

POROČILO O DELU RDO POSTOJNSKA JAMA-ZELENI KRAS ZA LETO 2014

1

Poročilo pripravil:

Dejan Iskra

vodja RDO

Boštjan Požar

direktor RRA

Pivka, 12.11.2014

Vsebina

1. UVOD s kratkim povzetkom.....	4
2. DISTRIBUCIJSKA FUNKCIJA	6
2.1 SPLET	6
2.2 STATISTIKA SPLETNE STRANI	8
3. PROMOCIJSKA FUNKCIJA.....	9
3.1 TURISTIČNI SEJMI IN PREDSTAVITVE.....	9
3.2 TISKANI MATERIAL.....	13
3.3 OBJAVE V MEDIJIH.....	13
PR objave in oglaševanje	13
Uredniške objave v medijih	14
3.4 ŠTUDIJSKE TURE ZA NOVINARJE.....	14
3.5 SODELOVANJE S TURISTIČNIMI AGENCIJAMI.....	15
4. OPERATIVNE NALOGE	16
4.1 REDNA KOMUNIKACIJA S ČLANI	16
Uvodna srečanja s turističnimi ponudniki	17
Obiski turističnih ponudnikov na terenu	17
Srečanje članov RDO.....	17
4.2 IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE ČLANOV	18
Tečaja tujih jezikov	18
Tematske delavnice	18
Strokovna ekskurzija za člane v Vulkanland	19
Usposabljanje za turistične informatorje.....	19
5. RAZVOJNE NALOGE.....	20
5.1 TURISTIČNI PROJEKTI.....	20
5.1.1 PRIPRAVA RRP IN TURIZEM.....	20
5.1.2 PRIJAVE NA RAZPISE EU	20
6. FINANČNO POROČILO RDO POSTOJNSKA JAMA-ZELENI KRAS.....	21
6.1. ODHODKI	21
6.1.1. STROŠKI DELA	21
6.1.2. STROŠKI IZVEDBE PROGRAMA DELA.....	22
6.2 VIRI FINANCIRANJA IN PRIHODKI RDO	23
6.2.1. PRORAČUNSKI VIRI OBČIN	24
6.2.2. PRIHODKI IZ JAVNIH RAZPISOV.....	24

6.2.3. SOFINANCIRANJE S STRANI ZASEBNEGA SEKTORJA	24
6.2.4. PRIHODKI IZ LASTNE DEJAVNOSTI RDO	25
6.2.5. FINANCIRANJE S STRANI RRA	25
7. REZULTATI DELA RDO IN REZULTATI V TURIZMU	25
7.1 VREDNOTENJE DELA	25
7.2 OBISK, NOČITVE, KAPACITETE	26

1. UVOD s kratkim povzetkom

Izteka se prvo leto delovanja RDO Postojnska jama-Zeleni kras (RDO) na podlagi sprejetega skupnega vsebinskega in finančnega programa dela. Na osnovi potrjenega poslovnega modela delovanja RDO je bil vzpostavljen Programski svet, ki ga predstavljajo predstavniki javnega, zasebnega in nevladnega/civilnega sektorja, ki delujejo na področju turizma v Notranjsko-kraški regiji. RDO je v sodelovanju s Programskim svetom kot strokovnim posvetovalnim organom pripravila Program dela RDO za leto 2014, ki ga je potrdil razvojni svet Notranjsko-kraške regije na 4. seji 26. februarja 2014.

RDO je v prvi četrtini leta svoje delovanje usmerjal predvsem v vzpostavitev članstva. Do konca leta se je tako v RDO včlanilo 80 organizacij in posameznikov, ki delujejo na področju turizma v regiji. Delo s člani je tako predstavljajo pomemben del notranjih dejavnosti RDO in je ob koncu leta prineslo zadovoljive rezultate, ki se kažejo v redni obojestranski komunikaciji in boljšemu medsebojnemu poznavanju, pridobljenemu zaupanju v RDO ter relativno dobremu odzivu članov pri načrtovanju in izvajanju skupnih aktivnosti. Najboljši odziv članov smo opazili pri izvajanju izobraževalnih aktivnostih, namenjenih članom. V prihodnje je zato treba nadaljevati z začetim delom in posvečati veliko pozornosti potrebam ponudnikov na terenu ter zadovoljstvo članov z delom RDO tudi ovrednotiti s pomočjo ankete.

Zunanje aktivnosti RDO so se v prvem letu, skladno s prioritetami, osredotočale na tri glavne sklope: sejensko delo, urejanje internetnih vsebin in spletno promocijo ter sodelovanje s turističnimi agencijami in organizatorji potovanj. Vse našteje aktivnosti smo, skladno z usmeritvami programa, izvajali na italijanskem in slovenskem trgu in so bile v prvi vrsti namenjene večanju prepoznavnosti turistične znamke Zeleni kras. Istočasno s promocijo na sejnih poteka tudi vključevanje v stalne programe turističnih agencij. Ob obiskih in predstavitev smo ugotovili, da veliko agentov in organizatorjev potovanj pozna glavno turistično ponudbo Zelenega krasa, vendar je za enkrat še ne vključujejo v svoje stalne turistične programe (iz tega sta izvzeta Postojnska jama in Predjamski grad). Ostali turistični ponudniki in znamenitosti Zelenega krasa so v programe vključeni le za nekatere skupine, ki se odločijo za obisk manj poznanih, a vseeno izredno atraktivnih točk. Turistične agencije potrebujejo več časa, da se odločijo za vključitev nove ponudbe v svoje programe, ključ do tega pa vsekakor predstavlja stalno obveščanje, prisotnost na trgu ter razvoj in dvig kakovosti turistične ponudbe na terenu.

Čeprav gre za delo, ki rezultate prinaša na daljši rok, se odzivi z italijanskega trga že kažejo v obliki prejetih povpraševanj, tako s strani turističnih agencij kot individualnih obiskovalcev. Izrednega pomena je, da se destinacija konstantno pojavlja na izbranih trgih, saj lahko le na takšen način doseže kontinuiteto in dvigne svojo prepoznavnost.

Manj pozornosti je bilo v prvem letu namenjene PR objavam, študijskim turam oziroma privabljanju tujih novinarjev v destinacijo ter razvoju turističnih produktov. V te aktivnosti naj bi več energije in sredstev namenili v letu 2015. Z razvojem kakovostnih in inovativnih produktov ter na tej osnovi različnih turističnih programov in paketov bomo bolj zanimivi tudi za turistične agencije in tour operaterje, še posebej butične.



POSTOJNSKA JAMA
CAVE-GROTTE-HÖHLE



NOTRANJSKO - KRAŠKE REGIJE, d.o.o.

Sicer lahko leto 2014 v turizmu označimo kot pozitivno. Število obiskovalcev vseh glavnih zanimivosti in število nočitev je naraščalo, največji napredek, za več kot 30 % porast, smo zabeležili v avgustu. V Postojni je bil odprt osrednji turistični informacijski center, rahlo se je povečalo število turističnih kapacitet, v zaključni fazi so tri pomembne kulturne atrakcije (Muzej krasa v Postojni, Razstava o Postojnski jami, nova razstava v Parku vojaške zgodovine v Pivki), ki bodo pomembno obogatile ponudbo regije na področju kulturnega turizma.

2. DISTRIBUCIJSKA FUNKCIJA

2.1 SPLET

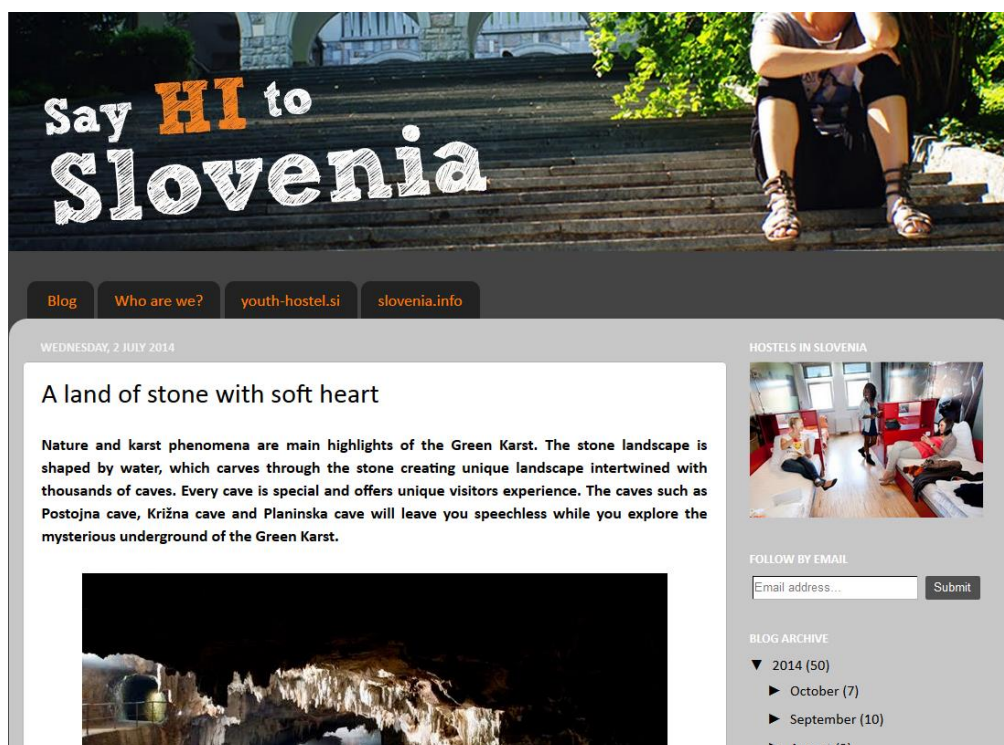
Delo distribucijske funkcije je potekalo na posodabljanju obstoječih zapisov in vnašanju novih ponudnikov in zapisov na **spletno stran** www.zelenikras.si. Glavni namen te aktivnosti je bil čim višja uvrščenost spletne strani na spletnih iskalnikih ter posledično povečana promocija celotnega območja Zeleni kras. Pripravljena je bila **baza prejemnikov spletnih novic**, ki se redno posodablja in dopolnjuje (3107 prejemnikov v slovenščini, 338 prejemnikov v italijanščini, 1803 prejemnikov v angleščini, 340 v hrvaščini). S spletnim orodjem Google Analytics se dnevno spremlja gibanje obiska spletne strani.

