

# STRATEGIJA RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA V MESTNI OBČINI KOPER DO LETA 2025

## Priloga: Preglednica ukrepov po 5-ih strateških področjih delovanja

### KAZALO

<b>0.1</b>	<b>Uvodni prikaz 5 strateških področij delovanja – cilji, kazalniki</b>	<b>2</b>
<b>0.2</b>	<b>Preglednica vseh ukrepov (in načrtovanih projektov znotraj ukrepov)</b>	<b>3</b>
<b>1.0</b>	<b>Strateško področje 1: PRODUKTI &amp; DOŽIVETJA</b>	<b>5</b>
<b>2.0</b>	<b>Strateško področje 2: TRAJNOSTNI RAZVOJ</b>	<b>9</b>
<b>3.0</b>	<b>Strateško področje 3: INFRASTRUKTURA &amp; SME</b>	<b>15</b>
<b>4.0</b>	<b>Strateško področje 4: SODOBNO TRŽENJE</b>	<b>16</b>
<b>5.0</b>	<b>Strateško področje 5: POVEZOVANJE &amp; UPRAVLJANJE</b>	<b>23</b>

## 0.1 Uvodni prikaz 5 strateških področij delovanja – cilji, kazalniki

<b>TEMELJNI KVALITATIVNI STRATEŠKI CILJ 2025</b>			
<b>Povečati konkurenčnost turizma, izboljšati temeljne turistične kazalnike in okrepiti turistično pozicijo Kopra v Slovenski Istri in Sloveniji</b>			
<b>Kazalniki 2025:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 40 % povečanje prihodkov v turizmu (s 30 mio leta 2015 na 42 mio EUR leta 2025).</li> <li>▶ 30 % povečanje števila zaposlenih v panogi (s 441 leta 2015 na 570+ leta 2025).</li> <li>▶ 30 % povečanje dodane vrednosti na zaposlenega v panogi (z 20.202 EUR 2015 na 27.000 EUR 2025).</li> <li>▶ MOK presega preostale slovenske obmorske občine po stopnji rasti prenočitev in PDB.</li> <li>▶ 50 % povečanje števila vseh prenočitev (141.088 v letu 2015 na 211.600 v letu 2025).</li> <li>▶ 10 % povečanje potrošnje na obiskovalca (tuji turist v obmorskih občinah je v letu 2015 dnevno potrošil 125 EUR).</li> <li>▶ Zadovoljstvo lokalnega prebivalstva s turizmom oziroma MOK kot turistično občino.</li> </ul>			
<b>Prioritetna STRATEŠKA PODROČJA (PRIORITETE)</b>			
<b>1. PRODUKTI &amp; DOŽIVETJA</b>	<b>2. TRAJNOSTNI RAZVOJ</b>	<b>3. INFRASTRUKTURA &amp; SME</b>	<b>4. SODOBNO TRŽENJE</b>
<b>PREDNOSTNI CILJ 1</b>	<b>PREDNOSTNI CILJ 2</b>	<b>PREDNOSTNI CILJ 3</b>	<b>PREDNOSTNI CILJ 4</b>
<b>Okrepiti konkurenčnost 4 nosilnih in 3 nišnih destinacijskih produktov ter pospešiti razvoj dodatne ponudbe</b>	<b>Vzpostaviti trajnostni razvoj turizma kot temeljno razvojno paradigmo in postati vodilna zelena destinacija v Slovenski Istri</b>	<b>Skozi ključne infrastrukturne projekte izboljšati konkurenčnost ponudbe in spodbujati zasebna vlaganja v nastanitveno in drugo turistično ponudbo</b>	<b> Pozicioniranje destinacije Koper kot aktivne mediteranske destinacije, za več dni, vse leto, s podporo sodobnih trženjskih orodij</b>
<b>Kazalniki 2025:</b>	<b>Kazalniki 2025:</b>	<b>Kazalniki 2025:</b>	<b>Kazalniki 2025:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Nove turistične ponudbe (inovativni novi produkti, ponudbe, novi turistični akterji): 15.</li> <li>▶ Podpora turističnega pospeševalnika za spodbuditev novih produktov in promocijo obstoječih v višini 50.000 EUR letno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Koper v okviru pridobljenega znaka Slovenia Green letno izvede vsaj 2 zelena destinacijska ukrepa.</li> <li>▶ Število okoljsko certificiranih ponudnikov v letu 2025: 10+.</li> <li>▶ Vzpostavljen sistem zelenih nabavnih verig z 10 % letno rastjo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Povečanje števila vseh ležišč za 500 (okvirno tretjina), s 1.821 (2015) na 2.300.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Povečanje prenočitev za 50 %, s 141.088 (2015) na 211.600 (2025).</li> <li>▶ Povečanje povprečne dobe bivanja z 2,51 (2015) na 2,8 dni (2025) (po SURS).</li> <li>▶ Sodoben destinacijski portal kot osrednja digitalna platforma, ki beleži letno 10-odstotno rast obiska.</li> </ul>
<b>5. POVEZOVANJE &amp; UPRAVLJANJE</b>			
<b>PREDNOSTNI CILJ 5: Okrepiti povezovanje med deležniki in razviti sodobni destinacijski management (Koper kot smart destinacija)</b>			
<b>Kazalniki 2025:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Število delujočih in aktivnih povezovalnih platform (po programskih področjih znotraj turizma).</li> <li>▶ Ocena zadovoljstva lokalnega prebivalstva in lokalnih partnerjev z delom MOK (TOK) na področju turizma.</li> <li>▶ Obseg sredstev, ki jih za destinacijske promocijske in razvojne aktivnosti namenjajo turistično gospodarstvo.</li> </ul>			

## 0.2 Preglednica vseh ukrepov (in načrtovanih projektov znotraj ukrepov)

PREDNOSTNI UKREPI	NAČRTOVANI PROJEKTI v okviru posameznega ukrepa
<b>PREDNOSTNI UKREPI za strateško področje 1: PRODUKTI &amp; DOŽIVETJA</b>	
<b>SKLOP UKREPOV</b> <b>U1.1: Razvojno produktno delo</b>	<b>Razvojne aktivnosti za izboljšanje konkurenčnosti produktov</b> Aktivno in kontinuirano razvojno delo po nosilnih in nišnih destinacijskih produktih: <b>na osnovi podanih razvojnih smernic v podpoglavju 6.1.4 se pripravijo podrobnejši produktni razvojni načrti, ki so osnova za vključevanje aktivnosti v letne programe dela razvoja turizma na območju MOK.</b>
<b>U1.2: Turistični pospeševalnik</b>	<b>Z ukrepom želimo spodbuditi podjetništvo in motivirati posameznike in podjetja za razvoj novih produktov, ponudb, idej (z elementi zelenega in inovativnosti) ter promocijo obstoječih</b> , ki bodo vplivali na povečanje konkurenčnosti in omogočili, da turist v destinaciji potroši več. Prednostno se podpira produkte oziroma ponudbe z elementi inovativnosti in zelenega. MOK izvaja letne razpise, z natančno izdelanimi kriteriji. Pripravi se predlog modela, tudi na osnovi izkušenj s podobnim ukrepom v preteklosti. Vzpostavitev z letom 2019.
<b>PREDNOSTNI UKREPI za strateško področje 2: TRAJNOSTNI RAZVOJ</b>	
<b>U.2.1: 'KOPER GREEN'</b> (aktivnosti za trajnostni razvoj destinacije in ponudnikov, na osnovi certifikacijske sheme Slovenia Green)	<b>P.2.1A:</b> Pridobitev znaka Slovenia Green (destination) <b>P.2.1B:</b> Letno izvajanje zelenih ukrepov v okviru 'KOPER GREEN' – gre za projektno platformo, v okviru katere se vsako leto izvajajo konkretni projekti za bolj trajnostno destinacijo (in bolj trajnostno poslovanje turističnih ponudnikov) <b>P.2.1C:</b> Ozaveščanje in motiviranje turističnih ponudnikov za razvoj trajnostnih poslovnih modelov (uvedba okoljskih znakov)
<b>U.2.2: Trajnostna mobilnost (integracija trajnostne mobilnosti v turizem)</b>	<b>P.2.2A:</b> Valorizacija ukrepov trajnostne mobilnosti (ki se izvajajo na ravni MOK) v turizmu
<b>U.2.3: Povezovanje podeželja in mesta, turističnih ponudnikov in pridelovalcev ter dobaviteljev</b>	<b>P.2.3A:</b> Vzpostavitev lokalnih zelenih nabavnih verig
<b>U.2.4: Spodbujanje razvoja inovativnih zelenih produktov oziroma ponudb</b>	<b>P.2.4A:</b> Izvajanje ključnih destinacijskih prireditev po standardih za zelene prireditve <b>P.2.4B:</b> Izobraževanja in spodbude za ponudnike, da razvijajo inovativne zelene produkte
<b>PREDNOSTNI UKREPI za strateško področje 3: INFRASTRUKTURA &amp; SME</b>	
<b>U.3.1 Spodbujanje vlaganj v nastanitveno ponudbo in drugo podjetniško turistično infrastrukturo</b>	Gre za ukrepe, ki presegajo pristojnosti MOK (zato jih v nadaljevanju podrobneje ne opredeljujemo), hkrati pa so temeljnega pomena za turizem. MOK je odgovorna za naslednja področja: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vlaganja v javno infrastrukturo (kolesarske poti, kopališča, parki, ureditev zgodovinskega mestnega jedra, ureditev obalnega pasu, zeleni sistemi itd.);</li> <li>• Vlaganja v trajnostno mobilnost in ureditev prometnega in parkirnega režima (celostne prostorsko-prometne ureditve);</li> <li>• Vlaganja v zeleno (modro) infrastrukturo – v območja, pomembna z vidika varstva naravnih vrednot in biotske raznovrstnosti;</li> <li>• Iskanje strateških partnerjev in spodbude za izvedbo prednostnih investicij v infrastrukturne naložbe ter aktivna promocija investicijskih priložnosti;</li> <li>• Zakonodajna podpora in razvoj prijaznega poslovnega podpornega okolja;</li> <li>• Sprejem, spremembe oziroma dopolnitve prostorskih dokumentov.</li> </ul>
<b>U.3.2 Vlaganja v javno in zasebno turistično infrastrukturo – v skladu z Načrtom razvojnih programov MOK</b>	

