

OSNUTEK PROGRAMA DELA RDO 2016

Vsebina

1. Uvod	3
2. Distribucijska funkcija:.....	4
Splet.....	4
• Optimizacija spletnega portala in oglaševanje	4
• Posodobitev spletnega portala.....	4
3. Promocijska funkcija:.....	4
Turistični sejmi:	4
Sejmi v Sloveniji	4
• Festival za tretje življenjsko obdobje (F3ŽO)	4
• Sejem Narava Zdravje 2016.....	5
• Natour Alpe-Adria	5
• Borza SIW 2016.....	5
• Primorski sejem	5
• AGRA Pomurski sejem	6
• Družinski sejmi in regijske predstavitve	6
Sejmi v Italiji	6
• Ferrara Liberamente.....	6
• FSB Show	6
• Tempo Libero.....	6
• Gusti di Frontiera.....	6
• Il salone del Camper	7
• Expo Bici Padova.....	7
• Barcolana 2016.....	7
Sejmi v Avstriji	7
• Freizeit Celovec	8
• Familienmesse Celovec	8
• Ferienmesse Dunaj	8
Ostali sejmi	8
• Vakantiebeurs Utrecht – predlog STO.....	8
• WTM London	8
Promocijsko gradivo Zeleni kras	9
Objave v medijih in revijah	9

Študijske ture	9
4. Operativne naloge:	10
Izobraževanja.....	10
• Tečaji tujih jezikov	10
• Delavnice	10
• Izobraževanja za ponudnike	10
• Izobraževanje za informatorje v TIC	11
Lokalni vodniki.....	11
Strokovna ekskurzija.....	11
Urniki, kontakti, najpomembnejše informacije.....	11
5. Razvojne naloge:	11
Razvoj novih turističnih produktov.....	11
Statistika	12
Implementacija znamke Zeleni kras	12

1. Uvod

RDO bo v letu 2016 nadaljevala z začetim delom ter pri tem izhajala iz smernic Strateških usmeritev turističnega razvoja Zelenega krasa ter usmeritev Poslovnega modela RDO.

Zaradi omejenih finančnih sredstev in človeških virov vseh aktivnosti, ki so potrebne za razvoj destinacije, ni mogoče uresničiti naenkrat. V letu 2016 bo RDO delovala na štirih glavnih področjih, ki so potrebna za celovit turistični razvoj destinacije.

Glavne aktivnosti bodo obsegale:

- Posodobitev spletne promocije
- Aktivna promocija na slovenskem, avstrijskem in italijanskem trgu (brošure, zemljevidi, sejmi...)
- Sodelovanje pri pripravi krovnega kataloga Skrivnostni kras (naklada 60.000 izvodov)
- Organizacija izobraževanja za lokalne turistične vodnike

Poleg ostalih organizacijskih aktivnosti, bo RDO aktivno sodelovala pri napovedanih prijavah na razpise, ki jih bodo razpisali državni uradi in evropske inštitucije. Med temi so najbolj aktualni:

- MGRT (dva razpisa namenjena turističnim destinacijam in razvoju novih produktov)
- Čezmejno sodelovanje med Slovenijo in Hrvaško
- Čezmejno sodelovanje med Slovenijo in Italijo

V letu 2016 RDO razpolaga s fiksnim proračunom 60.000,00 EUR (sofinanciranje občin Primorsko-notranjske regije) za izvajanje programa dela. RDO predvideva pridobitev dodatnih 10.000,00 EUR, sofinanciranih s prispevki posameznih turističnih ponudnikov iz regije (tečaji tujih jezikov, izobraževanje za lokalne turistične vodnike, udeležbo na sejmih...).

2. Distribucijska funkcija:

Splet

- Optimizacija spletnega portala in oglaševanje

Velika večina obiskovalcev naše turistične destinacije informacije za svoje počitnice išče preko svetovnega spleta. Zaradi tega je pomembno konstantno delo in razvoj skupne spletne strani. V sodelovanju s strokovnjaki iz tega področja, bomo pripravili optimizacijo spletnega portala Zeleni kras, ter mu s tem dvignili avtoriteto na Googlu in povečali spletno promocijo.