Vzpostavljen je bil **kanal na portalu Youtube**, kjer se objavljajo videoposnetki Zelenega krasa. Na družabnih spletnih omrežjih RDO objavlja novice, povezave, fotografije in objave dogodkov z namenom čim širše promocije destinacije Zeleni kras.

Januarja 2014 je RDO podpisala pogodbo s podjetjem **Feratel AG**. V okviru podjetja deluje **centralni rezervacijski sistem**, ki predstavlja dodatno možnost vključevanja lokalnih ponudnikov nastanitev, predvsem tistih z manjšimi prenočitvenimi kapacitetami. Podpisana pogodba omogoča ponudnikom nastanitev, da se v rezervacijski sistem vključijo preko RDO. Njihova ponudba je vidna na uradnem slovenskem portalu www.slovenia.info in spletni strani www.zelenikras.si. Ponudnik se vključi brezplačno, plača pa 10% provizijo na izvedeno rezervacijo (8% RDO in 2% Feratel), pri čemer se provizija RDO prenese v program dela. Skupaj s podjetjem AV studio, ki skrbi za tehnično delovanje spletne strani [zelenikras.si](http://www.zelenikras.si), smo vzpostavili novo možnost direktnih rezervacij (z iskalnikom) na našem skupnem portalu. Do letošnjega leta ni bila izvedena še nobena rezervacija nočitev.

5. maja 2014 (trajala do 24. junija 2014) je RDO pričela z oglaševanjem preko orodja **Google AdWords** pri podjetju Spletnik d.o.o. Oglaševalska akcija je bila izredno usmerjena, osredotočili smo se na severni del Italije, kjer so v letošnjem letu že potekale predstavitve na turističnih sejmihi. Akcija je vključevala prikazovanje oglasov po ključnih besedah ter prikazovanje slikovnih oglasov na izbranih spletnih portalih. Skupno se je prikazalo preko 790.000 oglasov, z oglaševalsko kampanjo pa smo pridobili 1379 klikov na spletno stran [zelenikras.si](http://www.zelenikras.si).

Na evropskem gastronomskem portalu tastingeurope.com je bila objavljena tradicionalna kulinarika Zelenega krasa. Objavljeni so bili recepti, fotografije in povezava na naš spletni portal www.zelenikras.si. Turistična ponudba regije je predstavljena tudi na spletnem portalu [slovenia.holidays](http://www.slovenia.holidays) ter blogu say.hi.to.slovenia (<http://hislovenia.blogspot.com/2014/07/a-land-of-stone-with-soft-heart.html>). Prisotnost na čim večjem številu portalov je pomembna, saj omogoča boljšo uvrščenost in vidnost domače strani.



Slika 1 Blog Say hi to Slovenia



Slika 2 Spletni portal Slovenia.holidays

Turistična destinacija Zeleni kras je bila vključena v dve mobilni aplikaciji: MOBOFF – Slovenski turistični vodič ter Monolit2GO. V prvi aplikaciji, ki je na voljo brezplačno, so zbrani vsi ponudniki, ki so predstavljeni na spletni strani zelenikras.si. V aplikaciji Monolit2Go so zbrane kolesarske poti, naravne in kulturne znamenitosti v naši regiji, aplikacija pa je plačljiva in namenjena predvsem aktivnim turistom.

25. julija 2014 je bil pripravljen in objavljen **prevod spletne strani** zelenikras.si v nemški jezik. Nova jezikovna različica omogoča dodatno promocijo na avstrijskem, nemškem ter ostalih trgih, kjer je nemščina prevladujoči ali drugi jezik.

2.2 STATISTIKA SPLETNE STRANI



Slika 3 Graf obiska spletne strani www.zelenikras.si

V letu 2014 (do vključno oktobra) je spletno stran obiskalo 23.469 spletnih uporabnikov, ki so izvedli 29.595 sej ter pri tem obiskali 157.390 podstrani. V primerjavi z letom 2013 je ta številka nižja, saj je v 2013 spletno stran obiskalo 24.626 obiskovalcev, ki so izvedli 31.643 sej ter obiskali 146.564 podstrani. Razlika gre predvsem na račun manj sredstev namenjenih spletni oglaševalski kampanji (google adwords) in usmeritvi kampanje na ožji trg (severna Italija) v 2014. Če pa zanemarimo večji porast števila obiskovalcev spletne strani v času izvajanja kampanje v letu 2013, ki je tako prispeval tudi k večji skupni številki, je pozitivno dejstvo, da je v letu 2014 število mesečnih obiskovalcev skozi vse leto za približno 1.000 obiskovalcev večje od mesečnih obiskovalcev v letu 2013.

3. PROMOCIJSKA FUNKCIJA

Promocijske aktivnosti, ki jih je v letu 2014 izvajala RDO, so se nanašale na predstavitve na domačih in tujih turističnih sejmih in prireditvah, objave v medijih, izdajo tiskanega promocijskega materiala ter direktni marketing (osebni obiski na terenu):

- **4 turistični sejmi v Sloveniji** (Alpe Adria: Turizem in prosti čas, Festival za tretje življenjsko obdobje Ljubljana, SIW 2014, Narava-Zdravje)
- **6 regionalnih prireditev v Sloveniji** (Festival MalVin v Novem mestu, Dnevi mesta Celje, Furmanski praznik Postojna, Dnevi kobilarne Lipica, Kmetijska tržnica Ilirska Bistrica ter 4 predstavitve na stojnici STIC v Ljubljani)
- **6 sejmov v Italiji** (Ferrara Liberamente, Padova Turismo e vacanze, Vicenza Gitando.All, Borsa del turismo Grande Guerra Gorica, Bergamo NoFrills in Barcolana v Trstu)
- **Izdaja 15.000** katalogov o naravni dediščini z naslovom Dva obraza enega sveta
- **Izdaja 50.000** zemljevidov Zeleni kras
- **Izdaja 100** urnikov s cenikom vstopnin znamenitosti na Zelenem krasu
- **11 objav** v tiskanih medijih in televizijskih oddajah RTV SLO
- **60 obiskov turističnih agencij** (32 Italija, 18 Hrvaška, 10 Slovenija)

3.1 TURISTIČNI SEJMI IN PREDSTAVITVE

9

Sejem Alpe Adria: Turizem in prosti čas 2014; 29.1.2014 - 1.2.2014; Gospodarsko razstavišče Ljubljana I.

Na skupnem sejmskem prostoru Zeleni kras so se v štirih dneh predstavili lokalni turistični ponudniki iz celotne regije. Na sejmu so sodelovali: LAS Društvo za razvoj podeželja med Snežnikom in Nanosom, Park vojaške zgodovine Pivka, Notranjski muzej Postojna, Zavod Jezerski hram Cerknica, Eko muzej Pivških presihajočih jezer, Rihard Baša iz Ilirske Bistrice, Posestvo Rečou iz Zajelšja, turistični agenciji Tuam in Autentica ter turistični društvi Pudgura in Rakek. Sejem Alpe Adria je obiskalo 14.800 obiskovalcev, na njem pa je razstavljalo 322 ponudnikov iz 12 držav. Nižji udeležbi na sejmu je botrovala tudi vremenska ujma s snegom in žledolom. Sejem je največji tovrstni sejem v Sloveniji. Na žalost pa ne privablja dovolj velikega števila obiskovalcev, ki bi bili potencialni kupci turistične ponudbe v Sloveniji. Večina obiskovalcev pozna ponudbo Zelenega krasa (Notranjsko-kraške regije), veliko je zanimanja za kolesarske poti (zemljevide) po regiji.