<b>PREDNOSTNI UKREPI za strateško področje 4: SODOBNO TRŽENJE</b>	
<b>U.4.1: Krepitev turistične destinacijske ZNAMKE Koper Capodistria</b>	<b>P.4.1A:</b> Prenova vizualne identitete znamke Koper Capodistria in priprava priporočnika za celostno grafično podobo ( <i>nadgrajen v brand book</i> ) <b>P.4.1B:</b> Aktivno upravljanje in komuniciranje znamke Koper Capodistria
<b>U.4.2: Razvoj in upravljanje kakovostnih trženjskih infrastrukturnih orodij (digitalnih in klasičnih)</b>	<b>P.4.2A:</b> Prenova spletnega destinacijskega portala <b>P.4.2B:</b> Razvoj in upravljanje kakovostne foto banke in video vsebin <b>P.4.2C:</b> Prenova koncepta turističnih promocijskih gradiv <b>P.4.2D:</b> Upravljanje izbranih družbenih medijev <b>P.4.2E:</b> Oblikovanje destinacijske piramide zgodb in priprava zgodb, kot osnova za vsebinsko trženje <b>P.4.2F:</b> Ureditev in posodobitev linije destinacijskih spominkov <b>P.4.2G:</b> Mobilna aplikacija <b>P.4.2H:</b> Nadgradnja Koper Card v pametno kartico
<b>U.4.3: Pretvarjanje destinacijske ponudbe/ produktov v prodajna doživetja</b>	<b>P.4.3A:</b> Oblikovanje nekajurnih tematskih ogledov mesta in dnevnih izletov za odkrivanje zelenega podeželja
<b>U.4.4 Krepitev promocijskih aktivnosti za povečanje prepoznavnosti in obiska destinacije</b>	<b>P.4.4A:</b> Vzpostavitev in delovanje operativne promocijske skupine <b>P.4.4B:</b> Oblikovanje in izvajanje letnega promocijskega načrta
<b>PREDNOSTNI UKREPI za strateško področje 5: UPRAVLJANJE in POVEZOVANJE</b>	
<b>U.5.1: Produktno in regijsko povezovanje destinacije</b>	<b>P.5.1A:</b> Trženjske (in druge) aktivnosti v okviru Združenja zgodovinskih mest Slovenije <b>P.5.1B:</b> Povezovanje v okviru Slovenske Istre <b>P.5.1C:</b> Povezovanje v okviru makro destinacije Mediteranska Slovenija (kot Slovenska Istra) <b>P.5.1D:</b> Čezmejno povezovanje (Istra)
<b>U.5.2 Raziskave, razvoj in izobraževanje</b>	<b>P.5.2A:</b> Nadaljevanje zbiranja in analize statističnih podatkov <b>P.5.2B:</b> Vzpostavitev sistema spremljanja potrošnje, gibanja in zadovoljstva gostov <b>P.5.2C:</b> Izvajanje primarnih raziskav in prenos sekundarnih do turističnih ponudnikov <b>P.5.2D:</b> Redna usposabljanja turističnih vodnikov <b>P.5.2E:</b> Izvajanje izobraževanj in študijskih potovanj, spremljanje trendov in prenos do deležnikov <b>P.5.2F:</b> Aktivno upravljanje turistično informacijske funkcije <b>P.5.2G:</b> Spremljanje uresničevanja strategije
<b>U.5.3 Notranje in zunanje MREŽENJE destinacije</b>	<b>P.5.3A:</b> Vzpostavitev in delovanje delovnih in produktivnih skupin <b>P.5.3B:</b> Vzpostavitev organizacijske platforme za povezovanje podeželja <b>P.5.3C:</b> Letno srečanje lokalnih partnerjev <b>P.5.3D:</b> Aktivni odnosi z vsemi ključnimi deležniki
<b>U.5.4 Analiza DMMO modela s priporočili</b>	<b>P.5.3A:</b> Priprava možnih organizacijskih scenarijev za nadgradnjo TOK v sodobno in učinkovito DMMO

## 1.0 Strateško področje 1: PRODUKTI & DOŽIVETJA

PRODUKTI & DOŽIVETJA (Konkurenčni produkti. Avtentična doživetja. Povezana in dostopna).	
<b>PRIORITETNI CILJ</b>	<b>PRIČAKOVANI REZULTAT 2025</b>
Okrepiti konkurenčnost 4 nosilnih in 3 nišnih destinacijskih produktov* ter pospešiti razvoj dodatne ponudbe.	Z razvojnim in trženjskim delom izboljšujemo konkurenčnost destinacijskih produktov, ki so temeljni gradniki Kopra kot celoletne aktivne mediteranske destinacije.
<b>KAZALNIKI USPEŠNOSTI 2025</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>K.1.1:</b> Nove turistične ponudbe (inovativni novi produkti, novi turistični akterji): 15.</li> <li>▶ <b>K.1.2:</b> Podpora turističnega pospeševalnika v višini 50.000 EUR letno.</li> </ul>	
<b>KLJUČNI IZZIVI, ki jih naslavljamo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Temeljni izzivi je jasno profiliranje destinacije Koper po identificiranih nosilnih destinacijskih produktih.</li> <li>• Povečanje nočitev in krepitev izvensezonskih mesecev.</li> <li>• <i>Ostali izzivi so opredeljeni v osrednjem dokumentu po posameznih produktih v podpoglavju 6.1.4.</i></li> </ul>	
<b>KAKO BOMO URESNIČILI CILJ – KLJUČNE SMERNICE DELOVANJA</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Na ravni destinacije vzpostavljamo <b>produktni portfolio, ki nudi dobro osnovo za zmanjševanje sezonskosti</b> (v prvi vrsti podaljševanje poletja, ob tem pa krepitev konkurenčnosti produktov, ki bodo pritegnili turiste v izvensezonskih mesecih) in za <b>razlikovanje destinacije</b> (stran od klasične Sun &amp; Beach destinacije v smeri aktivne mediteranske destinacije, s kakovostno ponudbo aktivnosti – outdoor ter odkrivanja narave in kulture).</li> <li>2. <b>Izboljšujemo konkurenčnost 7 (4 nosilni + 3 nišni) destinacijskih produktov in jih povezujemo v privlačna doživetja</b> (destinacijski integralni turistični produkti), po sodobnih trženjskih principih. Za 3 nišne destinacijske produkte razvoj in promocijo izvajajo partnerji, MOK v vlogi DMMO pa nudi potrebne razvojne in trženjsko-promocijske podporne aktivnosti (to so cruising, športni turizem in plezanje).</li> <li>3. Delo na področju produktnega razvoja poteka preko <b>razvojnih produktnih načrtov in s podporo strokovnih produktnih skupin</b>.</li> <li>4. Na destinacijski ravni <b>podpiramo razvoj tudi drugih potencialnih/podpornih produktov</b> (posebni interesi in podporni produkti), ki jih kot poslovno priložnost prepoznajo in razvijajo posamezni turistični ponudniki (npr. wellness, poslovni/seminarski turizem, igralništvo itd.).</li> <li>5. <b>Skozi aktivno upravljanje produktov jasno pozicioniramo destinacijo</b> (v skladu s ciljnimi tržnimi pozicioniranjem celoletne aktivne mediteranske destinacije).</li> <li>6. <b>Na destinacijski ravni (prioritetno vloga MOK) pospešujemo krepitev javne turistične infrastrukture</b>, ki je temeljnega pomena za konkurenčnost posameznih destinacijskih produktov (tematske poti, ureditev obale, centra za vodne športe, parkirišča itd.).</li> <li>7. <b>Posamezne produkte razvijamo čez meje občine</b> (Slovenska Istra, Istra).</li> <li>8. <b>Na mikro ravni pospešujemo razvoj dodatne ponudbe</b>, ki je temeljnega pomena za povečanje konkurenčnosti (opredeljeno v okviru SP3 - INFRASTRUKTURA &amp; SME).</li> </ol>	
<b>Povezave z drugimi strateškimi področji:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• V skladu s smernicami SP2 (TRAJNOSTNI RAZVOJ) produkte razvijamo po trajnostnih načelih.</li> <li>• Infrastrukturni del razvoja je opredeljen v okviru SP3 (INFRASTRUKTURA &amp; SME).</li> <li>• V okviru SP5 (POVEZOVANJE &amp; UPRAVLJANJE) spodbujamo dvig kakovosti, znanja in inovativnosti za bolj privlačne, konkurenčne in inovativne produkte ter zagotavljamo platformo za povezovanje ponudnikov in krepitev medsebojnega dialoga.</li> </ul>	

<b>PREDNOSTNI UKREPI za strateško področje 1: PRODUKTI &amp; DOŽIVETJA</b>	
<b>SKLOP UKREPOV</b>	<b>Razvojne aktivnosti za izboljšanje konkurenčnosti produktov</b>
<b>U1.1: Razvojno produktno delo</b>	Aktivno in kontinuirano razvojno delo po nosilnih in nišnih destinacijskih produktih: <b>na osnovi podanih razvojnih smernic v podpoglavju 6.1.4 se pripravijo podrobnejši produktni razvojni načrti, ki so osnova za vključevanje aktivnosti v letne programe dela razvoja turizma na območju MOK.</b>
<b>U1.2: Turistični pospeševalnik</b>	<b>Z ukrepom želimo spodbuditi podjetništvo in motivirati posameznike in podjetja za razvoj novih produktov, ponudb, idej (z elementi zelenega in inovativnosti) ter promocijo obstoječih,</b> ki bodo vplivali na povečanje konkurenčnosti in omogočili, da turist v destinaciji potroši več. Prednostno se podpira produkte oziroma ponudbe z elementi inovativnosti in zelenega. MOK izvaja letne razpise, z natančno izdelanimi kriteriji. Pripravi se predlog modela, tudi na osnovi izkušenj s podobnim ukrepom v preteklosti. Vzpostavitev z letom 2019.
<b>KOLESARJENJE</b>	
<i>Indikativne aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oblikovanje katastra poti (splošnih in tematskih), označiti kolesarske poti (na terenu), po težavnosti, nato vzdrževanje.</li> <li>2. Vzpostaviti varne kolesarske povezave (še posebej prehodi iz mesta na podeželje).</li> <li>3. Razviti produkt za kolesarski ogled mesta.</li> <li>4. Krepitev ponudbe ob kolesarskih poteh (vključitev gostinske ponudbe, naravnih vrednot in kulturne dediščine).</li> <li>5. Izboljšanje izposoje koles in e-koles.</li> <li>6. Povezovanje s sosednjimi destinacijami (Slovenska Istra in čezmejno).</li> <li>7. Ureditev poti za gorsko kolesarjenje in downhill.</li> <li>8. Odprava kritičnih točk na Parenzani.</li> <li>9. Oblikovanje turističnih produktov za kolesarje in aktivno trženje le teh.</li> <li>10. Večji poudarek na promociji kolesarskih produktov, boljše umeščanje ponudbe v ostalo promocijo, pojavnost na kolesarskih sejnih, spletno mesto s celovito ponudbo in podpornim okoljem za kolesarje – na destinacijski ravni in profesionalno trženje tega produkta (npr. povezovanje v projekt Adria Bike oziroma InterBike).</li> <li>11. Povečanje števila specializiranih kolesarskih nastanitvenih zmogljivosti.</li> <li>12. Ukrepi, ki jih TUS opredeljuje na področju trajnostne mobilnosti (za vzpostavitev kolesarjem bolj prijaznega okolja) in ukrepi, ki jih opredeljuje CPS MOK (MOK, 2017).</li> </ol>
<i>Prvi naslednji koraki</i>	<b>Vzpostavitev produktne delovne skupine za kolesarjenje, zagotovitev koordinatorja za razvoj kolesarskega turizma, identificiranje zainteresiranih ponudnikov za oblikovanje kolesarskega turističnega produkta in priprava podrobnejšega razvojnega produktnega načrta za kolesarjenje</b> (kot osnova za letne aktivnosti).
<b>POHODNIŠTVO</b>	
<i>Indikativne aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revitalizacija markacij, kjer je potrebna, dodatne informacijske/usmerjevalne table, ureditev in označitev poti ter oblikovanje katastra poti.</li> <li>2. Redno vzdrževanje pohodniških poti.</li> <li>3. Aktivnejša promocija Kopra kot izhodiščne točke za poti na podeželju (ureditev dostopa in označevanje izhodiščnih točk).</li> <li>4. Spletno mesto (in druga promocijska orodja) s celovito ponudbo in podpornim okoljem za pohodnike.</li> <li>5. Ureditev točk za počitek (klopi, koši za smeti) in razglednih točk.</li> <li>6. Povečanje števila specializiranih pohodniških nastanitvenih zmogljivosti.</li> <li>7. Izvedeni ukrepi, ki jih opredeljuje CPS MOK (MOK, 2017).</li> </ol>
<i>Prvi naslednji korak</i>	<b>Vzpostavitev produktne delovne skupine za pohodništvo, zagotovitev koordinatorja za razvoj pohodniškega turizma, identificiranje zainteresiranih ponudnikov za oblikovanje pohodniškega turističnega produkta in priprava podrobnejšega razvojnega produktnega načrta za pohodništvo</b> (kot osnova za letne aktivnosti).