- Posodobitev spletnega portala, da bo ta bolj primeren za točno določene ciljne skupine (predelava zavihkov in vstopne strani, dopolnitev in optimizacija besedil...)
- Oglaševanje in večja prisotnost na rezervacijskem portalu booking.com
- Avtomatsko pošiljanje obveščanja o dogodkih in novicah preko mailing liste
- Pasice, ki na spletnih straneh posameznih turističnih ponudnikov nagovarjajo k obisku Zelenega krasa

3. Promocijska funkcija:

Turistični sejmi:

Kljub izjemnemu pomenu, ki ga ima splet za promocijo turistične ponudbe, je potrebno delovati tudi na področju turističnih sejmov doma in v tujini. Na takšen način namreč direktno nagovarjamo **individualne goste** (na splošnih sejmih) in **poslovno javnost** (na turističnih borzah), katerim lahko predstavimo novosti in posebna doživetja, ki jih Zeleni kras ponuja. V letu 2016 bomo nadaljevali z začetim delom, torej promocijo na sejmih v Sloveniji, Italiji in Avstriji, udeležili pa se bomo še nekaj ostalih predstavitvenih dogodkov v organizaciji Slovenske turistične organizacije (STO).

Na sejmih se bomo predstavljali s posebnimi programi in ponudbami, ki jih bomo za posamezne sejme pripravili skupaj z zainteresiranimi turistični ponudniki (npr. programi prilagojeni kamperjem, aktivnostim v naravi...).

V nadaljevanju je predstavljen nabor sejmov, izmed katerih bomo izbrali tiste, ki so najbolj smiselni za predstavitev naše regije.

Sejmi v Sloveniji

Sejmi v Sloveniji so izjemno pomembni za prisotnost na domačem trgu. Dve glavni ciljni skupini sta:

- individualni obiskovalci iz Slovenije
- zaključene skupine (društva, univerze za tretje življenjsko obdobje...),

Obiskovalci na tovrstnih predstavitvah iščejo ideje za krajše (eno in dvodnevne) izlete. Med individualnimi obiskovalci je največ povpraševanja po kolesarskih in pohodnih poteh ter lokalnih posebnostih (aktivni programi in posebna doživetja). Kot boljši sejmi so se izkazali Festival za tretje življenjsko obdobje (F3ŽO) in turistična borza SIW. Pri dveh največjih sejmih (Narava Zdravje in Alpe Adria) je potrebno preveriti, če je pri turističnih ponudnikih dovolj interesa za udeležbo na teh dveh sejmih.

V sodelovanju z občino Postojna, ki je vključena v projekt Hera se RDO lahko udeleži sejmov v Madridu in Milanu.

- Festival za tretje življenjsko obdobje (F3ŽO)

27.-29. september 2016, Cankarjev dom, Ljubljana

Festival za tretje življenjsko obdobje (F3ŽO) je edinstvena prireditev za starejše v Sloveniji in največja tovrstna prireditev v Evropi. Vstop je brezplačen, potekajo sejemske predstavitve, izobraževalni programi, kulturni programi in natečaji. Obiskovalci so vse generacije s poudarkom na starejših in strokovna javnost. V letu 2015 ga je obiskalo 15.000 obiskovalcev. Za našo regijo je primeren predvsem iz tega vidika, ker ga obiskujejo različna društva, ki tam iščejo ideje za njihove prihodnje izlete (ogleda znamenitosti, doživetja in kulinarika).

- [Sejem Narava Zdravje 2016](#)

Oktober 2016, Gospodarsko razstavišče, Ljubljana

Prireditev je vsako leto dobro obiskana, v letu 2015 so zabeležili 24.000 obiskovalcev. Primarno je sejemska prireditev namenjena zdravemu življenjskemu slogu. Od turističnih destinacij se predstavljajo RDO Dežela Celjska in turistična organizacija Srbije (s ponudbo termalnega, wellness turizma), Zeleni kras pa sodeluje s ponudniki, ki uporabljajo znamko Zeleni kras in s svojo turistično ponudbo. V letu 2015 smo imeli dobro pozicijo stojnice, nahajala se je v avli pred glavno dvorano (na glavnem vhodu).