Slika 4 Sejemski prostor AA:TIP

Slika 5 Sejemski prostor F3ŽO

Slovenska turistična borza (SIW 2014); 16.5.2014, Nova Gorica

SIW predstavlja najpomembnejšo B2B borzo v Sloveniji. Vsako leto se je udeleži veliko število predstavnikov slovenskih turističnih ponudnikov, katere obiskujejo tuji turistični agenti in organizatorji potovanj. RDO je delila skupno mizo z Notranjskim muzejem Postojna. Po predhodnih najavah smo imeli 20 sestankov s predstavniki turističnih agencij in tour operaterjev, ki so večinoma prišli iz držav zahodne in srednje Evrope, nekaj jih bilo tudi iz vzhodnoevropskih držav. Na sestankih smo predstavili ponudbo atrakcij Zelenega krasa, možnosti za skupno sodelovanje pri pripravi turističnih paketov in možnosti za nočitve in kulinariko v naši regiji. Vsi partnerji so prejeli mapo s tematskimi brošurami in zemljevidom Zelenega krasa. Vodja RDO vzdržuje stike s predstavniki turističnih agencij, s pošiljanjem opisov, turističnimi programi, fotografijami...

Festival za tretje življenjsko obdobje (F3ŽO); 29.9.-1.10.2014, Cankarjev dom Ljubljana

F3ŽO je prireditev, namenjena primarno starejši generaciji in upokojencem. Ciljna publika F3ŽO predstavlja izredno pomembno bazo oseb in društev, ki organizirajo izlete po Sloveniji. Tridnevno prireditev je obiskalo preko 15.000 obiskovalcev, zanimanje za izlete in ponudbo Zelenega krasa pa je bilo izredno veliko. Na sejemskem prostoru so se poleg RDO predstavili še posamezni ponudniki (Park vojaške zgodovine Pivka, Jezerski hram – muzej Cerkniškega jezera, Notranjski muzej Postojna, TIC Lož in TA Autentica), ki so bili z odzivom izredno zadovoljni.

Skladno s programom dela se je RDO udeležil 6 turističnih sejmov v severni Italiji.

- **Ferrara Liberamente (1.2.-2.2.2014)**

RDO je na sejmu Liberamente v Ferrari zakupila polovico pulta, ki si ga je delila s Postojnsko jamo d.d. Sejem je bil primarno namenjen kamperjem in vsem tistim, ki so iskali informacije za aktivno preživljanje prostega časa v naravi. Sejem je bil izredno dobro obiskan, po ocenah razstavljalcev ga je obiskalo okrog 45.000 obiskovalcev. RDO je v času trajanja sejma obiskala tudi 4 turistične agencije ter jim predstavil možnosti za skupno sodelovanje pri pripravi turističnih programov za turistično destinacijo Zeleni kras.

- **Padova Turismo e Vacanze, Verdecasa, Camper (14.3.-16.3.2014)**

Na sejmu v Padovi si je RDO delila pult s Termami Topolščica. Obisk sejma je bil dober, veliko individualnih gostov se je zanimalo za ponudbo naše regije. Obiskali smo 8 turističnih agencij, katerim smo predstavili našo turistično ponudbo.



Slika 4 Predstavitveni prostor v Padovi



Slika 5 Predstavitveni prostor v Vicenzi

- **Vicenza Gitando.All (3.4.-6.4.2014)**

Sejem Gitando.All v Vicenzi je bil namenjen širši javnosti, kamperistom in invalidom, ki so iskali nove turistične destinacije za svoj oddih. RDO je delila pult s Hotelom Rogaška Slatina. Obiskali smo 12 turističnih agencij, katerim smo predstavili našo regijo in jih povabili k pripravi skupnih turističnih programov.

- **Festival e-Storia, 23.5.2014, Gorica (Italija)**

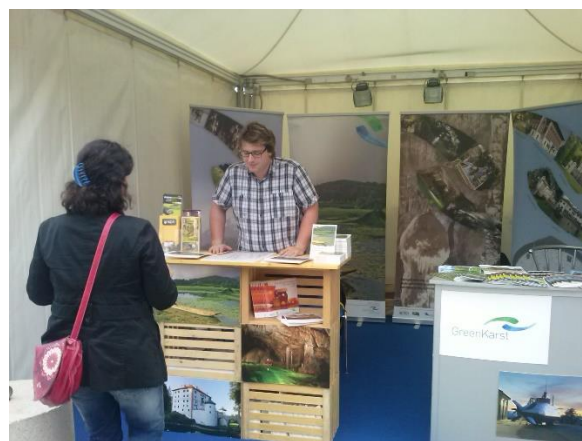
V sklopu festivala je potekala prva turistična borza na temo 1. sv. vojne **Borsa del turismo della Grande Guerra**. Od leta 2014 do 2018 obeležujemo 100. obletnico tega pomembnega dogodka. V sodelovanju z STO Milano se je RDO udeležila dogodka, kjer je predstavljal program na temo 1. svetovne vojne, ki vključuje občini Postojno in Pivko. RDO je vzpostavil koristne povezave z nekaterimi italijanskimi turističnimi agencijami in odgovornimi za pripravo šolskih izletov za italijanske šolarje.

- **Bergamo NoFrills (26.9.-27.9.2014)**

RDO se je udeležila B2B (business to business) borze **NoFrills v Bergamu** (Italija), kjer je iskala stike in promovirala Zeleni kras med italijanskimi turističnimi agencijami in organizatorji potovanj. V času trajanja sejma je RDO skupaj s predstavnico Term Maribor obiskala 2 turistični agenciji v okolici Padove.



Slika 6 Sejamski prostor v Ferrari



Slika 7 Sejamski prostor na Barcolani (Trst)

- **Barcolana Trst (8.10.-12.10.2014)**

Od 8.10 do 12.10 se je Zeleni kras predstavljala na regati **Barcolana 2014** v Trstu. RDO je zakupila celoten šotor, kjer so obiskovalci na dveh pultih dobili turistične informacije o regionalni kulinariki, kulturi, zgodovini ter možnostih za nastanitve in izlete. Na predstavitvenem prostoru so sodelovali tudi turistični ponudniki Zelenega krasi (Notranjski muzej Postojna, Jezerski hram, Park vojaške zgodovine Pivka). Obisk Barcolane je bil izjemno dober, prireditev si je ogledalo preko 300.000 obiskovalcev, pretežno iz Trsta in okolice, ki predstavljajo izjemen bazen potencialnih turistov za Zeleni kras. Obiskovalci so izkazali velik interes za turistično ponudbo regije. V času trajanja sejma se je razdelilo izredno veliko promocijskega gradiva (1000 zemljevidov, 400 brošur Dva obraza enega sveta, 250 brošur Zgodbe z razgledom, 300 izvodov V osrčju Zelenega krasi (Vodnik po Postojni, vključno z zemljevidi mesta), 300 izvodov Križna jama, 700 izvodov Brkinska sadna cesta, 100 izvodov grad Prem, 100 izvodov Postojnska jama, 100 izvodov Predjamski grad, 250 izvodov Park vojaške zgodovine. Izredno pomembno je da se na stojnici nahaja material v italijanskem jeziku (kar velja tudi za ostale sejme v Italiji), pa tudi v slovenskem jeziku, saj je med obiskovalci precej zamejcev.

RDO je sodelovala tudi na **lokalnih in regionalnih prireditvah po Sloveniji**. Kot (so)organizatorji so nekatere RDO ostalim destinacijam ponudile brezplačne stojnice, zato smo to možnost izkoristili za predstavitev ponudbe regije v **Novem mestu** (Festival MalVin, 6.6.-7.6.2014) in v **Celju** (Dobimo se v mestu, 20.6.2014). RDO se je skupaj z zainteresiranimi turističnimi ponudniki predstavljala na brezplačni stojnici pred **Slovenskim turističnim informacijskim centrom** v Ljubljani na Krekovem trgu. Predstavitve v Ljubljani so potekale od junija do septembra, enkrat na mesec. Na domačem terenu je RDO predstavljala celotno ponudbo regije na predstavitev v Lipici (**Dnevi kobilarne Lipica**, 14.9.2014), **Kmetijski tržnici** v Ilirski Bistrici (20.9.-21.9.2014) ter na **Furmanskem prazniku** v Postojni

(6.6.2014). Prisotnost in predstavitve na domačem terenu so izjemno pomembne, saj dvigajo prepoznavnost RDO in znamke Zeleni kras med lokalnimi ponudniki turističnih storitev.

3.2 TISKANI MATERIAL

Zaradi pomanjkanja izvodov je bila v 15.000 izvodih posodobljena in ponatisnjena brošura **Dva obraza enega sveta**, v kateri je predstavljena naravna dediščina Zelenega krasa. Ponatis je izšel v treh jezikih (slovenščina, angleščina, italijanščina). Zaloga bo zadostovala za potrebe promocije v letu 2015.