VODNI ŠPORTI	
Indikativne aktivnosti	<p><b>Projekti v pristojnosti MOK:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ureditev centra vodnih športov – prostorska umestitev vodnih športov.</li> <li>2. Ureditev javnega morskega prevoza.</li> <li>3. Ureditev plaže (več plažnih površin) (s celostno ponudbo) med Koprom in Izolo, razvoj pametnih plaž.</li> <li>4. Oblikovanje verige ponudnikov vodnih športov in aktivnosti.</li> </ol>
Ključni ukrepi	<p><i>Ključni podporni infrastrukturni ukrepi so opredeljeni v TUS pod strateškim razvojnim področjem »Celovito urejanje mestnih obal«.</i></p> <p><b>Vloga MOK na področju vodnih športov in aktivnosti je vzpostavljanje verige ponudnikov vodnih športov in aktivnosti, aktivna vključitev produkta v integralni turistični produkt Aktivni mediteranski oddih in njegova promocija.</b></p>
ODKRIVANJE NARAVE IN KULTURE	
Indikativne aktivnosti	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifikacija prioriteten/nosilnih točk narave in kulture, analiza stanja in priprava dolgoročnih celostnih razvojno-upravljaljskih načrtov (glede na identificirane prioritete) – in postopna implementacija, v skladu s terminskim načrtom in razpoložljivimi viri.</li> <li>2. (V okviru projekta priprave novega turističnega spletnega mesta) priprava pregledne in trženjsko privlačne predstavitev točk, z interaktivnim shematskim zemljevidom (ki jasno komunicira lokacijo, oddaljenost in vsebino posameznih točk).</li> <li>3. Motiviranje turističnih ponudnikov za vključevanje informacij in priporočila obiskovalcem (da imajo na voljo promocijska gradiva, da poznajo ponudbo/točke narave in kulture).</li> <li>4. Dnevi odprtih vrat s posebnimi predstavitvami, delavnicami.</li> <li>5. Aktivnejša vključitev ogleda Luke Koper in Škocjanskega zatoka v destinacijsko promocijo.</li> <li>6. Identifikacija prioriteten zgodb na destinaciji, ki se ponujajo kot prireditve/atrakcije/turistični produkt.</li> </ol>
Prvi naslednji korak	<p><b>Glej točka 1:</b> Identifikacija prioriteten/nosilnih točk narave in kulture, analiza stanja in priprava dolgoročnih celostnih razvojno-upravljaljskih načrtov (glede na identificirane prioritete) – in postopna implementacija, v skladu s terminskim načrtom in razpoložljivimi viri.</p>
GASTRONOMIJA	
Indikativne aktivnosti	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pospeševanje in krepitev istrske gastronomske ponudbe v samem mestu (v restavracijah, gostilnah oziroma lokalih, v prodajalnah).</li> <li>2. Priprava modela in vzpostavitev reprezentativnega degustacijskega-prodajno-predstavitvenega prostora v mestnem jedru.</li> <li>3. Zagotavljanje kakovosti skozi standarde, standardizacija tipične istrske kulinarike.</li> <li>4. Povezovanje gastronomskih prireditev z aktivnostmi (kot so pohodi po tematskih poteh in kolesarjenje).</li> <li>5. Organizacijske povezovalne platforme (vinarji, oljkarji in glede na interes tudi drugi gastronomski ponudniki).</li> <li>6. Delavnice in izobraževanja za lokalne gostince, hotelirje oziroma vse zainteresirane turistične delavce, da spoznajo avtentične jedi in da znajo priporočati lokalne jedi tujcem (zdaj premalo znanja in ponosa) ter druga izobraževanja.</li> <li>7. Oživitev vinske in oljčne ceste.</li> <li>8. Spodbujanje umeščanja lokalnih produktov v gostinsko ponudbo.</li> <li>9. Vzpostavitev zelenih nabavnih verig (lokalni pridelki in izdelki pri gostinskih in nastanitvenih ponudnikih).</li> <li>10. Usmerjanje MOK-a ob oddajanju občinskih prostorov, da se oddajo ponudnikom z avtentično gastronomsko ponudbo in ne ponudnikom <i>fast food</i> hrane (te ponudbe je dovolj).</li> <li>11. Ureditev obratovalnih časov v lokalih in teras.</li> <li>12. Identifikacija mesta z določeno vrsto hrane. Opredeliti koprsko slaščico, ki bi jo ponujali vsi lokali, slaščičarne (ali razvoj sladice Carpaccio).</li> <li>13. Spodbujanje uporabe tipičnih istrskih zelišč.</li> <li>14. Krepitev povezovanja v okviru Slovenske Istre (vsak kraj izpostavi svoje posebnosti), v okviru skupnega projekta Gastronomski zakladi Istre.</li> </ol>

	<p>15. Zaščita tipičnih gastronomskih produktov.</p> <p>16. Vzpostavitev delovne skupine za gastronomijo, ki bi skrbela za usmerjen razvoj gastronomskega produkta in povezovanje ponudnikov.</p> <p>17. Dnevi odprtih vrat pri gastronomskih ponudnikih.</p> <p>18. Aktivna promocija gastronomskih prireditvev.</p> <p>19. Oblikovanje in trženje gastronomskih ogledov mesta in gastronomskih izletov na podeželje.</p> <p>20. Aktivnejša vključitev ogledov kleti Vinakoper v destinacijsko promocijo.</p>
<i>Osrednji projekt</i>	<b>Nadaljevanje in nadgradnja projekta »Gastronomski zakladi Istre« z določitvijo standardov kakovosti, blagovne znamke in sistema skupnega povezovanja ponudnikov (prijava na LAS Istra, 2017).</b>
<b>PRIREDTVJE</b>	
<i>Indikativne aktivnosti</i>	<p>1. Analiza stanja, izbor vodilnih destinacijskih prireditvev (glede na teme in različne letne čase) ter priprava načrtov za njihovo nadgradnjo.</p> <p>2. Na osnovi analize stanje se dodelajo/nadgradijo kriteriji, ki so osnova za sofinanciranje prireditvev s strani MOK.</p> <p>3. Vzpostavitev standardov ponudbe in razvoj izbranih vodilnih destinacijskih prireditvev po zelenih kriterijih (opredeljeno v okviru SP2: Ukrep 2.4A).</p> <p>4. Umestiti dediščino tudi v gastronomski produkt (npr. oljčna cesta).</p> <p>5. 1-krat letno izvedba večje in odmevnejše prireditve (»tipa« Eurobasket) – krepitev mednarodnih prireditvev.</p>
<i>Prvi naslednji korak</i>	<b>Glej aktivnosti 1:</b> Analiza stanja, izbor vodilnih destinacijskih prireditvev (glede na teme in različne letne čase) ter priprava načrtov za njihovo nadgradnjo.
<b>ŠPORTNI TURIZEM</b>	
<i>Prvi naslednji korak</i>	Ker gre za izredno specializiran trg, je potrebno <b>najprej pristopiti k vzpostavitvi delovne skupine (vključitev specialistov za šport, trženje in športni turizem), ki na osnovi analize in poznavanja situacije v destinaciji pripravi strateško-operativni načrt razvoja športnega turizma v MOK in potrebne ukrepe na področjih razvoja/potrebni infrastrukturnih nadgradenj, na področju podpornih storitev in na področju trženja na specializiranem mednarodnem trgu (glede na potencialne identificirane niše). Na osnovi načrta se pripravi operativni akcijski načrt.</b>
<b>PLEZANJE</b>	
<i>Prvi naslednji korak</i>	<b>Vzpostavitev delovne skupine za plezanje, ki zagotovi vključenost tako plezalcev (društvenega sektorja in glavnih akterjev v tem športu) kot tudi javnega sektorja, ki si za nalogo zadaja vzpostavitev urejenega okolja (parkirišča, sanitarije, dostop in nudenje podpornih storitev pri razvoju, uveljavljanju in upravljanju tega produkta).</b>
<b>TRANZITNI TURIZEM</b>	
<i>Prvi naslednji korak</i>	<p>1. Identifikacija točk in produktov, ki so zanimive za tranzitnega obiskovalca, glede na zagotavljanje osnovnih potreb tranzitnega obiskovalca.</p> <p>2. Priprava kratkega izvedbenega komunikacijskega načrta – kako destinacijo predstaviti tranzitnim potnikom in izvedba podpornih aktivnosti po opredeljenem akcijskem načrtu.</p>