- [Natour Alpe-Adria](#)

27. – 30. januar 2016, Gospodarsko razstavišče, Ljubljana

Povezala sta se Gospodarsko razstavišče, dolgoletni organizator sejma Alpe Adria: Turizem in prosti čas (v letu 2015 je na sejmu sodelovalo 341 razstavljalcev in zastopanih podjetij iz 12 držav, sejem si je ogledalo 15.000 obiskovalcev) ter Toleranca marketing, ki je do sedaj organizirala devet poslovnih borz Natour (skupaj prek 300 ponudnikov in preko 300 kupcev iz več kot 30 držav). Novi dogodek Natour Alpe-Adria je kombinacija obeh, torej borze in splošnega sejma.

Destinacija Zeleni kras se bo v okviru tega sejemskega dogodka predstavljala na stojnici in sodelovala v študijski turi za predstavnike turističnih agentov. Zanje bomo pripravili enodnevni program, ki bo vključeval program aktivnih zimskih počitnic na Zelenem krasu.

- [Borza SIW 2016](#)

Junij 2016, Terme Čatež

Slovenska turistična borza (Slovenian Incoming Workshop – SIW) je največji poslovni dogodek slovenskega turizma. Na borzi se z vnaprej dogovorjenimi sestanki med slovenskimi turističnimi ponudniki in tujimi organizatorji potovanja krepijo uspešna partnerstva in spodbujajo nove povezave. Za tuje udeležence borze pa so organizirane tudi študijske ture, kjer se boljše spoznajo s slovensko turistično ponudbo. Zeleni kras se je v letu 2015 predstavljal s šestimi unikatnimi programi, med katerimi je bilo opazovanje medveda in fotolov, kulinarčni program ter zgodovinski program vezan na obdobje 1. svetovne vojne. Vnaprej smo imeli dogovorjenih 20 sestankov s turističnimi agenti.

V kratkem bo objavljen poziv za gostovanje borze SIW, če se bo na terenu izkazal interes za organizacijo tega dogodka na Zelenem krasu bo RDO pri tem sodeloval.

- [Primorski sejem](#)

26.-29. maj 2016, Dvorana Bonifika, Koper

Primorski sejem v Kopru je splošni sejem, ki ga obišče okrog 20.000 obiskovalcev (vstopnina je za obiskovalce brezplačna) iz širše Primorske regije. Udeležba na tem sejmu bi bila smiselna zaradi nagovora druge publike kot na sejmih v Ljubljani. Sejmi na Gospodarskem razstavišču v Ljubljani

imajo svoje stalne obiskovalce, zato je smiselno da se tam predstavljamo na enem sejmu ter razširimo promocijo regije še v drugo okolje – Slovensko Istro.

- **AGRA Pomurski sejem**

20. – 25. avgust 2016, Gornja Radgona

Na sejmu AGRA se predstavlja 1700 razstavljalcev iz 30 držav. Obišče ga 129.000 obiskovalcev. Primarno je namenjen kmetijsko-živilski industriji. Med turističnimi ponudniki so sodelovali: Kunštni prleki, Krajinski parki (MOP), Zavod za kulturo, turizem in promocijo Gornja Radgona, Kikinda (Srbija), Turizem Bohinj, Združenje turističnih kmetij. Udeležba na sejmu AGRA bi bila smiselna v povezavi s kmetijami Zelenega krasa (in združenjem turističnih kmetij) ter Perutninarstvom Pivka, v kolikor bo za to dovoljšen interes. RDO bi v tem primeru sodelovala s promocijskimi materiali in stojnico.

- **Družinski sejmi in regijske predstavitve**

RDO bo sodelovala na regijskih predstavitev in dogodkih, ki jih organizirajo sorodne organizacije po Sloveniji. Na takšen način dobimo brezplačno stojnico na manjših prireditvah, kjer lahko nagovarjamo slovenske obiskovalce. Predvidena je tudi udeležba na manjših družinskih sejmih (Pikin festival, arboretum...) v sodelovanju z zainteresiranimi turističnimi ponudniki (muzeji, jame...).

Sejmi v Italiji

Sejmov v Italiji se bomo udeležili v organizaciji STO Milano, ki vsako leto organizira predstavitve v mestih severne Italije. Dogodkov se običajno udeležujejo različni turistični ponudniki iz Slovenije (slovenske terme, TIC Sežana, Škocjanske jame, Postojnska jama ...). Tudi za sejme v Italiji bodo pripravljene programi in gradivo, ki se bo delilo glede na ciljno publiko posameznega sejma.