RDO je pripravila ponatis **trgank/zemljevidov Zeleni kras**, kjer je na eni strani predstavljena celotna regija, na drugi strani pa se nahajajo občinski zemljevidi z lokalno ponudbo. Posodobljeni zemljevidi so na stojnicah, sejmi in ostalih predstavitvah največji magnet in promocijsko gradivo, po katerem obiskovalci najraje posegajo. Ponatisnjenih je bilo 50.000 zemljevidov. Zaloga bo zadostovala za potrebe promocije v letu 2015.

RDO je pripravila **seznam urnikov s cenikom vstopnin za turistične znamenitosti Zelenega krasa**. Natisnili in plastificirali smo 100 seznamov, ki smo jih skupaj z navadnimi natisnjenimi seznammi poslali članom RDO. Gre za koristen in praktičen pripomoček, ki omogoča, da imajo ponudniki zbrane informacije na enem mestu in vedno pri roki in jih lahko posredujejo gostom.

3.3 OBJAVE V MEDIJIH

PR objave in oglaševanje

RDO je pripravila vsebino za objavo v turističnem tiskanem vodniku **Summer Guide 2014**, ki ga v angleškem jeziku enkrat letno izdaja Slovenia Times. Natisnjenih je bilo 20.000 tiskanih izvodov, ki so se distribuirali v Marche restavracijah na avtocestnem križu, Letališču Jožeta Pučnika, letališču Marco Polo v Benetkah, letališču v Gradcu, pri ponudniku nizkocenovnih prevozov na letališča go-Opti, v večjih hotelih po Sloveniji, v TIC-ih in LTO-jih, na pomembnejših turističnih točkah (Postojnska jama, Lipica, Ljubljanski grad...), na mednarodnih dogodkih in v slovenskih termah ter zdraviliščih. Elektronska verzija in posamezni oglasi so bili distribuirani tudi preko spleta, socialnih omrežij in mobilne aplikacije. Vodnik je namenjen tujim in domačim obiskovalcem slovenskih turističnih destinacij. V letošnji izdaji je bila enostranska predstavitev destinacije Zeleni kras s poudarkom na aktivnostih v naravi. Na ostalih straneh so se pod ugodnimi pogoji predstavili zainteresirani člani RDO. Svojo ponudbo so izpostavili Loška dolina (Javni zavod za turizem in kulturo grad Snežnik), Križna jama, Lipizzaner Lodge in B&B Trnje.

Zeleni kras se je predstavil tudi v **Turističnem priročniku: Dobra ideja za izlet in počitnice**, ki ga izdaja podjetje Vaš profit d.o.o./Koroški splavarji na Dravi. V poletni izdaji (izid 17.6.2014) smo na eni strani bralcem predstavili turistično destinacijo Zeleni kras s predlogi za različna doživetja v naši regiji. Distribucija 30.000 tiskanih izvodov je potekala od 18.6. dalje po nakupovalnih centrih Tuš.

Regija Zeleni kras in njene naravne ter kulturne znamenitosti so bile v poletnih mesecih predstavljene tudi v članku v reviji **Avtodom**. Objava v tej reviji je potekala v sodelovanju z LAS Društvo za razvoj podeželja med Snežnikom in Nanosom.

Uredniške objave v medijih

Uredniških objav RDO sistematično še ne spremlja, zato vseh nismo mogli evidentirati. V sodelovanju z **RTV Slovenija** je RDO pomagala pri organizaciji snemanj prispevkov za osrednjo televizijsko turistično oddajo Na lepše ter s snemanjem izjav za oddajo Moja Slovenija. V oddaji Na lepše je bil Zeleni kras predstavljen v treh prispevkih (Pivška jezera, glamping kamp Idila na Bloškem jezeru, Cerkljiško jezero in Lipizzaner Lodge v povezavi z angleškimi turisti).

Promocijski filmi Zeleni kras so se vrteli na štajerski lokalni televiziji **TV H2O**.

Na regionalni radijski mreži Radia 94 so bili objavljeni krajši prispevki o izvedenih in načrtovanih aktivnostih RDO.

Objave v tiskanih lokalnih, regionalnih in nacionalnih medijih.

- Zeleni kras na sejmu Alpe-Adria: Turizem in prosti čas (Pivški list, marec 2014, št. 33)
- Sestanek turističnih ponudnikov občine Pivka (Pivški list, marec 2014, št. 33)
- Dva sejma hkrati (Primorske novice, 3.2.2014)
- Lokalni turistični vodniki Zelenega krasa (Občina Postojna, 12.5.2014)
- Tržna niša je zeleni turizem (Notranjsko-kraške novice, 18.7.2014)
- Turizem je kilometrska hoja (Slivniški pogledi, avgust-september 2014)
- V družbi damjakov in muflonov (Dnevnik, Dnevnikova izvidnica, 27.8.2014)¹
- Kako se je Kras preselil na Notranjsko? (Primorske novice, 12.9.2014)

14

RDO vzdržuje dobre odnose z domačimi novinarji in reporterji ter jim pošilja sporočila o novostih in dogodkih, ki si zaslužijo predstavitev v medijih. Običajno si več pozornosti v medijih pridobijo konkretne in zanimive vsebine o izboljšavah, novostih in posebnostih ponudbe na terenu, zato bi želeli, da nam ponudniki aktualne informacije o tem bolj pogosto posredujejo, da bomo tudi mi skušali zagotoviti objave.

3.4 ŠTUDIJSKE TURE ZA NOVINARJE

Pomembno promocijsko orodje so študijske ture za novinarje, saj si z brezplačnimi objavami reportaž večamo prepoznavnost destinacije. V septembru in oktobru sta Zeleni kras obiskali **dve tuji**

¹ V Dnevnikovi izvidnici je bila z vidika turistične ponudbe ocenjena občina Ilirska Bistrica. Ocena je bila pretežno negativna. Svetovali bi večje sodelovanje z RDO pri vključevanju v tovrstne medijske akcije, saj lahko s skupnimi pripravami dosežemo boljšo sliko.

novinarski ekipi, ena iz Danske in Skandinavije, druga iz Španije. Prva skupina je obiskala Cerknško jezero, Križno jamo ter se udeležila splovitve jezerskega čolna drevaka v okviru projekta Hiša izročila. Novinarja iz Španije pa sta si ogledala pobočja Snežniške planote, del evropske pešpoti E6 ter obiskala turistično kmetijo v občini Ilirska Bistrica (Janezinovi, Ratečevo brdo). Poleg objav v specializiranih tiskanih medijih novinarji običajno pišejo tudi bloge, delijo svoje izkušnje na socialnih omrežjih in tako s promocijo od ust do ust širijo besedo o Zelenem krasu. Objave o izkušnji v Sloveniji in Zelenem krasu bodo novinarji objavljali v prihajajočih mesecih.

3.5 SODELOVANJE S TURISTIČNIMI AGENCIJAMI

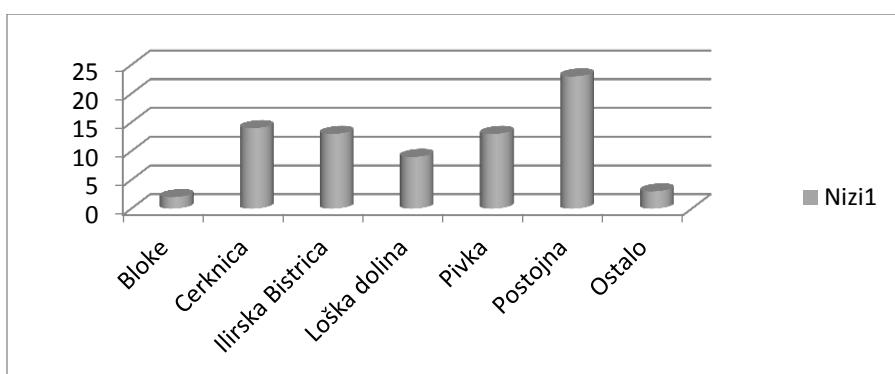
V prvem polletju je intenzivno potekalo spletno obveščanje turističnih agencij iz Italije, Srbije, Avstrije, Hrvaške, Nizozemske, Češke in Slovaške o možnostih sodelovanja. Predstavljeni so jim bili obstoječi in novi turistični programi ter možnosti za sodelovanje. Turistične agencije so vključene k prejemnikom spletnih novic, tako da redno prejemaajo informacije o turističnih produktih Zelenega krasa.

Skupaj s **TA Autentica** in **TA Argonavt** so potekali dogovori o izdelavi in vključitvi turističnih programov v njihovo ponudbo. Obe turistični agenciji sta izrazili interes za vključitev Zelenega krasa v njihove turistične pakete. Skupaj bodo sestavljeni novi in prilagojeni obstoječi turistični produkti. Predstavnici TA Argonavt je vodja RDO vodil po terenu in predstavil različne možnosti za ogled in turistične ponudnike v regiji.

