciji Ptuj v številu zaposlenih v enaki kategoriji v Sloveniji	0,64%	0,62%	1,16%	+0,54% točk	+0,09% točk
> Število vseh turističnih ležišč	1.212	1.167	1.449	124	3,7%
> Število ležišč v hotelih in podobnih nastanitvenih obratih	489	489	620	127	4,0%
> Število ležišč v kampih	400	400	423	106	0,9%
> Število ležišč v ostalih vrstah nast.obratov (sobe, domovi, ipd.)	323	278	406	146	6,5%
> Število vseh turističnih sob/nedeljivih enot	505	512	638	125	3,7%
> Število sob/enot v hotelih in podobnih nastanitvenih obratih	230	230	310	135	5,1%
> Število enot/kampirnih mest v kampih	128	128	141	110	1,6%
> Število sob/enot v ostalih vrstah nast.obratov (sobe, domovi, ipd.)	147	154	187	121	3,3%
> Število prenočitev vseh turistov:	156.759	154.703	214.566	139	5,6%
> Število prenočitev domačih turistov:	68.200	80.020	85.826	107	1,2%
> Število prenočitev tujih turistov:	88.493	74.683	128.740	172	9,5%
> Delež tujih prenočitev:	56%	48%	60%	+11,7% točk	+2,0% točk
> Število prihodov vseh turistov:	67.062	66.731	84.141	126	3,9%
> Število prihodov domačih turistov:	22.685	29.089	26.529	91	-1,5%
> Število prihodov tujih turistov:	44.323	37.642	57.612	153	7,4%
> Povprečna doba bivanja vseh turistov:	2,34 dni	2,32 dni	2,55 dni	110	1,6%
> Povprečna doba bivanja domačih turistov:	3,0 dni	2,8 dni	3,2 dni	118	2,7%
> Povprečna doba bivanja tujih turistov:	2,0 dni	2,0 dni	2,2 dni	113	2,0%

Izhodiščni in ciljni ključni TRAJNOSTNI KAZALNIKI razvoja turizma d0 2028

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

Izhodišni in ciljni ključni POSLOVNI KAZALNIKI RAZVOJA turizma d0 2028

Kategorija oz. kazalnik razvoja	Realizirano stanje 2019	Realizirano stanje 2022	Ciljni scenarij 2028	Indeks rasti '28/'22	PLSR 2022-2028
> Skupaj vsi prihodki ustvarjeni v destinaciji iz naslova vseh gospodarskih dejavnosti (1.422 subjektov z 8.692 zaposlenimi v letu 2019):	1,10 mrd EUR		1,38 mrd EUR	125	2,5%
> Dodana vrednost na zaposlenega v celotnem gospodarstvu destinacije (vse gosp.dejavnosti, v letu 2019)	38.400 EUR		46.080 EUR	120	2,0%
> Skupaj vsi prihodki ustvarjeni v destinaciji iz naslova celotne turistične, gostinske in dodatne potrošnje turistov in izletnikov (ocena):	22,9 mil EUR	23,7 mil EUR	36,0 mil EUR	152	7,2%
> Skupaj vsi prihodki iz naslova dejavnosti Gostinstva (I) v destinaciji (vklj. ocena Terme Ptuj) skupaj s potrošnjo domačega prebivalstva	25,6 mil EUR	26,6 mil EUR	40,3 mil EUR	151	7,2%
> Delež Gostinstva v prihodkih vseh poslovnih subjektov v destinaciji	2,3%		2,9%	+0,60% točk	+0,07% točk
> Skupaj dodana vrednost v celotni dejavnosti gostinstva (I) v letu:	9,0 mil EUR	9,4 mil EUR	14,9 mil EUR	159	8,1%
> Dodana vrednost na zaposlenega v celotni dejavnosti gostinstva (I) vklj. Terme Ptuj:	23.018 EUR	24.960 EUR	32.398 EUR	130	4,4%
> Primerjalni indeks dodane vrednosti na zaposlenega v gostinstvu s povp. dodano vrednostjo na zaposlenega v vseh gospodarskih dejavnostih destinacije:	59,9		70,3	+10,4 Ind.točke	+1,2 Ind.točke
> Prihodki iz vseh učinkov celotne potrošnje turistov in izletnikov v destinaciji na prenočitev	146 EUR	153 EUR	168 EUR	110	1,5%
> Skupaj kumulativno vsi prihodki ustvarjeni v destinaciji iz naslova celotne turistične, gostinske in dodatne potrošnje turistov in izletnikov (ocena) v celotnem obdobju 2022-2028:			203,4 mil EUR		
> Skupaj kumulativno celotna ustvarjena dodana vrednost iz naslova celotne turistične potrošnje (vse neposredne in posredne turistične dejavnosti) v celotnem obdobju 2022-2028:			64,4 mil EUR		
> Skupna dodana vrednost generirana iz naslova celotne turistične potrošnje (vse neposredne in posredne turistične dejavnosti) v destinaciji na prenočitev:	51 EUR	55 EUR	65 EUR	119	2,9%