- **Ferrara Liberamente**

27. – 28. februar 2016

Liberamente je krovna znamka za sejme, ki se odvijajo v več mestih po Italiji. Sejem je splošne narave, posvečen prostemu času, kampiranju, avtodomom, domu in počitnicam. V letu 2015 je sejem obiskalo 26.000 obiskovalcev, med katerimi je bilo 1000 avtodomov (v sklopu skupne akcije s Camper Club Italia).

- **FSB Show**

12. – 13. marec 2016, Udine

Sejem za splošno javnost, s poudarkom na wellnessu, športnih aktivnostih, skrbi za telo in duha nasplah. Je v strateški regiji, letos bo potekal petič zapored. Je že dobro prepoznaven in uveljavljen. Veliko obiskovalcev se ukvarja z aktivnostmi v naravi, tako da iščejo ideje za pohodništvo in kolesarjenje. V kolikor bomo imeli do takrat pripravljen material na to tematiko se je sejma smiselno udeležiti, drugače pa ne.

- **Tempo Libero**

22. – 25. april 2015, Bolzano

Sejem za splošno javnost v regiji z visoko kupno močjo. Prireditev je bila v letu 2015 odlično obiskana.

- **Gusti di Frontiera**

September 2016, Gorica

Eno-gastronomski dogodek, ki traja tri dni. V celotnem starem mestnem jedru v Gorici se predstavljajo različne hrane sveta in turistična ponudba. Dogodek je v lanskem letu obiskalo 450.000 ljudi. V letu 2015 se je Zeleni kras predstavljal z enim pultom v skupnem Slovenskem šotoru (paviljonu) – prostor smo si delili z različnimi termami iz Slovenije in RDO Dežela Celjska. V posebnih šotorih so se predstavljali vinarji iz Krasa in Istre, kjer so imeli tudi svoje pulte s turističnimi informacijami. Dogodek Gusti di frontiera predstavlja izjemno velik bazen potencialnih obiskovalcev iz Furlanije Julijske krajine. Naša regija je zaradi bližine in lahke dostopnosti kot nalašč za vse, ki iščejo aktivnosti v naravi in posebna doživetja.

- [Il salone del Camper](#)

12. – 20. september 2016, Parma

Specializiran sejem za avtodome, v letu 2015 ga je obiskalo 126.000 obiskovalcev. Veliko sejmov, ki jih organizira STO Milano je primarno namenjenih splošni publiki, med njimi pa so posebej izpostavljeni turisti, ki potujejo z avtodomi. Običajno jih na tovrstnih sejmih usmerimo v obstoječe kampe v regiji in urejena postajališča za avtodome, istočasno pa jih informiramo o tem, kaj lahko tu počnejo in zakaj naj nas sploh obiščejo. Kot za ostale sejme je potrebno pripraviti program in promocijsko gradivo namenjeno točno določeni ciljni publiki.

- [Expo Bici Padova](#)

September 2016, Padova

Dvodnevni sejem za kolesarje - sejem za ljubitelje kolesarjenja. Nujno je ponuditi tudi kolesarski produkt – pripraviti vsaj zemljevid kolesarskih poti v okolici, še bolje pa kolesarske pakete. Predvidevamo da bo do septembra pripravljeno dodatno gradivo na tematiko kolesarstva, v kolikor ne bo, se sejma ni smiselno udeležiti.

- [Barcolana 2016](#)

Oktober 2016, Trst

Regata Barcolana v Trst vsako leto privabi ogromno število ljudi, v petih dneh dogodek obišče okrog 300.000 obiskovalcev. Vsako leto beležimo veliko zanimanja za našo destinacijo. Obiskovalci so vseh starostnih skupin, večina iz Trsta in zaledja, pridejo pa tudi iz okoliških italijanskih pokrajin in Slovenije.

Sejmi v Avstriji

Avstrijski trg je drugi najpomembnejši trg za Slovenijo glede na izvedeno število nočitev, prihodi in nočitve pa so v konstantnem vzponu od leta 2005 (v naši regiji so avstrijski turisti na četrtem mestu po številu izvedenih nočitev).