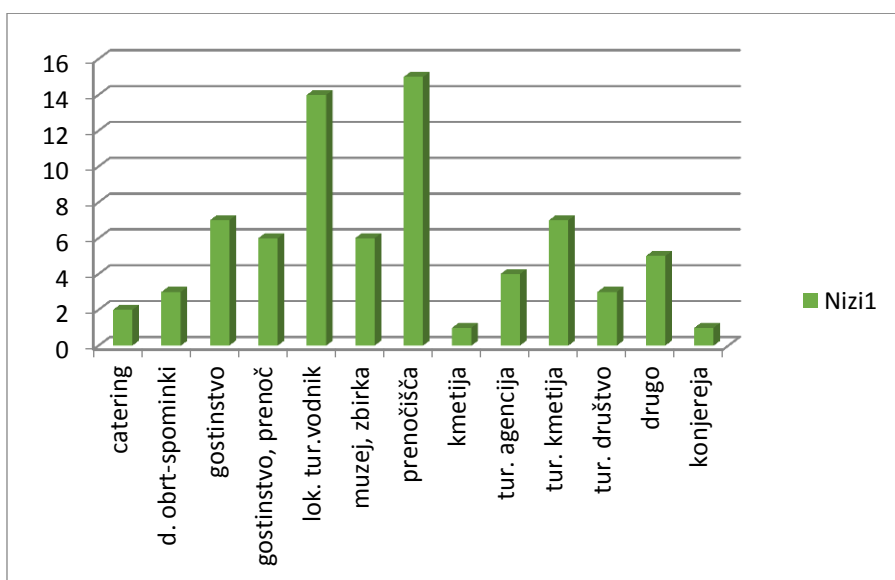
Večina slovenskih turističnih agencij pozna ponudbo turistične destinacije Zeleni kras in jo vključujejo v nekatere svoje programe. Med najbolj znane točke zagotovo sodita Postojnska jama in Predjamski grad, ki ju agencije uspešno tržijo v svojih programih. V manjši meri agencije organizirajo ogled ostalih znamenitosti kot so Cerknško jezero, Rakov Škocjan, grad Snežnik in grad Prem, Park vojaške zgodovine v Pivki... Izredno težavo predstavlja preboj v stalne programe turističnih agencij, saj so manj poznane zanimivosti običajno vključene v programe na željo naročnika izleta. RDO vlaga veliko energije na tem področju, saj je konstantno obveščanje o naši turistični ponudbi in novostih na tem področju ključnega pomena za vključitev v turistične programe.

4. OPERATIVNE NALOGE

V letu 2014 je RDO pričela z novo strukturo in organizacijo svojega delovanja. Z namenom promocije ciljev in vloge RDO ter vključitve čim večjega števila regijskih turističnih ponudnikov v RDO so potekale regionalne predstavitve programa dela za leto 2014. Članstvo RDO ob koncu leta šteje 80 ponudnikov, med katerimi so najštevilčnejši predstavniki namestitvenih kapacitet, sledijo jim lokalni vodniki in turistične kmetije ter gostinci. Med člani RDO ni upravljavca največje turistične zanimivosti Postojnske jame d.d.. Člani RDO po občinah in kategorijah so prikazani v spodnjih dveh grafih.



Slika 8 Graf članov RDO po občinah



Slika 9 Graf članov RDO po dejavnostih

4.1 REDNA KOMUNIKACIJA S ČLANI

Delo s članstvom se je pričelo s predstavitvami programa dela RDO po posameznih občinah. Med letom je bilo veliko truda usmerjenega v seznanjanje članov in turističnih ponudnikov z delom in

napredkom RDO. Potekali so obiski ponudnikov na terenu, kjer smo se podrobno seznanili z njihovo ponudbo, načrti in težavami, s katerimi se srečujejo pri svojem delu. Odziv s terena je potreben za dobro in konkretno načrtovanje programa dela. Redna komunikacija s ponudniki poteka tudi preko elektronske pošte (1-2 krat mesečno pošiljanje e-novic o aktualnih dogodkih, možnosti za sodelovanje v promocijskih akcijah, ipd) in telefona. S telefonskimi klici in e-mail sporočili posredujemo oziroma preverjamo odzivnost na povpraševanja, ki prihajajo preko RDO ali spletnega portala. Na ta način je RDO vzpostavil in vzdržuje ažurirano in aktivno bazo turističnih ponudnikov v regiji. Napredek v delu s turističnimi ponudniki se kaže v večji angažiranosti posameznikov in izboljšani komunikaciji.

Izvedeni dogodki:

- 6 uvodnih sestankov s turističnimi ponudniki po posameznih občinah
- Obiski turističnih ponudnikov na terenu (cca 50)
- 1 srečanje članov RDO

Uvodna srečanja s turističnimi ponudniki

Januarja 2014 je RDO organizirala sestanke s turističnimi ponudniki po občinah Notranjsko-kraške regije. Sestanki so potekali v:

- TIC Lož (občini Bloke in Loška dolina, 14.1.2014), 21 udeležencev
- Notranjskem muzeju Postojna (občina Postojna, 16.1.2014), 33 udeležencev
- Domu na Vidmu (občina Ilirska Bistrica, 21.1.2014), 15 udeležencev
- Kulturni dom Cerknica (občina Cerknica, 23.1.2014), 23 udeležencev
- Parku vojaške zgodovine v Pivki (občina Pivka, 25.2.2014), 20 udeležencev

Glavni namen sestankov je bila predstavitev organiziranosti delovanja in programa dela RDO za leto 2014 s povabilom k včlanitvi. Ponudnikom so bile predstavljene koristi članstva in možnosti skupnega sodelovanja v organizaciji.

Obiski turističnih ponudnikov na terenu

Skozi celo leto so potekali **obiski turističnih ponudnikov** (cca 50 obiskov v Loški dolini, na Blokah, v Postojni, Pivki, Ilirski Bistrici in Cerknici). Vodja RDO si je ogledal stanje na terenu, predstavil delo RDO in utrjeval stike s turističnimi ponudniki v regiji.

Srečanje članov RDO

RDO je 27.2.2014 organizirala prvo srečanje članov RDO. Srečanje je potekalo na turistični kmetiji Logarjevi v Žerovnici. Na srečanju se je predstavila tuja gostja iz Estonije, ki je zbranim predstavila tudi nekatere možnosti za sodelovanje pri projektih Leader. Prvega srečanja se je udeležilo 20 članov RDO.

4.2 IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE ČLANOV

V prvem letu delovanja RDO smo si glede na finančne in organizacijske zmožnosti zastavili skromnejši program izobraževanja članov, ki pa smo ga izvedli v celoti in z relativno dobrim odzivom članov. Organizirali smo tematska srečanja in delavnice, 2 tečaja tujih jezikov in strokovno ekskurzijo z ogledom dobrih praks. Poleg lastne organizacije dogodkov člane tudi redno obveščamo o možnostih izobraževanja in usposabljanja drugih organizatorjev ali o novostih v turizmu. Stik s ponudniki in podpora sta izredno pomembna, saj se tako vzpostavi zaupanje in trajno sodelovanje med ponudniki in RDO.

Izvedeni so bile naslednji dogodki:

- 2 tečaja tujih jezikov za člane RDO (začetni tečaj angleščine in italijanščine)
- 5 tematskih delavnic za člane RDO (gost iz Latvije, dietne zahteve v kulinariki, kakovost v namestitvah in EU marjetica, dostopnost v turizmu, 7 korakov do mednarodnih gostov)
- Strokovna ekskurzija in ogled dobrih praks v Vulkanland
- Usposabljanje za turistične informatorje v TIC Zeleni kras
- Redno obveščanje o novostih

Tečaja tujih jezikov

Za člane RDO sta od marca do junija potekala **dva tečaja tujih jezikov**. Na podlagi zbranih potreb preko izvedenih anket smo organizirali začetni tečaj angleškega jezika (30-urni), ki ga je izvajal zavod Ars Palada iz Loške doline ter tečaj italijanskega jezika (40-urni), ki ga je izvajala Mojca Komel. Prvega tečaja se je udeležilo 15 tečajnikov, drugega pa 20. Lastni prispevek je na udeleženca znašal 44 oziroma 32 EUR. Oba tečaja sta potekala na Ljudski univerzi v Postojni. Udeleženci so bili s kakovostjo tečajev zelo zadovoljni, veliko je bilo povpraševanja po nadaljevalnih tečajih.

Tematske delavnice

Prva delavnica z naslovom **Gostje s posebnimi dietnimi zahtevami** je potekala 22.10.2014 v Kantini Pivka. Udeležilo se je 15 ponudnikov, pretežno gostincev. Tečaj na temo odnosa do gostov z dietnimi potrebami in pripravo brezglutenskih jedi je vodila kulinarična strokovnjakinja Slavica Smrdelj.

Druga delavnica z naslovom **Okoljski znak EU za turistične namestitve** je potekala 4.11.2014 na Turistični kmetiji Hudičevce in je bila namenjena predvsem ponudnikom turističnih namestitev. Udeležilo se je 10 ponudnikov. Gostja delavnice je bila Vilma Topolšek iz turistične kmetije Urška, ki je edina turistična kmetija v Sloveniji z okoljskim znakom EU Marjetica.