## 2.0 Strateško področje 2: TRAJNOSTNI RAZVOJ

TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA ( Odgovoren razvoj. Zelene rešitve. Vrednost pred količino.)	
PRIORITETNI CILJ	PRIČAKOVANI REZULTAT 2025
Vzpostaviti trajnostni razvoj turizma kot temeljno razvojno paradigmo in postati vodilna zelena destinacija v Slovenski Istri <sup>1</sup> .	Trajnostne aktivnosti, ki jih izvajamo pod skupno platformo Koper kot Slovenia Green Destination so povečale prepoznavnost Kopra kot odgovorne in zelene turistične destinacije, ki odgovorno ravna z naravnim okoljem, ceni bogato dediščino, razvija turizem na način, da ustvarja vrednost za lokalno okolje, ter odpira nove priložnosti za ljudi, ki tu živijo.
<b>KAZALNIKI USPEŠNOSTI 2025</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>K.2.1</b> Destinacija Koper v okviru pridobljenega znaka Slovenia Green Destination letno izvede vsaj 2 pomembna zelena destinacijska ukrepa.</li> <li>▶ <b>K.2.2</b> Število okoljsko certificiranih ponudnikov v letu 2025: 10+.</li> <li>▶ <b>K.2.3</b> Vzpostavljen sistem zelenih nabavnih verig, ki letno raste po 10-odstotni stopnji.</li> <li>▶ <b>K.2.4</b> Skozi sistem podjetniškega pospeševalnika se letno podpre vsaj 1 nov inovativen zelen produkt/ponudba.</li> </ul>	
<b>KLJUČNI IZZIVI, ki jih naslavljamo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktivneje povezati turistične ponudnike in lokalne pridelovalce – razvoj zelenih nabavnih verig.</li> <li>• Razvoj inovativnih zelenih produktov.</li> <li>• Okrepiti percepcijo Kopra kot mesta, ki je tesno povezan z zelenim podeželjem (skozi konkretne zelene ukrepe).</li> </ul>	
<b>KAKO BOMO URESNIČILI CILJ – KLJUČNE SMERNICE DELOVANJA</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Pridobitev znaka Slovenia Green Destination</b> razumemo kot temeljno platformo, na kateri razvijamo in izboljšujemo kazalnike trajnosti na vseh petih področjih delovanja: destinacijski management, narava in pokrajina, okolje in podnebje, kultura in tradicija, socialna klima, poslovanje turističnih podjetij.</li> <li>2. Ozaveščamo in motiviramo turistične ponudnike za <b>uvajanje trajnostnih poslovnih modelov, pridobitev okoljskih certifikatov, za razvoj dobrih, trajnostnih arhitekturnih rešitev in razvoj zelenih inovativnih produktov.</b></li> <li>3. Delamo na dvigu <b>kakovosti storitev, produktov in avtentičnosti izkušnje na destinaciji.</b></li> <li>4. <b>Obiskovalce aktivno usmerjamo v zeleno podeželje</b> (principi trajnostne mobilnosti) in skrbimo za kroženje obiskovalcev po širšem območju destinacije.</li> <li>5. <b>Spodbujamo razvoj zelenih produktov</b>, ki temeljijo na vključevanju narave in kulturne dediščine in ki vključujejo elemente trajnostne mobilnosti.</li> <li>6. <b>Lokalne izdelke in pridelke aktivneje vključujemo v gastronomsko ponudbo.</b></li> <li>7. <b>Razvijamo produkte, ki zapolnjujejo mrtve sezone</b> in podaljšujejo dobo bivanja, po trajnostnih principih.</li> <li>8. <b>Ponujamo preprosto dostopne informacije o parkiriščih, javnem prometnem režimu in drugih opcijah trajnostne mobilnosti</b> (dostopne že pred prihodom na destinacijo).</li> <li>9. <b>Spodbujanje razvoja/uvajanja raznih zabavnih načinov mehke/trajnostne mobilnosti</b> (da se prepozna kot podjetniška priložnost).</li> <li>10. Razvoj javnega pomorskega prometa (za povezanost obmorskih krajev).</li> <li>11. Izvajanje ukrepov na področju prometna strategije; <i>ukrepi MOK v okviru Celostne prometna strategije MOK.</i></li> </ol>	

<sup>1</sup> Cilj je v skladu z vizijo, ki jo opredeljuje Občinski program varstva okolja MOK 2015-2020 (2014): »Mestna občina Koper je okoljsko odgovorna občina, v kateri prebivalci, gospodarstvo in obiskovalci aktivno skrbijo za okolje, tako da je občina za zgled vsem drugim na severnem Jadranu«.

<b>PREDNOSTNI UKREPI</b>	<b>NAČRTOVANI PROJEKTI v okviru posameznega ukrepa</b>
<b>U.2.1: 'KOPER GREEN'</b> (aktivnosti za trajnostni razvoj destinacije in ponudnikov, na osnovi certifikacijske sheme Slovenia Green)	<b>P.2.1A:</b> Pridobitev znaka Slovenia Green (destination) <b>P.2.1B:</b> Letno izvajanje zelenih ukrepov v okviru 'KOPER GREEN' – gre za projektno platformo, v okviru katere se vsako leto izvajajo konkretni projekti za bolj trajnostno destinacijo (in bolj trajnostno poslovanje turističnih ponudnikov) <b>P.2.1C:</b> Ozaveščanje in motiviranje turističnih ponudnikov za razvoj trajnostnih poslovnih modelov (uvedba okoljskih znakov)
<b>U.2.2: Trajnostna mobilnost (integracija trajnostne mobilnosti v turizem)</b>	<b>P.2.2A:</b> Valorizacija ukrepov trajnostne mobilnosti (ki se izvajajo na ravni MOK) v turizmu
<b>U.2.3: Povezovanje podeželja in mesta, turističnih ponudnikov in pridelovalcev ter dobaviteljev</b>	<b>P.2.3A:</b> Vzpostavitev lokalnih zelenih nabavnih verig
<b>U.2.4: Spodbujanje razvoja inovativnih zelenih produktov oziroma ponudb</b>	<b>P.2.4A:</b> Izvajanje ključnih destinajskih prireditve po standardih za zelene prireditve <b>P.2.4B:</b> Izobraževanja in spodbude za ponudnike, da razvijajo inovativne zelene produkte
<b>UKREP 2.1</b>	<b>'KOPER GREEN' (aktivnosti za trajnostni razvoj destinacije in ponudnikov)</b>
<i>Namen</i>	Namen ukrepa je vzpostaviti temeljno trajnostno razvojno platformo – na temeljih ZZST in znamke Slovenia Green, ki postane osnova in hkrati krovna »marela« za vse aktivnosti za trajnostni razvoj turizma v MOK (in širše, v okviru Slovenske Istre), tako na ravni destinacije kot na ravni turističnih ponudnikov. Hkrati je namen tesno vpeti ukrepe na področju trajnostnega razvoja turizma v krovne razvojne projekte za trajnostni razvoj občine.
<i>Pričakovani rezultat</i>	MOK v prvem ocenjevanju v okviru SLOVENIA GREEN pridobi srebrno oceno, do leta 2020 zlato (naslednje ocenjevanje) ter do 2025 kontinuirano izboljšuje posamezne kazalnike, s čemer sistematično dela na uresničevanju cilja, da postane najbolj zelena destinacija v Slovenski Istri. Vsako leto so na osnovi analize stanja opredeljeni cilji in zastavljene aktivnosti, ki se vključijo v letni program dela MOK.
<b>Načrtovani projekti</b>	<b>2.1A:</b> Pridobitev certifikata Slovenia Green (Destination). <b>2.1B:</b> 'KOPER GREEN' – letno izvajanje ukrepov, ki odpravljajo slabosti oziroma šibke točke po posameznih področjih in kazalnikov, opredeljenih na osnovi stanja po posameznih kazalnikih. <b>2.1C:</b> Ozaveščanje in motiviranje turističnih ponudnikov za razvoj trajnostnih poslovnih modelov (okoljsko certificiranje nastanitvenih in drugih turističnih ponudnikov). <b>PREOSTALI PROJEKTI se načrtujejo v okviru projekta pod številko 2.1B.</b>
<i>Vloga MOK pri ukrepu 2.1</i>	<b>MOK je pri tem ukrepu osrednji povezovalac, izvedba pa poteka v tesnem partnerstvu z vsemi službami in uradi v okviru MOK in ob sodelovanju drugih identificiranih ključnih deležnikov.</b> Na projektu dela stalna Zelena ekipa KOPER GREEN (ki jo vodi Urad za okolje in prostor MOK). TOK je stalni in aktivni partner, ki vodi tudi aktivno komunikacijo do turističnih deležnikov.
<b>PROJEKT 2.1A</b>	<b>Pridobitev znaka SLOVENIA GREEN (DESTINATION)</b>
<i>Aktivnosti</i>	<b>Pristop v Zeleno shemo slovenskega turizma – začetek postopka za pridobitev znaka Slovenia Green, do certificiranja se sledi korakom:</b> <b>1.</b> Imenovanje zelenega koordinatorja; <b>2.</b> Oblikovanje Zelene ekipe KOPER GREEN (zastavljena dolgoročno); <b>3.</b> Aktivnosti za osveščanje turističnih ponudnikov in prebivalcev (predvsem TOK); <b>4.</b> Podpis zelene politike; <b>5.</b> Anketiranje (turistični ponudniki, turisti, prebivalci);

	<p>6. Zbiranje in vnašanje podatkov v Slovenia Green orodje;</p> <p>7. Oddaja poročila in zahtevka za presojo;</p> <p>8. Priprava akcijskega načrta ukrepov (na osnovi ocene se opredelijo cilji in prioritetni ukrepi za izboljšanje slabosti);</p> <p>9. Opredelitev lokalnega značaja in zelenega USP (zelene edinstvene značilnosti destinacije);</p> <p>10. Oddaja poročila in zahteva za terenski obisk;</p> <p>11. Uresničevanje ukrepov in ponovna presoja (na največ 3 leta).</p> <p>MOK se včlani v Konzorcij SLOVENIA GREEN, s čemer ima tudi dostop do delavnic in izobraževalnih vsebin.</p> <p>Opomba: MOK je v letu 2017 vstopila v ZSST, konec leta bo prejela prvo oceno.</p>
Nosilec	MOK je aktivni partner v Zeleni ekipi KOPER GREEN; ta ekipa postane stalna, dolgoročna strokovna projektna skupina, ki usklajuje in skrbi za izvajanje projekta 'KOPER GREEN'.
Sodelujoči	MOK (osrednji partner) – vse relevantne službe in uradi, turistični ponudniki in drugi identificirani deležniki.
Indikativna vrednost	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strošek vstopa v ZZST = 1.220 EUR.</li> <li>• 1. leto &amp; 2. leto = 200 EUR.</li> <li>• 3. leto (ponovna presoja) = 920 EUR.</li> <li>• 4. leto &amp; 5. leto = 200 € EUR.</li> </ul> <p><b>Gre zgolj za zunanje stroške, ki ne vključujejo stroške dela.</b></p>
Terminski načrt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vstop v ZSST v letu 2017.</li> <li>• Pridobitev znaka do konca leta 2017.</li> </ul>
<b>PROJEKT 2.1B</b>	<b>Letno izvajanje zelenih ukrepov v okviru 'KOPER GREEN'</b>
	<b><i>Gre za projektno platformo, v okviru katere se vsako leto izvajajo konkretni projekti za bolj trajnostno destinacijo (in bolj trajnostno poslovanje turističnih ponudnikov).</i></b>
Aktivnosti	Na osnovi akcijskega načrta ukrepov iz projekta 1.1A se zeleni projekti letno vključijo v Program dela MOK (glede na prioritete ter razpoložljiva kadrovska in finančna sredstva). Vsebine se načrtujejo in usklajujejo v okviru Zelene ekipe 'KOPER GREEN'.
Nosilec	MOK (ki projekt izvaja preko Zelene ekipe 'KOPER GREEN').
Sodelujoči	MOK, turistični ponudniki, nevladni sektor, identificirani ključni deležniki.
Indikativna vrednost	Letno se v okviru Programa dela MOK izvajanju zelenih projektov nameni vsaj 10.000 EUR.
Terminski načrt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Letno načrtovanje (v okviru priprave letnega Programa dela MOK).</li> <li>• Izvajanje na letni osnovi, letna evalvacija.</li> </ul>
<b>PROJEKT 2.1C</b>	<b>Ozaveščanje in motiviranje turističnih ponudnikov za razvoj trajnostnih poslovnih modelov (uvredba okoljskih znakov)</b>
Aktivnosti	<p>Ključni gradniki trajnostne destinacije so turistični ponudniki – destinacija je težko trajnostna, če v destinaciji nimamo turističnih ponudnikov, ki poslujejo po trajnostnih načelih. V prvi vrsti gre za certificiranje nastanitvenih ponudnikov (ki prav tako lahko pridobijo znak Slovenia Green Accommodation; kmalu pa bo mogoče certificirati tudi druge kategorije – produkte, atrakcije, agencije). MOK (predvsem TOK in Urad za okolje in prostor) v podporo izvaja naslednje aktivnosti:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Izobraževalne delavnice o pomenu in koristih trajnostnega poslovanja in predstavitve primerov dobrih praks.</li> <li>2. Informiranje o razpisih in virih sofinanciranja uvajanja trajnostnih poslovnih modelov (v podporo uvedbi okoljski znakov MGRT letno objavi razpis).</li> <li>3. Vključiti turistična podjetja v procese ohranjanja narave in biotske raznovrstnosti.</li> <li>4. Nudjenje informacijske podpore ponudnikom v procesih odločanja in uvajanja okoljskih znakov oziroma razvoja trajnostnega poslovanja.</li> </ol>