Glavni razlog za potovanje Avstrijcev je obisk sončnih destinacij in plaž, vendar jih med njimi 40 % potuje zaradi športnih aktivnosti (kolesarjenje, potapljanje...) in narave (gore, jezera, pokrajina). Avstrijci se za obisk Slovenije odločajo na podlagi osebnih izkušenj, priporočil sorodnikov in prijateljev ter interneta. Kljub temu je pomembno, da regija sodeluje na sejmskih predstavitev, saj so tam poleg individualnih gostov prisotni tudi predstavniki turističnih agencij in turistični novinarji za različne medije. Sejmi so torej orodje tako za promocijo, kot navezovanje stikov s sorodnimi organizacijami v tujini.

- [Freizeit Celovec](#)

15. – 17. april 2016, Celovec

Na sejmišču v Celovcu (Klagenfurt) se predstavlja 500 mednarodnih razstavljalcev. Sejem je namenjen prostemu času in ga obišče splošna publika.

- [Familienmesse Celovec](#)

November 2016, Celovec

26.000 obiskovalcev, 500 razstavljalcev, za STO predstavitev na sejmu organizira Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč.

- [Ferienmesse Dunaj](#)

14. – 17. januar 2016, Dunaj

Sejem je mednarodni dogodek za počitnice, potovanja, prosti čas in splošno turistično ponudbo v Avstriji. Preko 100.000 obiskovalcev in strokovnjakov obišče to srečanje turističnega sektorja. Predstavniki sejemskega oddelka STO so predlagali možnost sodelovanja naše regije kot destinacije, ki prevzame izvedbo animacije na državni stojnici. To pomeni, da dobimo brezplačno pult, kjer informator deli turistične informacije, sami pa moramo poskrbeti za izvedbo programa na stojnici. Pri temu bi šlo za sodelovanje različnih društev (pihalna, turistična, kulturna...) ki bi imela izdelane celovite nastope (z opremo, scenarijem, programom...), stroške RDO pa bi predstavljali prevoz in nastanitev za skupino.

Ostali sejmi

V kolikor bo dovolj interesa lokalnih turističnih ponudnikov za sodelovanje na ostalih evropskih trgih se bo RDO udeležil sejmov na Danskem, Veliki Britaniji in na Nizozemskem.

- [Vakantiebeurs Utrecht – predlog STO](#)

12. – 17. januar 2016

Vakantiebeurs je največji sejem v Beneluxu. V letu 2015 je sejem obiskalo 117.000 obiskovalcev. Predstavilo se je 166 držav, število razstavljalcev je bilo 1.454 na približno 70.000 m² razstavne površine. Povprečna starost obiskovalcev je bila 54 let. Največji razlog za obisk sejma s strani Nizozemcev je, da poiščejo informacije pred rezervacijo počitnic; ti v skoraj 70% iščejo informacije o počitnicah v Evropi. Obiskovalci sejma v povprečju na leto na osebo za počitnice porabijo dobrih 3.100 €, kar je 1,5x več od nizozemskega povprečja. Na dopust pa gredo v povprečju 2,5x na leto. Za obiskovalce z Nizozemske je značilno, da radi raziskujejo Slovenijo z lastnim avtomobilom (individualne touring počitnice) in so na svojih počitnicah aktivni (kolesarjenje in pohodništvo). Zaradi slednjega je velika večina turističnih prenočitev gostov iz Beneluksa ustvarjenih v Sloveniji v času poletne sezone.

- [WTM London](#)

7. – 9. november 2016, London

Eden izmed glavnih svetovnih dogodkov na področju turizma. Izjemno veliko število obiskovalcev, namenjen samo strokovni javnosti. Spremljevalni program: B2B networking, bloggers meeting, responsible tourism meetings.

Predstavniki turističnih ponudnikov in destinacij (na sejmu v letu 2015 so se predstavljali Slovenske Alpe, Postojnska jama, incoming turistične agencije...) imajo svoje pulte in mize, ki jih obiskujejo predstavniki turističnih agencij iz Velike Britanije in tujine. Razstavljalci imajo možnost sodelovanja na B2B srečanjih, kjer potekajo kratki petminutni sestanki, na katerih lahko predstavnike agencij in tour operaterje povabijo k obisku na pultu. Najbolj smiselna predstavitev je z vnaprej pripravljenimi atraktivnimi programi, ponudbo, ki je nima še nihče in takoj privleče pozornost. V letu 2015 je to uspevalo s predstavitvijo opazovanja medveda v naravnem okolju.