Tretja delavnica z naslovom **Dostopni turizem je element odgovornega turizma** je potekala 11.12.2014 v Zavodu ARS Viva v Podcerkvi. Tematiko so z različnih zornih kotov predstavili Mateja Simčič iz RDO Zeleni kras, Beno Žnidaršič iz Zavoda za kulturno integracijo in socializacijo družbenih skupin ARS VIVA, predsednik Zveze paraplegikov Slovenije Dane Kastelic ter lokalna turistična vodnica Alenka Veber iz Zavoda Rihtarjeva domačija.

Strokovna ekskurzija za člane v Vulkanland

13.10.2014 je bila izvedena **strokovna ekskurzija** v Vulkanland na Avstrijsko Štajersko. Udeležilo se je 45 predstavnikov turističnih kmetij, gostincev, lokalnih predelovalcev, lokalnih vodnikov ter občinski delavci in zaposleni na RRA. Spoznavali smo, kako lahko s skupnimi močmi in sodelovanjem naredimo preboj na področju kmetijstva, turizma in razvoja celotne regije. Program ogleda, imenovan Kulinarični Vulkanland, je obsegal obisk predelovalcev različnih vrst kisa in žganj degustacijo njihovih produktov, obisk in degustacijo v delikatesi, kosilo, degustacijo mesnin in ogled čokoladnice. Vsi udeleženci so bili z izvedeno aktivnostjo izredno zadovoljni in so podali pohvale, tako glede organizacije kot tudi same vsebine strokovne ekskurzije. Participacija na člana je znašala 45 EUR.

Usposabljanje za turistične informatorje

RDO je 15.4.2014 organizirala **usposabljanje za turistične informatorje**, ki delajo v TICih v regiji. Usposabljanja se je udeležilo 26 turističnih informatorjev, pretežno študentov. Na celodnevem usposabljanju so različne tematike predstavili Mateja Simčič, Romana Nared, Marica Gombač in Dejan Iskra. Informatorji so dobili vpogled v delo RDO in turistično destinacijo Zeleni kras. Podali smo jim statistične podatke in splošne značilnosti turistov, ki obišejo našo regijo. Sledilo je podrobnejše spoznavanje ponudbe regije skozi spletni portal Zeleni kras, kjer je zbrana celotna ponudba Notranjsko-kraške regije. Turističnim informatorjem smo podali usmeritve za delo v TIC in koristne napotke s ciljem nuditi celovit in kakovosten servis turistom, ki obišejo Zeleni kras. Na usposabljanju za turistične informatorje smo predstavili tudi praktično delo v TIC-u. Informatorji so iz prve roke dobili osnove dobre komunikacije z gosti ter se soočili z nekaterimi vprašanji, ki jih lahko pričakujejo ob bodočih obiskovalcev TIC-a. Usposabljanje je bilo dobro sprejeto, pomembno je namreč, da zaposleni v TIC dobijo informacije o regiji, da so seznanjeni z obsegom dela v TIC, da znajo pravilno sprejeti goste ter da se med seboj spoznajo in goste usmerijo tudi v druge kraje naše regije. Tovrstno usposabljanje je potrebno nadaljevati tudi v prihodnje, tako s splošnimi kot specifičnimi (tematskimi) izobraževanji, saj so dobro usposobljeni informatorji, ki praviloma predstavljajo prvi stik z gostom na destinaciji, ključni za razvoj dobrega imidža destinacije.

19

Ostale aktivnosti namenjene mreženju in usposabljanju RDO:

- Predstavitev programa dela in nalog RDO študentom Turistice iz Portoroža. Srečanje 80 študentov je potekalo v Ekomuzeju Pivških presihajočih jezer (Pivka, april)
- Redna mesečna srečanja z lokalnimi turističnimi vodniki
- Srečanje s predstavniki EDEN destinacij Slovenije glede možnosti za skupno promocijo v tujini
- Srečanja RDO-jev Slovenije (Zagorje, 4.6.2014)
- Delavnica UP in Turistica glede turizma v Sloveniji (Pivka, 14.4.2014)
- Predstavitev Snežniških pristav (Grad Snežnik, 26.8.2014)
- Podelitev nagrad Dnevnikove izvidnice (Ljubljana, september 2014)
- Udeležba na TravelZoom konferenci (Bled, 13.3.2014)
- Udeležba na izobraževanju za vnos kolesarskih poti na slovenia.info (Ljubljana, 27.3.2014)
- Delavnica o razvoju produktov na temo 1. sv. vojne (Gorica, 16.4.2014)
- Delavnica STIP (spletni portal slovenia.info; družbena omrežja)

- 1. konferenca slovenskega turizma in gostinstva doma in po svetu (Postojna, 2.10. 2014)
- Dnevi slovenskega turizma 2014 (Portorož, 14.10.2014)
- Hera Turizem jadranske dediščine - Delavnica o razvoju, izobraževanju in promociji kulturno-turističnih poti jadranske regije (Postojna, 5.11.2014)

5. RAZVOJNE NALOGE

5.1 TURISTIČNI PROJEKTI

5.1.1 PRIPRAVA RRP IN TURIZEM

V letu 2014 je potekala priprava Regionalnega razvojnega programa Notranjsko-kraške regije za obdobje 2014-2020. Področje turizma ostaja prioriteta regije tudi v naslednjem programskem obdobju in ima naslednje glavne cilje: turizem kot dejavnost (p)ostaja ena vodilnih gospodarskih panog v regiji, povečati obseg in diverzifikacijo turistične dejavnosti v regiji, povečati prepoznavnost turistične destinacije Zeleni kras kot zelene destinacije, ki temelji na bogati in ohranjeni naravni dediščini, povezovati ponudnike znotraj in izven regije za oblikovanje inovativnih trajnostnih turističnih produktov.

V procesu priprave projektnih predlogov s področja turizma je sodelovalo 12 deležnikov (občine, NVO, zasebniki), ki je oddalo skupaj 18 projektnih predlogov, ki bodo osnova za pripravo projektov na razpise EU. Skupni regijski projekti se nanašajo na revitalizacijo vojaško-zgodovinske dediščine, razvoj turističnih vasi, trajnostno mobilnost (tudi za potrebe turizma) ter na razvoj zelenega infrastrukture in interpretacijo Zelenega krasa.

5.1.2 PRIJAVE NA RAZPISE EU

V zadnji tretjini leta 2014 so bili objavljeni trije razpisi Evropske komisije (COSME, ENT - Direktorat za podjetja in industrijo) s področja turizma (trajnostni transnacionalni turistični produkti, dostopnost v turizmu ter turistični produkti evropske kulturne in industrijske dediščine). RRA je v imenu partnerskega konzorcija, ki ga vodi Zavod za gozdove Slovenije, v njem pa poleg danskega, švedskega in češkega partnerja še trije partnerji iz regije (Društvo Modro nebo, Občina Loška dolina in Miha Mlakar s.p.), izdelala predlog projekta **evropska pešpot E6**, ki poteka tudi skozi Zeleni kras. Rezultati razpisa COSME (COS-WP2014-3-15.03) bodo znani januarja 2015. Na isti razpis smo želeli kot prijavitelj oddati tudi projekt na temo oblikovanja produkta doživetij kraških destinacij – **GREAT** (Zeleni kras, NP Paklenica, Dolina Glinščice), vendar nam žal zaradi prekratkega roka ni uspelo sestaviti zahtevanega mednarodnega partnerstva. Prav tako zaradi težav s partnerstvom nismo dokončali prijave na temo razvoja evropske kulturne transnacionalne poti (1. svetovna vojna) - razpis 127 –G-ENT-PPA-14-7722. Podobni razpisi bodo objavljeni v letu 2015, zato bomo s z delom na evropskih projektih in vzpostavljanju partnerstva nadaljevali.

Drugih razpisov, s katerimi bi RRA/RDO lahko kandidirala na nepovratna finančna sredstva, ni bilo. Gre za specifično leto, saj se je programsko obdobje 2007-2013 že zaključilo, v programskem obdobju 2014-2020 pa se zaradi zamud pri pripravi oz. sprejemanju programskih dokumentov, ki so podlaga za objavo javnih razpisov, le te v večji pričakuje v 2015.

RDO je sodelovala pri **projektu Zgodbe v slovenskem turizmu**, ki je postregel s priročnikom, kako kvalitetno uporabiti zgodbe v trženjske in promocijske namene ter povečati turistično prepoznavnost. V Postojni je bilo organizirano delovno srečanje za predstavnike Notranjsko-kraške in Obalno-kraške regije. Udeležili so se ga predstavniki Notranjskega muzeja Postojna, Postojnske jame d.d., TIC Postojna, TIC Bloke, TIC Lož, občine Pivke, Parka vojaške zgodovine v Pivki, občine Ilirska Bistrica ter RDO. Na tem področju je vsekakor potrebno delati v prihodnje, saj so zgodbe pomembno učinkovito orodje pri razvoju in trženju turističnih destinacij.