Ciljni ključni EKONOMSKI KAZALNIKI razvoja turizma d0 2028

Kategorija oz. kazalnik razvoja	Realizirano stanje 2019	Realizirano stanje 2022	Ciljni scenarij 2028	Indeks rasti '28/'22	PLSR 2022-2028
> Skupaj ocena plačila davkov, prispevkov, koncesij, taks idr. v občinski in državni proračun in državne blagajne iz naslova turistične potrošnje na leto	7,3 mil.EUR	9,4 mil.EUR	12,0 mil.EUR	218	13,8%
> Skupaj kumulativna plačila davkov, prispevkov, koncesij, taks idr. v občinski in državni proračun in državne blagajne iz naslova turistične potrošnje v celotnem obdobju 2022-2028			61,3 mil.EUR		
> Skupaj kumulativno potrebna višina naložb v obnove in novogradnje v vseh turističnih in s turizmom neposredno in posredno povezanih dejavnostih in razvojnih aktivnosti v celotnem obdobju - celoten naložbeni obseg (2022-2028, javni in zasebni sektor)			102,2 mil EUR		
> Skupaj kumulativno potrebna višina naložb v obnove in novogradnje v vseh nastanitvenih dejavnostih I 55 v celotnem obdobju (2022-2028)			17,5 mil EUR		
> Skupaj kumulativno potrebna višina naložb v obnove in novogradnje v vseh nastanitvenih dejavnostih hotelov in podobnih obratov I 55.100 v celotnem obdobju (2022-2028)			12,8 mil EUR		
> Skupaj kumulativno potrebna višina naložb v obnove in novogradnje v vseh drugih vrstah nastanitvenih dejavnosti I 55.2, 55.3 v celotnem obdobju (2022-2028)			4,8 mil EUR		
> Skupaj ocena kumulativno potrebne višine naložb v obnove in novogradnje v celotni dejavnosti strežbe hrane in pijače I 56 v celotnem obdobju (2022-2028)			4,0 mil EUR		



KLJUČNA TVEGANJA
in ukrepi za omilitev
tveganj

OCENA KLJUČNIH TVEGANJ URESNIČITVE STRATEGIJE



NEZMOŽNOST
ZAGOTOVITVE IN
PRIDOBITVE
VIROV
FINANCIRANJA ZA
NAČRTOVANE
UKREPE



KRITIČNI OBSEG
PODJETNIŠKE
INICIATIVE IN
KAKOVOSTNIH
KADROV ZA
ODLOČEN PREBOJ
DESTINACIJE



ZAOSTAJANJE
OSNOVNE
DRŽAVNE
INFRASTRUKTURE
IN ATRAKCIJ




SLAB ODZIV IN
MOTIVACIJA
LOKALNEGA
PREBIVALSTVA IN
PODJETNIKOV ZA
ODLOČNE IN
TRAJNOSTNE
SPREMEMBE



DOLGOROČNOST
NAČRTOVANJA –
SPREMEMBE, KI
SE LAHKO
ZGODIJO V
DALJŠEM
OBDOBJU

Podrobni ukrepi za omilitev oz. izognitev za vsako od vrst tveganj.



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

Warren Buffet

”

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