Promocijsko gradivo Zeleni kras

Promocijsko gradivo je eno izmed najpomembnejših orodij za kvalitetno predstavitev regije in naše turistične ponudbe. Distribucija brošur, katalogov, zgibank in zemljevidov se odvija tako v turistično-informacijskih centrih kot na sejemskih predstavitvah. Na predlog članov Programskega sveta bo RDO pripravil manj razkošno in cenovno bolj ugodno promocijsko gradivo, ki bo tematsko usmerjeno.

Za potrebe krovnega regijskega kataloga sodelovati pri pripravi brošure Skrivnostni kras s Turističnim društvom Postojna (TZ Brkini-Kras-Notranjska) in Slovensko turistično organizacijo (STO).

- Sodelovanje pri pripravi skupnega krovnega kataloga Skrivnostni kras
- Letaki namenjeni turistom s predstavitvijo posameznih turističnih produktov (manjše zgibanke ali zloženke na določene tematike, npr. opazovanje medveda, posebni muzejski programi...)
- Zloženska s potmi (kolesarske poti, pešpoti, tematske poti...)
- Izdelava novih zemljevidov kolesarskih poti ali ponatis zemljevidom MTB – na sejmih in po TIC je veliko povpraševanja po kolesarskem produktu oz. po zemljevidih kolesarskih poti v regiji.
- Prenova in ponatis regijskih zemljevidov-trgank
- Priprava programov (prilagojenih ciljnim skupinam) za sejme

Objave v medijih in revijah

V sodelovanju s posameznimi turističnimi ponudniki bo RDO sodeloval pri pripravi oglasov (PR člankov) v domačih in tujih revijah, ki so namenjene predvsem tujim gostom. RDO bo poskrbel za ugodno ceno pri zakupu potrebnega števila strani, člani RDO bodo pri tem imeli ugodnejšo ceno za svoje oglaševanje.

- Dobra Ideja – ponudbe za zaključene skupine v Sloveniji in Avstriji
- Alpen Adria – opisi v katalogu, ki je na voljo v hotelih, gostiščih, javnem prevozu – Avstrija, Italija, Slovenija – namenjen nemško govorečemu trgu
- Summerguide (Summerguide je letni turistični vodič v angleščini, ki ga izdaja Slovenia Times. Distribucija 25.000 izvodov poteka v Sloveniji, na letališčih v okolici – Benetke, Trst, Gradec, v prevozih Go Opti in delno v letih Adrie Airways.
- Objave v italijanskih turističnih medijih
- Objave v specializiranih medijih (npr. fotografija narave...)

Študijske ture

Študijske ture so namenjene neposredni predstavitvi ponudbe na terenu izbranim ciljnim javnostim oziroma predstavnikom teh javnosti, ki so z vidika naše ponudbe pomemben tržni segment. Tako načrtujemo študijske ture za predstavnike izobraževalnih organizacij (osnovne šole), turistične

agencije, slovenske turistične vodnike, fotografe ter domače in tuje turistične novinarje. Slednja ciljna skupina je izredno pomembna, saj nam zanimive in kvalitetne študijske ture z novinarji zagotavljajo številne brezplačne pozitivne objave v (specializiranih) tujih medijih, ki so za potencialne tuje turiste verodostojen vir informacij in navdiha. V letu 2015 je RDO izvedla 8 študijskih tur za tuje novinarje, slovenske turistične novinarje, šole, razvojne agencije in turistične agencije. Nad pripravljenimi programi so bili vsi udeleženci navdušeni, o čemer so tudi pisali v svojih prispevkih. Aktivno sodelovanje z STO pri pripravi tur za tuje novinarje (pošiljanje mesečnih novic na STO priprava programov za študijske ture...)