V sodelovanju s SPIRITOM je RDO pripravila **turistični paket na tematiko prve svetovne vojne na Zelenem krasu**. SPIRIT bo v sodelovanju z STO Milano programe tržil in promoviral na sejnih v Italiji in ostalih turističnih sejmih po Evropi.

Izdelani so bili **integralni turistični produkti**, ki predstavljajo območje Zelenega krasa iz različnih zornih kotov (naravna in kulturna dediščina, aktivnosti, zgodovina...).

6. FINANČNO POROČILO RDO POSTOJNSKA JAMA-ZELENI KRAS

21

RDO Postojnska jama-Zeleni kras je v letu 2014 izvajala program dela, ki je temeljil na poslovnem modelu delovanja RDO Postojnska jama-Zeleni kras. Program dela RDO je nastajal v sodelovanju s Programskim svetom RDO, dokončno verzijo je na seji potrdil RSR Notranjsko-kraške regije. Za program dela je bilo namenjeno 35.700,00 EUR; 30.000,00 EUR so prispevale občine Notranjsko-kraške regije, dodatnih 5.700,00 EUR prihodkov pa je bilo predvidenih od participacije turističnih ponudnikov in lastne dejavnosti.

6.1. ODHODKI

6.1.1. STROŠKI DELA

Stroški dela v RDO Postojnska jama-Zeleni kras se nanašajo na enega polno zaposlenega (vodja RDO) ter dve zaposleni na RRA NKR, ki za delo na RDO namenita 50% oz. 30% njunega delovnega časa. Poslovni model RDO je predvideval, do bo strošek vodje RDO znašal 19.800,00 EUR. Ta postavka zajema plačo enega zaposlenega v višini 1500 EUR bruto II za 12 mesecev (18.000,00 EUR) ter povprečno 150 EUR potnih stroškov in dnevnice mesečno (1.800,00 EUR).

Stroški dela za vodjo RDO, predvideni v poslovnem modelu, so bili podcenjeni. Zaradi narave dela, številnih obiskov ponudnikov na terenu in predvsem potovanj ter nočitev v času turističnih sejmov v tujini so dejanski stroški dela vodje RDO za leto 2014 znašali 26.295,32 EUR. Občine Notranjsko-kraške regije za stroške dela vodje RDO sofinancirajo 19.800,00 EUR, razlika v višini 6.495,32 EUR pa

predstavlja dodatni delež sofinanciranja RRA NKR (dnevnice, nočitve, kilometrina, parkirnine, cestnine).

6.1.2. STROŠKI IZVEDBE PROGRAMA DELA

Program dela RDO za leto 2014 je bil finančno razdeljen po aktivnostih, ki so pokrivalo področja distribucije, promocije in operativnih ter razvojnih nalog. V nadaljevanju je predstavljena tabela z izvedenimi aktivnostmi v letu 2014, predvidenimi stroški zanje in dejansko nastalimi stroški.

Tabela 1 Aktivnosti in stroški programa dela RDO 2014

	STROŠKI	Predviden strošek	Dejanski strošek
A.	Stroški distribucijskih aktivnosti		
	Spletni portal Zeleni kras (gostovanje in vzdrževanje)	500,00 €	414,50 €
	Spletni portal Zeleni kras (posodabljanje strani)	700,00 €	1.293,20 €
	Spletni portal Zeleni kras (prevajanje)	3.200,00 €	3.259,42 €
	Spletni portal Zeleni kras (spletna oglaševalska kampanja Adwords)	2.000,00 €	1.295,47 €
	Spletni portal Slovenia.info (letna članarina)	250,00 €	229,90 €
SKUPAJ		6.650,00 €	6.492,49 €
B.	Stroški promocijskih aktivnosti		
	Sejem Alpe-Adria: Turizem in prosti čas 2014	1.500,00 €	1.537,90 €
	Festival za tretje življenjsko obdobje	1.500,00 €	1.561,60 €
	Sejem Narava Zdravje 2014	1.500,00 €	1.764,84 €
	Sejem Padova (Vacanze Weekend)	1.500,00 €	217,27 €
	Sejem Trst (Barcolana)	2.000,00 €	2.828,70 €
	Bergamo (NoFrills)		865,22 €
	Vicenza (GitandoAll)		230,00 €
	Sejem Ferrara (Liberamente)	1.500,00 €	288,00 €
	Mini borza in/ali delavnica (2x)	1.000,00 €	390,40 €
	Regionalne in občinske prireditve	400,00 €	97,60 €
	Ponatis zemljevidov/trgank (60.000 kos)	3.700,00 €	3.723,00 €

	Ponatis promocijskih materialov (Dva obraza enega sveta, 20.000 kos)	3.500,00 €	4.084,56 €
	Urn timer znamenitosti	950,00 €	109,23 €
	Študijska tura za novinarje	2.000,00 €	500,00 €
	PR aktivnosti (Summer Guide, Dobra ideja)	500,00 €	695,40 €
	Dopolnjevanje fototeke	500,00 €	
SKUPAJ		22.050,00 €	18.893,72 €
C.	Stroški operativnih aktivnosti		
	Organizacija izobraževanj	2.000,00 €	2.931,73 €
	Ogledi dobre prakse za člane RDO	2.000,00 €	3.812,34 €
SKUPAJ		4.000,00 €	6.744,07 €
D.	Stroški razvojnih aktivnosti		
	Oblikovanje celovite turistične ponudbe	3.000,00 €	3.863,65 €
SKUPAJ		3.000,00 €	3.863,65 €
SKUPAJ VSE		35.700,00 €	35.993,93 €

Stroški izvajanja programa dela RDO so v letu 2014 znašali 35.993,93 EUR in presegajo zastavljen proračun za 293,93 EUR.

6.2 VIRI FINANCIRANJA IN PRIHODKI RDO

Za izvedbo programa dela RDO za 2014 smo predvideli sredstva v višini 35.700 EUR, in sicer:

- financiranje iz proračunov občin Notranjsko-kraške regije - 30.000 EUR
- sredstva zasebnega sektorja - 5.000 EUR
- lastna tržna dejavnost - 700 EUR.

Iz vseh virov smo pridobili skupaj 34.752,31 EUR, kar znaša 947,69 EUR manj od predvidenih prihodkov oziroma 1.241,62 EUR manj od dejanskih stroškov dela v letu 2014.

Tabela 2 Viri financiranja

VIR FINANCIRANJA	PREDVIDENO (EUR)	DEJANSKO (EUR)
PRORAČUNSKO FINANCIRANJE OBČIN	30.000,00	30.000,00
JAVNI RAZPISI (SPIRIT, EU SREDSTVA, DOMAČI RAZPISI...)	0,00	0,00
ZASEBNI SEKTOR (SOFINANCIRANJE AKTIVNOSTI)	5.000,00	4.752,31
LASTNA TRŽNA DEJAVNOST	700,00	0,00
SKUPAJ	35.700,00	34.752,31
SOFINANCIRANJE RRA NKR D.O.O.	24.960,00	26.721,32

6.2.1. PRORAČUNSKI VIRI OBČIN

Proračunski viri občin so namenjeni pokrivanju stroškov dela (zaposlenega za vodenje in izvajanje aktivnosti RDO-ja) in deleža programa dela. Občine financirajo delovanje RDO-ja po sprejetem ključu, ki je sestavljen iz kriterijev: število prebivalcev v občini, število turističnih ponudnikov v občini in število nastanitvenih kapacitet – ležišč v občini.

6.2.2. PRIHODKI IZ JAVNIH RAZPISOV

V zadnji tretjini leta 2014 so bili objavljeni trije razpisi Evropske komisije (COSME, ENT - Direktorat za podjetja in industrijo) s področja turizma (trajnostni transnacionalni turistični produkti, dostopnost v turizmu ter turistični produkti evropske kulturne in industrijske dediščine). RRA je oddala eno prijavo (podroben opis v točki 5.1.), rezultati razpisa bodo znani januarja 2015, ko je predvideno tudi črpanje sredstev v primeru uspešnega kandidiranja.

Drugih razpisov, s katerimi bi RRA/RDO lahko kandidirala na nepovratna finančna sredstva, ni bilo. Gre za specifično leto, saj se je programsko obdobje 2007-2013 že zaključilo, v programskem obdobju 2014-2020 pa se zaradi zamud pri pripravi oz. sprejemanju programskih dokumentov, ki so podlaga za objavo javnih razpisov, le te v večji pričačuje v 2015.

6.2.3. SOFINANCIRANJE S STRANI ZASEBNEGA SEKTORJA

Financiranje iz zasebnega sektorja je namenjeno finančni participaciji članov, ki se vključijo v izvedbo konkretnih skupnih aktivnosti in so vnaprej dogovorjene v vsakoletnem programu dela (npr. nastop na sejmu, izobraževanje, oglaševanje). Po poslovnem modelu je predvidena tudi članarina članov RDO, ki pa v letu 2014 ni bila uvedena. Prispevek je znašal 4.752,31 od predvidenih 5.000 EUR.