Nosilec	MOK.
Sodelujoči	Turistični ponudniki in Zelena ekipa KOPER GREEN.
Indikativna vrednost	2.000 EUR letno.
Terminski načrt	<ul style="list-style-type: none"> <li>Letno načrtovanje (v okviru priprave letnega Programa dela MOK).</li> <li>Izvajanje na letni osnovi.</li> </ul>
<b>UKREP 2.2</b>	<b>TRAJNOSTNA MOBILNOST<sup>2</sup> kot del trajnostnega managementa destinacije (integracija turizma in trajnostne mobilnosti)</b>
Pričakovani rezultat	Z vidika turizma uvajamo posamezne bolj »mehke« ukrepe trajnostne mobilnosti, s katerimi pospešujemo trajnostno mobilnost v destinaciji in prispevamo k verodostojnosti obljube zelene destinacije. <b>S temi aktivnostmi povezujemo mesto z glavnimi turističnimi točkami in izhodišči za najbolj priljubljene izlete</b> (pohodniške in kolesarske), hkrati pa tudi prebivalcem s podeželja olajšujemo dostop do javnih storitev. Destinacija je prepoznana kot zelena, dostopna, povezana.
Indikativne aktivnosti – projekti	<p><b>Med bolj kratkoročnimi aktivnostmi, ki se lahko začnejo izvajati takoj in ne zahtevajo infrastrukturnih posegov oziroma večjih vložkov, so:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Povezovanje obstoječih in spodbujanje novih zasebnih ponudnikov različnih oblik skupinskih transferov</b>, vključno z izposajo koles, e-koles in e-vozil (identificiranje in povezovanje).</li> <li><b>Spodbujanje turističnih ponudnikov, da v svojo ponudbo vključijo kolesa in e-kolesa.</b></li> <li><b>Informiranje in promocija zelene mobilnosti</b> (gre za povezovanje vseh informacij, kako je mogoče potovati na območju destinacije brez avtomobila; vozni redi in druge zelene potovalne informacije, ki so informacijsko preprosto dostopne in se promovirajo preko destinacijskih kot tudi občinskih kanalov; vključitev in navezava za zeleno mobilnost na območju celotne Slovenske Istre in širše).</li> <li><b>Spodbujanje in pospeševanje rabe javnega prevoza</b> (posebni popusti, informiranje, vključitev v Koper Card).</li> <li><b>Javni prevozi</b> (izboljšanje sistema za boljšo prilagoditev potrebam osebam, ki pripotujejo v destinacijo brez avtomobila, pa tudi pohodnikom in kolesarjem – <b>možnost prevoza koles; boljše informiranje; stimulacije za uporabo</b>).</li> <li><b>Razvoj turističnih produktov, ki temeljijo na intermodalnih mobilnih povezavah</b> (kombinacija različnih oblik zelene mobilnosti).</li> <li><b>Projekte, kot je Hop ON – Hop OFF panoramska tura</b> na relaciji Koper – Izola – Piran – Portorož – Koper narediti bolj dostopne in integralne dele trajnostne mobilnosti.</li> <li><b>Vzpostavitev (zelenih) morskih povezav in prevoza potnikov ter koles.</b></li> </ul>
Vloga MOK pri ukrepu 2.2	<b>MOK je pri tem ukrepu osrednji povezovalac, medtem ko izvedba poteka v tesnem partnerstvu znotraj uradov/služb MOK in ob sodelovanju drugih ključnih deležnikov. Ključna je tesna povezava z vsemi ukrepi na področju trajnostne mobilnosti, ki jih izvaja MOK.</b>
<b>UKREP 2.3</b>	<b>Povezovanje podeželja in mesta, ponudnikov, pridelovalcev in dobaviteljev lokalno pridelane zelenjave, sadja in gastronomskih produktov</b>
Namen	Okrepiti želimo konkretne povezave med podeželjem in mestom, na način, da turistični in gostinski ponudniki krepijo nakup lokalno pridelane zelenjave, sadja in gastronomskih produktov ter da svojo ponudbo vse bolj temeljijo na sezonski ponudbi in avtentičnih sestavinah. V ta namen je potrebno vzpostaviti zeleno nabavno verigo, ki ima za cilj hotelirjem, drugim nastanitvenim ponudnikom in gostinskim ponudnikom na območju MOK (in vizija širitve na Slovensko Istro) ponuditi možnost preproste, organizirane nabave 100-odstotno lokalno pridelane hrane. Vez med kupci in dobavitelji svojo mrežo izvajajo obstoječi zadržni ponudniki na območju MOK.
Pričakovani rezultat	<b>Delujoča zelena nabavna veriga na območju MOK, s potencialom širitve na Slovensko Istro. Aktivnost je pomemben del projekta 'KOPER GREEN'.</b>

<sup>2</sup> Kako razumemo trajnostno mobilnost? Trajnostna mobilnost pomeni zagotavljanje učinkovite in enakopravne mobilnosti za vse ob zmanjšanju nezaželenih stranskih učinkov. Z ukrepi prometne politike je potrebno zagotoviti, da je potreba vsakogar po premikanju zadovoljena ter da je zagotovljena dostopnost do posameznih območij in storitev.

<i>Načrtovani projekti</i>	<b>P.2.3A: Vzpostavitev lokalnih zelenih nabavnih verig</b>
<i>Vloga MOK pri ukrepu 1.2</i>	MOK je iniciator in povezovalec, ki določi koordinatorja, medtem ko se aktivnost izvaja neposredno med identificiranimi partnerji.
<b>PROJEKT 2.3A</b>	<b>Vzpostavitev lokalnih zelenih nabavnih verig</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preučitev dobrih praks na tem področju.</li> <li>2. Identificiranje partnerjev in vzpostavitev kontakta ter identifikacija potreb in omejitev.</li> <li>3. Oblikovanje poslovnega modela (navezava na projekt vzpostavljanja standardov v gastronomski ponudbi).</li> <li>4. Zagon v nekaj pilotnih nastanitvenih objektih in restavracijah.</li> <li>5. Identificiranje slabosti in njihova odprava.</li> <li>6. Postopna krepitev modela in nadaljnji razvoj.</li> <li>7. Stalna kontrola, evalvacija/monitoring in uvajanje izboljšav.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK je iniciator in povezovalec, ki skupaj z identificiranimi partnerji določi koordinatorja, ki nato skupaj izvajajo aktivnosti. MOK nudi razvojno in promocijsko podporo.
<i>Sodelujoči</i>	Že delujoče zadruge (kot je npr. Agraria Koper), dobavitelji sadja, zelenjave in drugih gastronomskih produktov (npr. preko zadruge), hoteli in restavracije in drugi gostinsko-turistični ponudniki.
<i>Indikativna vrednost</i>	Razvojne aktivnosti potekajo v okviru rednega dela posameznih organizacij, za zagon projekta pa se pridobi sredstva iz kmetijskega sklada.
<i>Terminski načrt</i>	Vzpostavitev v letu 2019 in postopna krepitev.
<b>UKREP 2.4</b>	<b>Spodbujanje razvoja inovativnih zelenih produktov/ponudb</b>
<i>Pričakovani rezultat</i>	<b>Destinacija ima nabor produktov in doživetij, ki sledijo zelenim smernicam in krepijo identiteto Kopra kot destinacije, ki je tesno povezana z zelenim podeželjem.</b>
<i>Načrtovani projekti</i>	<p><b>P2.4A:</b> Izvajanje ključnih destinacijskih prireditvev po standardih za zelene prireditve</p> <p><b>P2.4B:</b> Izobraževanja in spodbude za ponudnike, da razvijajo inovativne zelene produkte</p>
<b>PROJEKT 2.4A</b>	<b>Izvajanje ključnih destinacijskih prireditvev po standardih za zelene prireditve</b>
<i>Aktivnosti</i>	<p>Uvodno pojasnilo oziroma izhodišče: STO je v okviru Priročnika za zelene produkte (STO, 2016) opredelila tudi smernice za zelene prireditve, predvidoma v letu 2018/2019 pa bo tudi pristopila k vzpostavitvi certificiranja za zelene prireditve (v okviru Zelene sheme slovenskega turizma). Glede na velik obseg destinacijskih prireditvev v MOK se predlaga, da se postopno uvaja standarde za zelene prireditve (izvajanje prireditvev na trajnosten način). V podporo se izvedejo naslednje aktivnosti:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Priprava izbora zelenih kriterijev in priprava izbora ključnih destinacijskih prireditvev, za katere bi se v prvi fazi začela implementacija določenega izbora trajnostnih kriterijev.</li> <li>2. Priprava operativnega načrta in pilotna izvedba, PR podpora.</li> <li>3. Vključitev izbranih zelenih kriterijev kot obveznih in del kot opcijskih v razpise za sofinanciranje turističnih prireditvev na območju MOK.</li> <li>4. Postopna krepitev kriterijev in prenos na večje število prireditvev (če izpolnjujejo kriterije, so s strani MOK deležne večje promocijske podpore).</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Organizatorji prireditvev.
<i>Indikativna vrednost</i>	Ocena se naredi na osnovi operativnega načrta (večji stroški lahko nastanejo pri nakupu razgradljive embalaže).
<i>Terminski načrt</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postopen začetek v letu 2018.</li> <li>• Nato postane redna aktivnost, v okviru identificiranih destinacijskih prireditvev.</li> </ul>

<b>PROJEKT 2.4B</b>	<b>Izobraževanja in spodbude za ponudnike, da razvijajo inovativne zelene produkte</b>
<i>Aktivnosti</i>	V podporo pospeševanju razvoja zelenih produktov in doživetij se izvajajo izobraževanja in spodbude turističnim ponudnikom – projekt se navezuje na turistični pospeševalnik (ki je ukrep v okviru SP3: INFRASTRUKTURA & SME).
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki.
<i>Indikativna vrednost</i>	2.000 EUR letno.
<i>Terminski načrt</i>	Začetek v letu 2018.