- Organizacija lastnih študijskih tur za različne ciljne skupine (novinarji, šole, turistične agencije in vodniki, blogerji...)
- Študijske ture za učitelje in ravnatelje slovenskih šol (posebej prilagojeni programi glede na učne načrte v OŠ, predvidoma dve študijski turi, ena v Cerknici, Blokah in Loški dolini, druga v Pivki, Postojni in Ilirski Bistrici. Programi bodo dogovorjeni z zainteresiranimi ponudniki na terenu in morebitnimi novostmi v njihovi ponudbi)
- Študijska tura za fotografe (Organizacija ture za vse profesionalne fotografe, ki bodo svoje posnetke objavili v strokovnih medijih in literaturi. S tem bomo nagovorili njihove bralce in sledilce k obisku naše regije skozi posebna doživetja našega naravnega okolja.)
- Študijska tura v okviru borze/sejma Natour Alpe Adria (Na temo aktivnega oddiha; ker bo študijska tura potekala januarja se bomo osredotočili na Bloke, kjer ponujajo tek na smučeh in kajtanje na snegu. V primeru neugodnih vremenskih pogojev bomo organizirali unikatno doživetje podzemlja z jamskim trekkingom.)

4. Operativne naloge:

Izobraževanja

- Tečajji tujih jezikov

Glede na interes turističnih ponudnikov bomo nadaljevali z izvedbo tečajev tujih jezikov in sicer angleščine, italijanščine in nemščine (nadaljevalni). Preveriti interes za španski in francoski jezik.

- Delavnice

Za člane RDO bomo organizirali krajše delavnice na različne tematike, ki jih bodo predlagali sami ponudniki (npr. delavnica na tematiko ponudbe žganj in vin...). V letu 2015 so bile organizirane in izvedene delavnice preslabo obiskane, tako da bomo v letu 2016 morali poiskati tudi drugačen koncept tovrstnega dela s ponudniki. Predlog je, da s konkretno in ciljno obliko svetovanja in strokovne podpore na terenu dvignemo kakovost ponudbe naše regije. Primer: Potrebujemo urejene degustacijske centre na turističnih kmetijah (dvig kvalitete), ki jih ob zainteresiranosti lastnikov lahko z individualnim pristopom (ogled in načrt izboljšav ter stroškovnik za ureditev prostora- brezplačna pomoč arhitekta, oblikovalca) izboljšamo, da postanejo privlačnejše za obisk zaključenih skupin.

- Izobraževanja za ponudnike

Predlogi programskega sveta glede izobraževanja turističnih ponudnikov so se nanašali na poznavanje vina in strežbe vin, poznavanje lokalne hrane (za gostince) ter urejenost, čistoča in pravilen sprejem gostov (za sobodajalce). Predlog krajšega izobraževanja se je nanašal tudi na uporabo davčnih blagajn za sobodajalce (možnost razširitve tudi na druge sektorje).

- **Izobraževanje za informatorje v TIC**

RDO je v letih 2014 in 2015 organizirala izobraževanje za informatorje v TIC. Pred glavno turistično sezono smo jim predstavili regijo in turistično ponudbo celotnega območja. Pridobili so znanje kako sprejeti gosta, ga pravilno nagovoriti in mu predstaviti našo ponudbo. Udeleženci so bili seznanjeni tako z informiranjem obiskovalcev kot z ostalim organizacijskim delom v TIC – vodenje evidenc, priprava programov, kontakt s ponudniki... V letu 2016 bosta izvedeni dve izobraževanji za še bolj kvalitetno delo informatorjev.

Lokalni vodniki

Na predlog TIC-ev in na podlagi povpraševanja s terena bomo ponovno organizirali izobraževanje za lokalne turistične vodnike za pridobitev licence turističnega vodnika po Zelenem krasu. V zadnjih 6 letih sta bili izpeljani dve izobraževanji na nivoju regije (2011, 2013), preko katerih je licenco pridobilo 90 vodnikov. Novi vodniki bodo tako dobili znanje in izkušnje za vodenje skupin in posameznikov po Zelenem krasu.

Za obstoječe lokalne turistične vodnike pripraviti osvežitveni del, vključi se poseben modul na temo interpretacije dediščine (lahko tudi retorike).

Uskladitev z občinami, kjer ni možno izdati vodniških izkaznic, da za to poskrbi RRA Zeleni kras.

Strokovna ekskurzija

Strokovna ekskurzija je pomembno orodje, s katerim dobijo lokalni ponudniki vpogled v novosti in potek dela v ostalih destinacijah, ravno tako pa se na ekskurziji med seboj srečajo in povežejo med sabo ter tako dodatno utrdijo medsebojne povezave.