Aktivnost	Prispevek neto	Prispevek bruto
Sejem Alpe Adria: Turizem in prosti čas	683,00 €	833,26 €
Tečaji tujih jezikov	1.178,74 €	1.438,06 €
Sejem: Festival za tretje življenjsko obdobje	210,00 €	256,20 €
Sejem: Barcolana (Trst)	105,00 €	128,10 €
Strokovna ekskurzija Vulkanland	1.438,60 €	1.755,09 €
Sejem Narava zdravje 2014	280,00 €	341,60 €
SKUPAJ	3.895,34 €	4.752,31 €

Tabela 3 Sofinanciranje s strani zasebnega sektorja

6.2.4. PRIHODKI IZ LASTNE DEJAVNOSTI RDO

Gre za prihodke, ki se ustvarjajo z lastnim tržnim delovanjem: prodajo spominkov, trženje turistične ponudbe (agentura), ticketing, lastno izvajanje izobraževanj, usposabljanj ipd. V letu 2014 ni bilo prihodkov iz lastne dejavnosti.

6.2.5. FINANCIRANJE S STRANI RRA

Posredno financiranje RRA se nanaša na pokrivanje dodatnih stroškov dela zaposlenega na RDO, delnih stroškov dela dveh zaposlenih na RRA (50% oz. 30% časa svojega dela namenita za delo na RDO) ter uporabo pisarn, opremo, materialne stroške in storitve, ki se nanašajo na zagotavljanje osnovnega delovanja RDO. Iz tega vira je bilo zagotovljenih 26.721,32 EUR.

25

7. REZULTATI DELA RDO IN REZULTATI V TURIZMU

7.1 VREDNOTENJE DELA

Večina aktivnosti RDO v letu 2014 je bila usmerjena v promocijo na slovenskem in italijanskem trgu. Z udeležbo na turističnih sejmi in borzah je RDO dvigala prepoznavnost turistične znamke regije Zeleni kras. Aktivnosti na terenu so bile tesno povezane z uporabo spletnih marketinških orodij, pri čemer RDO redno posodablja ponudbo na spletnih straneh in družabnih omrežjih. Preko spletne strani www.zelenikras.si je RDO prejela 80 povpraševanj turistov glede nastanitev, znamenitosti... Za vsako prejeto povpraševanje je vodja RDO kontaktiral ponudnike na terenu ter tako utrjeval vezi med RDO in regionalnimi turističnimi ponudniki.

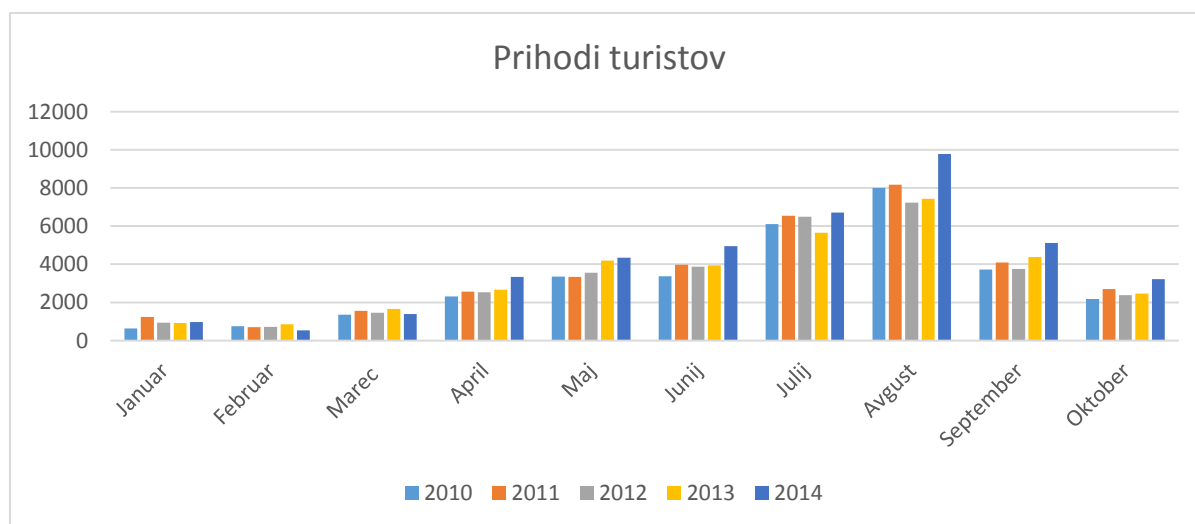
Rezultati dela RDO se kažejo tudi v številu pridruženih članov (80) ter povečanem sodelovanju in angažiranosti posameznih turističnih ponudnikov. Z rednim obveščanjem preko elektronskih medijev, rednim komuniciranjem in obiski na terenu se utrjuje povezanost med turističnimi ponudniki v regiji in RDO. Posebno uspešne so bile aktivnosti namenjene izobraževanju ponudnikov (tečaji tujih jezikov,

delavnice, strokovna ekskurzija) sledile pa so promocijske aktivnosti, predvsem udeležba na turističnih sejmi. Za merjenje uspešnosti bo RDO pripravila anketo za turistične ponudnike v regiji. S tem bomo pridobili verodostojnejše povratne informacije o zadovoljstvu z delom in uspešnosti dela RDO.

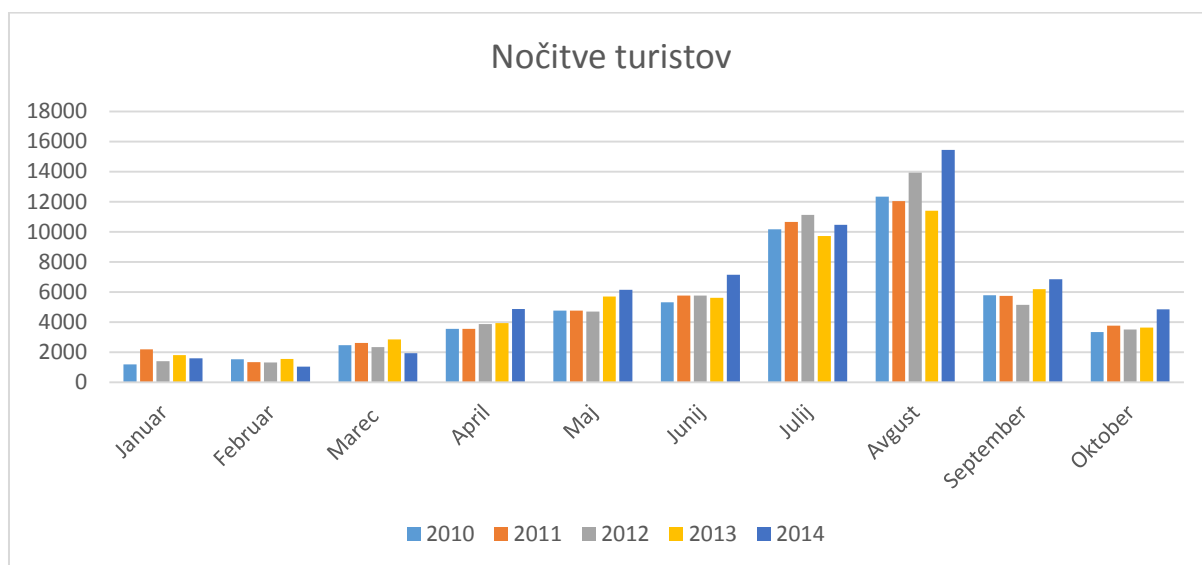
7.2 OBISK, NOČITVE, KAPACITETE

Po podatkih, pridobljenih na spletni strani Statističnega urada Republike Slovenije (SURS), je bilo od januarja 2014 do oktobra 2014 na področju Notranjsko-kraške regije izvedenih 60.348 nočitev in 40.339 prihodov domačih in tujih turistov. V primerjavi z lanskim letom (v istem časovnem obdobju) beležimo 15,08 % porast nočitev in 18,09 % porast prihodov gostov. Natančnejši podatki in analiza bodo mogoči, ko bo SURS zbral in uredil podatke za celo leto 2014.

V mesecu avgustu 2014 smo v Notranjsko-kraški regiji beležili 9.784 prihodov turistov (avgusta 2013 je ta podatek znašal 7.439 prihodov turistov), izvedenih pa je bilo 15.451 nočitev (avgusta 2013 je bilo izvedenih 11.409 nočitev). Oba podatka pričata o izrednem napredku, saj je bilo v letošnjem avgustu izvedenih za 31,5% več prihodov gostov ter za 35,5% več nočitev.



Slika 10 Graf prihodov turistov v destinacijo Zeleni kras



Slika 11 Graf nočitev v destinaciji Zeleni kras

Ker med podatki, ki jih pridobi SURS in tistimi, ki jih RDO sporočijo občine prihaja do nekaterih razlik, vodi RDO tudi svojo evidenco. Občine Notranjsko-kraške regije sporočajo število nočitev na podlagi odvedene turistične takse, ponudniki posameznih zanimivosti in atrakcij pa sporočajo število njihovih obiskovalcev.