### 3.0 Strateško področje 3: INFRASTRUKTURA & SME

INFRASTRUKTURA & SME (Kakovostna nadgradnja javne in zasebne turistične infrastrukture. Aktivna investicijska in podjetniška dinamika.)	
<b>PRIORITETNI CILJ 3</b>	<b>PRIČAKOVANI REZULTAT 2025</b>
Skozi ključne infrastrukturne projekte izboljšati konkurenčnost ponudbe in spodbujati zasebna vlaganja v nastanitveno in drugo podjetniško turistično infrastrukturo.	Destinacija Koper ima urejeno zgodovinsko mesto, obalo in s podeželjem povezane zelene sisteme mesta, nastanitvena ponudba pa je nadgrajena tako glede obsega, kakovosti kot strukture.
<b>KAZALNIKI USPEŠNOSTI 2025</b>	
▶ <b>K.3.1:</b> Povečanje števila vseh ležišč za okvirno 500 (30 %), s 1.821 (SURS, 2015) na 2.300.	
<b>KLJUČNI IZZIVI, ki jih naslavljamo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pomanjkanje obsega in slaba kakovost nastanitvenih zmogljivosti.</li> <li>• Pomanjkljiva dodatna ponudba – pomanjkanje podjetniškega interesa za vlaganja v dodatno turistično infrastrukturo.</li> </ul>	
<b>KAKO BOMO URESNIČILI CILJ – KLJUČNE SMERNICE DELOVANJA</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Na področju javne in zasebne turistične infrastrukture se turizem naslanja na ukrepe, ki so načrtovani v okviru TUS, za ureditev obalnega pasu, zgodovinskega mestnega jedra in krepitve zelenih sistemov, hkrati pa te smernice prenaša tudi na področje podeželja (v skladu z SLR LAS Istra) ter projekti, ki bodo podprti preko LAS sredstev. Turizem aktivno valorizira vsebine za obiskovalce.</b></li> <li><b>2. MOK mora podjetnikom in investitorjem zagotavljati prijazno podporno poslovno okolje in vzdrževati kakovostno partnersko sodelovanje z državo.</b></li> <li><b>3. Spodbujanje prijaznega podpornega okolja za razvoj podeželja.</b></li> </ol>	
<b>Povezave z drugimi strateškimi področji:</b>	
Strateško področje SP3: INFRASTRUKTURA & SME je temeljno razvojno področje, ki je osnova za vso vsebinsko delo (razvoj produktov in doživetij ter trženje). Pomembno je, da se projekti izvajajo na trajnosten način.	
<b>PREDNOSTNI UKREPI</b>	<b>Pojasnilo</b>
<b>U.3.1 Spodbujanje vlaganj v nastanitveno ponudbo in drugo podjetniško turistično infrastrukturo</b>	Gre za ukrepe, ki presegajo pristojnosti MOK (zato jih v nadaljevanju podrobneje ne opredeljujemo), hkrati pa so temeljnega pomena za turizem. MOK je odgovorna za naslednja področja: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vlaganja v javno infrastrukturo (kolesarske poti, kopališča, parki, ureditev zgodovinskega mestnega jedra, ureditev obalnega pasu, zeleni sistemi itd.);</li> </ul>
<b>U.3.2 Vlaganja v javno in zasebno turistično infrastrukturo – v skladu z Načrtom razvojnih programov MOK</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vlaganja v trajnostno mobilnost in ureditev prometnega in parkirnega režima (celostne prostorsko-prometne ureditve);</li> <li>• Vlaganja v zeleno (modro) infrastrukturo – v območja, pomembna z vidika varstva naravnih vrednot in biotske raznovrstnosti;</li> <li>• Iskanje strateških partnerjev in spodbude za izvedbo prednostnih investicij v infrastrukturne naložbe ter aktivna promocija investicijskih priložnosti;</li> <li>• Zakonodajna podpora in razvoj prijaznega poslovnega podpornega okolja;</li> <li>• Sprejem, spremembe oziroma dopolnitve prostorskih dokumentov.</li> </ul>

## 4.0 Strateško področje 4: SODOBNO TRŽENJE

SODOBNO TRŽENJE (Krepitev znamke. Odlična digitalna orodja. Povezovanje.)	
<b>PRIORITETNI CILJ 4</b>	<b>PRIČAKOVANI REZULTAT 2025</b>
Pozicioniranje Kopra kot aktivne in zelene mediteranske destinacije, za več dni, vse leto, s podporo sodobnih trženjskih orodij in digitalnega vsebinskega trženja.	Koper postane jasno profilirana in prepoznavna turistična destinacija – »celoletna aktivna zelena mediteranska destinacija«.
<b>KAZALNIKI USPEŠNOSTI 2025</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>K.4.1</b> Povečanje prenočitev za 50 %, s 141.088 (2015) na 211.600 (po podatkih SURS).</li> <li>▶ <b>K.4.2</b> Povečanje povprečne dobe bivanja z 2,51 (2015) na 2,8 dni (po podatkih SURS).</li> <li>▶ <b>K.4.3</b> Sodoben destinacijski portal kot osrednja digitalna platforma, ki beleži letno 10-odstotno rast obiska.</li> </ul>	
<b>KLJUČNI IZZIVI, ki jih naslavljamo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omejeno izvajanje destinacijskih promocijskih aktivnosti na trgu – Koper dejansko še nima dolge tradicije destinacijskega managementa.</li> <li>• Ne zadostno profilirana turistična znamka Koper Capodistria.</li> <li>• Umeščenost spletne promocije Kopra v okviru občinskih spletnih strani in njeno zaostajanje za sodobnimi tehnološkimi rešitvami.</li> <li>• Destinacija nima potrebne kritične mase večjih turističnih ponudnikov, ki bi bili sami prisotni na trgu in tako tudi pomagali promovirati destinacijo.</li> <li>• Obmorske občine v preteklih letih niso uspele vzpostaviti skupne promocije na trgu – trženje destinacij poteka ločeno (z izjemo projektnega sodelovanja), kar je z vidika turista omejujoče.</li> </ul>	
<b>KAKO BOMO URESNIČILI CILJ – KLJUČNE SMERNICE DELOVANJA</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Krepimo krovno destinacijsko znamko Koper (navznoter do ponudnikov in prebivalcev in navzven do turistov).</li> <li>2. Tehnološko posodabljam in vsebinsko nadgrajujemo trženjska infrastrukturna orodja (poudarek na sodobni digitalni platformi, na digitalnem vsebinskem trženju, učinkovitih in ekonomičnih turističnih publikacijah in zelo kakovostni bazi fotografij in video klipov).</li> <li>3. Povečanje prepoznavnosti Kopra kot turistične destinacije s pomočjo vsebinskega digitalnega marketinga (VDM) in zgodb (jasna piramida zgodb).</li> <li>4. Oblikovanje in upravljanje privlačnih in kakovostnih vsebin na osnovi piramide zgodb.</li> <li>5. Izvajanje optimalnega promocijskega miksa klasičnih in digitalnih orodij, z večjim poudarkom na on-line aktivnostih.</li> <li>6. Krepitev partnerskega dela pri izvajanju promocije.</li> <li>7. Povezovanje s sosednjimi destinacijami v Slovenski Istri in po posameznih produktih tudi z Istro.</li> <li>8. Izkoriščanje trženjske platforme Združenja zgodovinskih mest Slovenije.</li> <li>9. Aktivno sodelovanje v okviru makro destinacije Mediteranska Slovenija.</li> </ol>	
<b>PREDNOSTNI UKREPI</b>	<b>NAČRTOVANI PROJEKTI v okviru ukrepa</b>
<b>U.4.1: Krepitev turistične destinacijske ZNAMKE Koper Capodistria</b>	<p><b>P.4.1A:</b> Prenova vizualne identitete znamke Koper Capodistria in priprava priporočnika za celostno grafično podobo (<i>nadgrajen v brand book</i>)</p> <p><b>P.4.1B:</b> Aktivno upravljanje in komuniciranje znamke Koper Capodistria</p>
<b>U.4.2: Razvoj in upravljanje kakovostnih trženjskih infrastrukturnih orodij (digitalnih in klasičnih)</b>	<p><b>P.4.2A:</b> Prenova spletnega destinacijskega portala</p> <p><b>P.4.2B:</b> Razvoj in upravljanje kakovostne foto banke in video vsebin</p> <p><b>P.4.2C:</b> Prenova koncepta turističnih promocijskih gradiv</p>

Priloga: Preglednica ukrepov po 5-ih strateških področjih delovanja (Strategija razvoja in trženja turizma v MOK do 2025, oktober 2017)



	<p><b>P.4.2D:</b> Upravljanje izbranih družbenih medijev</p> <p><b>P.4.2E:</b> Oblikovanje destinacijske piramide zgodb in priprava zgodb, kot osnova za vsebinsko trženje</p> <p><b>P.4.2F:</b> Ureditev in posodobitev linije destinacijskih spominkov</p> <p><b>P.4.2G:</b> Mobilna aplikacija</p> <p><b>P.4.2H:</b> Nadgradnja Koper Card v pametno kartico</p>
<b>U.4.3: Pretvarjanje destinacijske ponudbe/ produktov v prodajna doživetja</b>	<b>P.4.3A:</b> Oblikovanje nekajurnih tematskih ogledov mesta in dnevnih izletov za odkrivanje zelenega podeželja
<b>U.4.4 Krepitev promocijskih aktivnosti za povečanje prepoznavnosti in obiska destinacije</b>	<p><b>P.4.4A:</b> Vzpostavitev in delovanje operativne promocijske skupine</p> <p><b>P.4.4B:</b> Oblikovanje in izvajanje letnega promocijskega načrta</p>
<b>UKREP 4.1</b>	<b>Krepitev turistične znamke Koper Capodistria</b>
<i>Namen</i>	Osnova za učinkovito trženjsko delo na ravni destinacije je jasno profilirana in sodobno oblikovana tržna destinacijska znamka. V okviru ukrepa želimo vzpostaviti dobre osnove za oblikovanje sodobne tržne znamke Koper Capodistria, ki bo pripomogla k pozicioniranju destinacije v skladu z opredeljenim tržnim konceptom in vizijo. Pomembno pa je tudi, da Koper razumejo in s turizmom živijo tudi prebivalci, zato jih je potrebno identificirati kot pomembno javnost.
<i>Pričakovani rezultat</i>	<b>Sodobna destinacijska znamka Koper Capodistria, z vsemi podpornimi orodji, ki jo bodo v skladu z opredeljenimi smernicami uporabljali vsi turistični deležniki na območju MOK.</b>
<i>Načrtovani projekti</i>	<p><b>P.4.1A:</b> Prenova vizualne identitete znamke Koper Capodistria, vzpostavitev arhitekturnega sistema znamk in priprava priročnika za celostno grafično podobo (nadgrajen v brand book)</p> <p><b>P.4.1B:</b> Aktivno upravljanje in komuniciranje znamke Koper Capodistria</p>
<i>Vloga MOK pri ukrepu 4.1</i>	<b>MOK je nosilec ukrepa, lastnik in upravljavac destinacijske znamke Koper Capodistria.</b>
<b>PROJEKT 4.1A</b>	<b>Prenova vizualne identitete znamke Koper Capodistria, vzpostavitev arhitekturnega sistema znamk in priprava priporočnika za celostno grafično podobo (nadgrajen v brand book)</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Opredelitev identitete turistične destinacijske znamke Koper Capodistria, na osnovi ciljnega pozicioniranja, vrednot in vizije (aktivnost se izvaja usklajeno/vzporedno z ukrepom P.4.2E – Priprava destinacijske piramide zgodb).</li> <li>2. Priprava arhitekturnega sistema (odnos krovne znamke navzgor do Mediteranske Slovenije in navzdol do produktivnih znamk na ravni destinacije – kot je obstoječa znamka Active Koper, Doživi Hrastovlje, Koper Card, Gastronomski zakladi Istre, Sladka Istra, Istrski karneval... in do turističnih ponudnikov).</li> <li>3. Na osnovi opredeljene identitete se pripravi brief za oblikovanje vizualne identitete znamke in izvede razpis.</li> <li>4. Priprava nove vizualne identitete znamke (logotip oziroma znak).</li> <li>5. Priprava priročnika za celostno grafično podobo, z nadgradnjo z zgodbo (<i>brand book</i>), ki se opredeli v okviru ukrepa P.4.2D.</li> <li>6. Priprava smernic in pravil za uporabo znaka.</li> <li>7. Dostopnost znaka v elektronski obliki.</li> <li>8. Distribucija priročnika do vseh turističnih deležnikov v destinaciji (predstavitve znamke in zgodbe na skupnem srečanju).</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki.
<i>Indikativna vrednost</i>	4.000 EUR (enkratni strošek, vključno s tiskom priročnika).