Podan je bil predlog, da organiziramo in izvedemo dvodnevno študijsko turo (z eno nočitvijo). Zbiramo predloge za obisk primerov dobrih praks, doma in v tujini.

Urniki, kontakti, najpomembnejše informacije

Tiskano gradivo za vse ponudnike z urniki, kontakti in glavno ponudbo gostincev v regiji, ki bo posameznikom olajšalo iskanje hitrih informacij, ki jih gostje iščejo. Pripraviti na podoben način kot to že obstaja za znamenitosti Zelenega krasa.

5. Razvojne naloge:

Razvoj novih turističnih produktov

Razvoj produkta opazovanje živali in interpretacija naravnega okolja (fotografija, vodenje, doživetje...). V novembru 2015 smo za pridobitev idejnih izhodišč za oblikovanje novih produktov organizirali 3-dnevna delavniška srečanja z zainteresiranimi ponudniki in drugimi turističnimi deležniki v regiji. Delo se bo v 2016 nadaljevalo, predvidena je tudi prijava projekta na to temo na javni razpis čezmejnega sodelovanja s Hrvaško (januar 2016), v okviru katerega so predvidene tudi manjše investicije v obnovo naravne in kulturne dediščine oziroma v izgradnjo infrastrukture za obiskovalce (parkirišča, opazovalnice za živali, poti, dostopi, razgledišča,...) .

Razvoj igranih doživetij, ki se bodo odvijala po različnih lokacijah v regiji. Glavni namen je gostom ponuditi nov dogodek, kjer bodo na enem mestu lahko doživeli šov, spoznali lokalne zgodbe in posebnosti ter okusili pristno domačo hrano. Glavne aktivnosti v prvi fazi bodo priprava atraktivnih zgodb in lokacij ter angažiranje oseb, ki bodo sodelovale na tovrstnih dogodkih. Načrtujemo, da bi bilo možno produkt celovito razviti (kostumografija, scenografija...) v okviru projektov, ki jih bomo prijavi na javne razpise.

RDO bo sodelovala pri promociji lokalne kulinarike skozi obstoječe regionalne prireditve (Krompirjeva noč...), ali pri pripravi novih (koline, krompir v zevnici...), ter preverila možnost urejanja in razvoja konjeniških poti.

Predlogi Programskega sveta so se nanašali še na sodelovanje s šolami in univerzami glede izdelave seminarских in diplomskih nalog iz področja turistične ponudbe in novih produktov. Te lahko predstavljajo nabor idej in izhodišče za nadaljnji turistični razvoj regije.

RDO bo v sodelovanju s posameznimi partnerji stopila v kontakt s Slovenci, živečimi v tujini, ter preko njih poskusila promovirati regijo (uporabiti tudi predstavništva Slovenije v tujini). V primeru večjega interesa bomo organizirali srečanje Slovencev po svetu v naši regiji.

Statistika

V avgustu 2015 je RDO pripravil anketni vprašalnik za goste, ki prenočijo na Zelenem krasu. Te ankete so bile razdeljene na 100 naslovov ponudnikov namestitev. Prve odgovore smo že prejeli in z njimi okviren vpogled v obiskovalce naše regije. Obdelavo anket z analizo in interpretacijo podatkov bomo opravili do konca leta 2015.

- Pripraviti lično oblikovano anketo in vključiti nagrado za izpolnjeno anketo. Na tak način bodo tisti, ki anketo izpolnijo, sodelovali v žrebanju za nagrado (simbolično darilce).

Implementacija znamke Zeleni kras

Prepoznavnost znamke in destinacije je treba med turisti okrepiti tako z verbalno kot tudi skozi vizualno komunikacijo. Gostom je treba veliko bolj poudarjeno sporočati, da se nahajajo na turistični destinaciji Zeleni kras. Za to je potrebno razviti celostno podobo različnih funkcionalnih označb ali gadgetov, kot na primer:

- Za gostince: nalepke, označitve za na menije postavki za kozarce...
- Za ponudnike nastanitev: oblikovano pismo dobrodošlice na destinaciji Zeleni kras v sobah gostov...
- Za informatorje in promotorje: namizne zastavice Zeleni kras za sestanke, recepcije, TIC-e...
- Promo gadgeti: USB kartice...