Terminski načrt	V letu 2018.
<b>PROJEKT 4.1B</b>	<b>Aktivno upravljanje in komuniciranje znamke Koper Capodistria</b>
Aktivnosti	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redno aktivno upravljanje znamke – okrepitev komuniciranja znamke in zgodbe destinacije do internih (ponudniki) in eksternih javnosti (turisti – skozi trženjska infrastrukturna orodja).</li> <li>2. Cilj upravljanja je široka, pravilna, konsistentna in učinkovita uporaba znamke, ki bo s trgom komunicirala na profesionalen, kreativen in dosleden način in tako pripomogla k ciljnemu pozicioniranju destinacije, večji prepoznavnosti in obisku.</li> <li>3. Orodje za to je Priročnik CGP/Brand book.</li> <li>4. Aktivnosti za interno pozicioniranje znamke v lokalni skupnosti (skozi občinske kanale, časopis in aktivnosti).</li> </ol>
Nosilec	MOK kot lastnik in upravljavec znamke.
Sodelujoči	Turistični ponudniki.
Indikativna vrednost	V okviru rednega dela MOK.
Terminski načrt	Kontinuirano delo.
<b>UKREP 4.2</b>	<b>Razvoj in upravljanje kakovostnih trženjskih infrastrukturnih orodij (digitalnih in klasičnih)</b>
Namen	Destinacija potrebuje prenovu in vsebinsko nadgradnjo vseh temeljnih trženjskih infrastrukturnih orodij, ki so osnova za trženjske aktivnosti (okvirne smernice na strateški ravni so podane v poglavju 6.4.3). Zagotoviti moramo, da komuniciramo jasna in poenotena trženjska sporočila, kaj destinacija nudi (kaj so produkti, znamka, zgodba, doživetja).
Pričakovani rezultat	<b>Posodobljena trženjska orodja, v skladu s trendi, ki ponujajo kakovostno osnovo za učinkovito in ciljno trženje destinacije: nov spletni turistični portal (oziroma celotna sodobna digitalna platforma za digitalno trženje), odlična foto banka in video vsebine, družabni mediji, trženjsko (in stroškovno) učinkovita tiskana promocijska gradiva.</b>
Načrtovani projekti	<p><b>P.4.2A</b> Prenova spletnega destinacijskega portala  <b>P.4.2B</b> Razvoj in upravljanje kakovostne foto banke in video vsebin  <b>P.4.2C</b> Prenova koncepta turističnih promocijskih gradiv  <b>P.4.2D</b> Upravljanje izbranih družabnih medijev  <b>P.4.2E</b> Oblikovanje destinacijske piramide zgodb in priprava zgodb, kot osnova za vsebinsko trženje  <b>P.4.2F:</b> Ureditev in posodobitev linije destinacijskih spominkov</p>
Vloga MOK pri ukrepu 4.2	MOK je nosilec projekta, ki ga pripravi in izvaja v sodelovanju z zunanjimi izvajalci (ki prevzemajo izvedbene naloge na področju fotografiranja, snemanja, oblikovanja, tiska ipd.), v vsebinsko zasnovo pa so vključeni turistični ponudniki.
<b>PROJEKT 4.2A</b>	<b>Prenova spletnega destinacijskega portala Koper</b>
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Namen je razviti učinkovito platformo za digitalno trženje – in zagotoviti aktivno in učinkovito posodabljanje in upravljanje (administracija).</li> <li>• Specifikacija za portal se oblikuje na osnovi primerov dobre prakse (izbor treh res relevantnih in odličnih destinacijskih portalov, na osnovi katerih se opredeli najbolj optimalno rešitev za Koper – tehnično, trženjsko, produktno pa tudi glede načina vnašanja in posodabljanja podatkov).</li> <li>• Priporočljivo je, da ima turizem ločen destinacijskih portal (ki ni del občinskih spletnih strani oziroma je vsebinsko in vizualno razlikovanje jasno razmejeno).</li> <li>• Spletna platforma mora odsevati produktno strategijo (strukturo ponudbe glede na nosilne destinacijske in nišne destinacijske produkte – vendar prilagojeno za uporabnika).</li> <li>• Zagotovitev rednega posodabljanja, vzdrževanja in nadgradnje.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• POMEMBNO: Vzpostavitev skupnega portala Slovenske Istre – tehnično rešitev za Koper je mogoče iskati tudi v skupni zgodbi, po parametrih pristajalnih strani (ki delujejo tudi povsem samostojno) – to aktivnost je potrebno nasloviti v okviru partnerstva Slovenska Istra in glede na pričakovan razpis za digitalizacijo s strani STO v letu 2017/2018.</li> </ul>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki (ki sooblikujejo vsebino, ki je vezana na njihovo ponudbo).
<i>Indikativna vrednost</i>	Okvirno 20.000 EUR za vzpostavitev ter dodatno stroški administracije in vzdrževanja.
<i>Terminski načrt</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vzpostavitev v letu 2018.</li> <li>• Posodobitve na letni osnovi.</li> <li>• Izvajanje na dnevni/tedenski osnovi.</li> </ul>
<b>PROJEKT 4.2B</b>	<b>Razvoj in upravljanje kakovostne foto banke in video vsebin</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pripraviti popis potreb po kakovostnih fotografijah in video vsebinah (po produktih, geografsko in krovno, za krovno pozicioniranje destinacije; pomembno tudi, da imamo fotografije, ki prikazujejo Koper v različnih letnih časih).</li> <li>2. Opredelitev natančnih izhodišč za vsako fotografijo (ton komuniciranja, ciljne skupine, kaj želimo prikazati itd. – priprava podrobnih scenarijev).</li> <li>3. Izvedba fotografiranja (v različnih letnih časih).</li> <li>4. Dodatno tudi odkup pokrajinskih fotografij iz obstoječih baz (razni fotografi).</li> <li>5. Ureditev foto baze in vključitev posodobljene galerije na splet.</li> <li>6. Redno nadgrajevanje vsebin. Vsi ključni produkti in doživetja morajo imeti kakovostno foto podporo.</li> <li>7. Izdelava video vsebin, kot podpora krovnim in nižnim produktom ter za podporo krovnemu pozicioniranju destinacije.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki.
<i>Indikativna vrednost</i>	Uvodno fotografiranje v vrednosti 4.000 EUR, v drugi fazi postopno oblikovanje video vsebin (10.0000 EUR), nato letno nameniti za aktivnosti vsaj 5.000 EUR, da se skrbi za posodobitve in novosti.
<i>Terminski načrt</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Začetek v letu 2017.</li> <li>• Posodobitve na letni osnovi.</li> </ul>
<b>PROJEKT 4.2C</b>	<b>Prenova koncepta turističnih promocijskih gradiv</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Priprava pregleda vseh turističnih publikacij, analiza in oblikovanje ugotovitev (priporočil).</li> <li>2. Priprava sistema turističnih promocijskih publikacij po posameznih ravneh (krovni destinacijski katalog, produktne brošure, koledar prireditev, publikacija za cruising goste itd.).</li> <li>3. Priprava vsebin, v skladu s produktnim konceptom destinacije in izvedba – glede na prioritete in potrebe.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki in zunanji izvajalci.
<i>Indikativna vrednost</i>	V dosedanjem obsegu, s ciljem, da se obseg racionalizira in več vlaga v digitalne aktivnosti.
<i>Terminski načrt</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Letno načrtovanje (v okviru priprave letnega Programa dela MOK).</li> <li>• Izvajanje na letni osnovi.</li> </ul>

<b>PROJEKT 4.2D</b>	<b>Upravljanje izbranih družabnih medijev in digitalnih destinacijskih orodij</b>
<i>Aktivnosti</i>	Aktivno upravljanje izbranih družabnih omrežij za ravni destinacije in zagotovitev, da je destinacija privlačno predstavljena na vseh platformah, ki omogočajo predstavitev destinacije. Nujno zagotavljanje kakovostnih vsebin in vizualov.
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki, za zagotavljanje vsebin.
<i>Indikativna vrednost</i>	5.000 EUR letno.
<i>Terminski načrt</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priprava nadgradnje v letu 2018.</li> <li>• Izvajanje na dnevni osnovi.</li> </ul>
<b>PROJEKT 4.2E</b>	<b>Oblikovanje destinacijske piramide zgodb in priprava zgodb, kot osnova za vsebinsko trženje</b>
<i>Aktivnosti</i>	<p>Zgodbe so pomembno orodje za komuniciranje, še posebno vlogo imajo v digitalnem vsebinskem trženju, kjer potrebujemo »vsebine« (<i>content</i>). V podporo temu je potrebno izvesti naslednje aktivnosti:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oblikovanje piramide zgodbe za destinacijo Koper<sup>3</sup> (opredelitev 1-krovne zgodbe na ravni celotne destinacije – ki je jedrna identitetna zgodba, 2-krovne zgodbe za zeleno podeželje in 3- krovne zgodbe za zgodovinsko mestno jedro, nato pa identifikacija najbolj zanimivih posameznih mikro zgodb). Predlagamo poglobljen razmislek o krovni zgodbi destinacije, v luči priprave celotne piramide zgodb. Zgodbe morajo biti razlikovalne in hkrati dostopne kot turistični produkt.</li> <li>2. Kreativna priprava zgodb (zasnova in teksti).</li> <li>3. Pretvorba zgodbe (vsaj krovne) v doživetje oziroma program.</li> <li>4. Vključitev v spletni portal in priprava komunikacijskega načrta za komuniciranje zgodb.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki.
<i>Indikativna vrednost</i>	4.000 EUR (v strošek ni vključen razvoj produktov).
<i>Terminski načrt</i>	Priprava piramide v letu 2017 in začetek implementacije v letu 2018.
<b>PROJEKT 4.2F</b>	<b>Ureditev in posodobitev linije destinacijskih spominkov</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Popis vseh obstoječih spominkov, ki sodijo v kategorijo destinacijskih spominkov.</li> <li>2. Analiza in oblikovanje priporočil.</li> <li>3. Ob upoštevanju piramide zgodb se pripravi razvojni koncept linije destinacijskih spominkov in oblikuje poslovni model vzpostavitve, proizvodnje in prodaje.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Izvajalci in ponudniki spominkov ter prodajalne spominkov.
<i>Indikativna vrednost</i>	3.000 EUR letno.
<i>Terminski načrt</i>	2018 do 2019.

<b>PROJEKT 4.2G</b>	<b>Mobilna aplikacija</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preučitev primerov dobre prakse na področju mobilnih aplikacij.</li> <li>2. Zasnova koncepta (predlog na ravni Slovenske Istre).</li> <li>3. Izvedba.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	MOK in DMMO-ji Slovenske Istre, STO.
<i>Indikativna vrednost</i>	Ocena se naredi na osnovi koncepta rešitve.
<i>Terminski načrt</i>	2019.
<b>PROJEKT 4.2H</b>	<b>Nadgradnja Koper Card v pametno kartico</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preučitev tehničnih rešitev.</li> <li>2. Izvedba.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	MOK in izbrani izvajalcev
<i>Indikativna vrednost</i>	Ocena se naredi na osnovi koncepta rešitve.
<i>Terminski načrt</i>	2019.
<b>UKREP 4.3</b>	<b>Pretvarjanje destinacijske ponudbe/produktov v prodajna doživetja</b>
<i>Namen</i>	Za lažje razumevanje, kaj ima destinacija (mesto in zeleno podeželje), ter za krepitev obiska, je ključnega pomena, da razvijamo organizirana doživetja (prodajne programe, ki imajo izvajalca).
<i>Pričakovani rezultat</i>	<b>Destinacija Koper ima vzpostavljen pregleden, razumljiv in trženjsko privlačen sistem vodenih ogledov mesta, posebnih tematskih ogledov in izletov na zeleno podeželje.</b>
<i>Načrtovani projekti</i>	<b>P.4.3A:</b> Oblikovanje nekajurnih tematskih ogledov mesta in dnevnih izletov za odkrivanje zelenega podeželja
<i>Vloga MOK pri ukrepu 4.3</i>	MOK razvija in izvaja redne vodene ogleds mesta, druge ogleds in izlete na podeželje pa izvaja v sodelovanju z lokalnimi agencijami. MOK pripravlja in sodeluje pri pripravi programov, ki jih nato turistične agencij tržijo.
<b>PROJEKT 4.3A</b>	<b>Oblikovanje nekajurnih tematskih ogledov mesta in dnevnih izletov za odkrivanje zelenega podeželja</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Popis vseh razpoložljivih ogledov, programov in izletov v destinaciji (analiza obiska – število prodanih programov in število obiskovalcev, finančni učinki).</li> <li>2. Analiza, preučitev nekaj dobrih primerov prakse (tujina in Slovenija) in oblikovanje priporočil.</li> <li>3. Glede na ugotovitve se po potrebi nadgradi, prenovi sistem rednih in drugih (tematskih) ogledov mesta in dnevnih izletov za odkrivanje podeželja. Priporočljivo je imeti 2 urnika (poletni in zimski). Srednjeročno se vzpostavi tudi sistem izletov po Sloveniji oziroma čezmejno (smiselno v navezavi s Slovensko Istro), v partnerstvu z zainteresiranimi turističnimi agencijami.</li> <li>4. Vsi programi so enotno predstavljeni in na voljo v spletni trgovini (destinacijski spletni portal) – vsi razpoložljivi izleti/ogledi.</li> <li>5. Opredelitev prodajne politike (politika provizij) in pogoji za vključitev prodajnih programov na spletno destinacijsko stran.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki in turistične agencije.
<i>Indikativna vrednost</i>	1.000 EUR letno (za zunanjo podporo pri oblikovanju programov).
<i>Terminski načrt</i>	2018 do 2019.

<b>UKREP 4.4</b>	<b>Krepitev promocijskih aktivnosti za povečanje prepoznavnosti in obiska destinacije</b>
<i>Namen</i>	Pogoj za okrepitev prepoznavnosti, jasnega profiliranja destinacije in povečanje obiska (stacionarnih in enodnevnih obiskovalcev) je aktivna prisotnost na trgu, v skladu s trendi sodobnega destinacijskega trženja. Temeljne trženjske aktivnosti so opredeljene v Ukrepih 4.1 do 4.3, v okviru tega ukrepa pa krepimo promocijske aktivnosti na opredeljenih ciljnih geografskih trgih in v ciljnih segmentih, v skladu s smernicami po promocijskih orodjih, ki jih predstavljamo v poglavju 6.4.3.
<i>Pričakovani rezultat</i>	Povečanje prepoznavnosti in obiska, v skladu z opredeljenimi kazalniki.
<i>Načrtovani projekti</i>	<b>P.4.4A:</b> Vzpostavitev in delovanje operativne promocijske skupine <b>P.4.4B:</b> Oblikovanje in izvajanje letnega promocijskega načrta
<i>Vloga MOK pri ukrepu 4.4</i>	MOK je nosilec promocijskih aktivnosti, v okviru svojega rednega proračuna, s ciljem, da se na posameznih promocijskih aktivnosti sredstva združujejo tudi s turističnim gospodarstvom.
<b>PROJEKT 4.4A</b>	<b>Vzpostavitev in delovanje operativne promocijske skupine (Koper)</b>
<i>Aktivnosti</i>	V promocijsko skupino se vključijo večji in zainteresirani turistični ponudniki, s katerimi MOK (predvsem TOK) redno usklajuje promocijske aktivnosti (vsaj 2-krat letno). Dodatno potekajo tudi usklajevanja za promocijske aktivnosti v okviru produktnih in regijskih povezovanj (kot je opredeljeno v okviru SP5: Upravljanje in povezovanje (U5.1).
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki.
<i>Indikativna vrednost</i>	Aktivnost je del rednih aktivnosti MOK.
<i>Terminski načrt</i>	Zagon skupine jeseni 2018 (načrtovanje aktivnosti za leto 2019), nato redno usklajevanje v obliki delovnega srečanja 2-krat letno.
<b>PROJEKT 4.4B</b>	<b>Oblikovanje in izvajanje letnega promocijskega načrta</b>
<i>Aktivnosti</i>	Vsako leto se v jesenskem času pripravi (skupaj s promocijsko skupino) letni izvedbeni načrt promocije, ki se nato izvaja v skladu s potrjeno dinamiko in obsegom. Pri tem se izkorišča trženjsko platformo, ki jo na krovni ravni Slovenije izvaja STO. V skladu z opredeljenimi smernicami po orodjih v poglavju 6.4.3 se glede na omejena sredstva in koncept manjših turističnih ponudnikov, destinacija osredotoča na kakovostno digitalno trženje, ob tem pa izvaja premišljen in ciljan splet klasične (off-line) promocije. Destinacija se povezuje v okviru Združenja zgodovinskih mest Slovenije, Slovenske Istre in Mediteranske Slovenije.
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki.
<i>Indikativna vrednost</i>	Okrepitev dosedanjih sredstev, namenjenih promocijskim aktivnostim destinacije, vsaj za 30 % v roku 3. let (ki vključuje tudi prispevek turističnega gospodarstva).
<i>Terminski načrt</i>	Letno načrtovanje (v okviru priprave letnega Programa dela MOK) in izvajanje.

## 5.0 Strateško področje 5: POVEZOVANJE & UPRAVLJANJE

POVEZOVANJE IN UPRAVLJANJE (Učinkovita organiziranost. Partnerstvo pri upravljanju. Povezovanje.)	
PRIORITETNI CILJ 5	PRIČAKOVANI REZULTAT 2025
Okrepiti povezovanje med deležniki in razviti sodobni destinacijski management (Koper kot smart destinacija, ki temelji na treh stebrih: trajnost, inovativnost, tehnologija).	Učinkovito upravljanje destinacije po sodobnih principih destinacijskega managementa pomembno doprinese k povečanju prepoznavnosti in obiska destinacije.
<b>KAZALNIKI USPEŠNOSTI 2025</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>K.5.1:</b> Število delujočih in aktivnih povezovalnih platform (po programskih področjih znotraj turizma).</li> <li>▶ <b>K.5.2:</b> Ocena zadovoljstva lokalnega prebivalstva in lokalnih partnerjev z delom MOK (TOK) na področju turizma.</li> <li>▶ <b>K.5.3:</b> Obseg sredstev, ki jih za destinacijske razvojne in promocijske aktivnosti namenjajo turistično gospodarstvo.</li> </ul>	
<b>KLJUČNI IZZIVI, ki jih naslavljamo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omejeni kadrovske resursi na ravni destinacije (in dodatne funkcije, ki jih ima TOK zaradi svojega statusa znotraj občinske uprave).</li> <li>• Še posebej primanjkuje povezovanja na podeželju.</li> <li>• Trenutno ni formaliziranega (oziroma natančneje opredeljenega) načina sodelovanja med slovenskimi obmorskimi občinami (Slovenska Istra), prav tako tudi ne čezmejno v okviru Istre – sodelovanje je zgolj projektno.</li> <li>• V slovenskem turizmu se z letom 2017 vzpostavlja nova trženjska platforma po 4 makro destinacijah – destinacija Koper mora aktivno pristopiti k povezovanju Slovenske Istre in krasi in na ta način doseči dobro pozicijo na krovni ravni slovenskega turizma.</li> <li>• Pomanjkanje lastnih iniciativ ponudnikov.</li> </ul>	
<b>KAKO BOMO URESNIČILI CILJ – KLJUČNE SMERNICE DELOVANJA</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Nadgradnja oziroma prenova modela destinacijske management in marketing organizacije – DMMO</b> (preučitev modelov in odločitev za najbolj optimalnega glede na cilje in resurse). Ključna je zagotovitev zadostnega števila usposobljenega kadra.</li> <li>2. <b>Nadaljnja krepitev TMC (Town City Managementa)</b> in prenos izkušenj tudi na druge povezovalne platforme (prilagoditev modela za podeželje).</li> <li>3. <b>Krepitev povezav na več ravneh</b> (produktno in regijsko).</li> <li>4. <b>Nadaljnje upravljanje informacijske funkcije</b> (TIC Koper in TIC Hrastovlje ter TIT točke) – izobraževanje, skrb za kakovost.</li> <li>5. <b>Krepitev povezovanja med gostinskimi ponudniki in proizvajalci</b> (vino, oljčno olje in druga področja gastronomije) in aktivno vključevanje teh skupin s strani MOK, za zagotovitev sinergij in vključenosti produktov v promocijske kanale.</li> </ol>	

<b>PREDNOSTNI UKREPI strateško področje 5: POVEZOVANJE in UPRAVLJANJE</b>	
<b>U.5.1: Produktno in regijsko povezovanje destinacije</b>	<p><b>P.5.1A:</b> Trženjske (in druge) aktivnosti v okviru Združenja zgodovinskih mest Slovenije</p> <p><b>P.5.1B:</b> Povezovanje v okviru Slovenske Istre</p> <p><b>P.5.1C:</b> Povezovanje v okviru makro destinacije Mediteranska Slovenija (kot Slovenska Istra)</p> <p><b>P.5.1D:</b> Čezmejno povezovanje (Istra)</p>
<b>U.5.2 Raziskave, razvoj in izobraževanje</b>	<p><b>P.5.2A:</b> Nadaljevanje zbiranja in analize statističnih podatkov</p> <p><b>P.5.2B:</b> Vzpostavitev sistema spremljanja potrošnje, gibanja in zadovoljstva gostov</p> <p><b>P.5.2C:</b> Izvajanje primarnih raziskav in prenos sekundarnih do turističnih ponudnikov</p> <p><b>P.5.2D:</b> Redna usposabljanja turističnih vodnikov</p> <p><b>P.5.2E:</b> Izvajanje izobraževanj in študijskih potovanj, spremljanje trendov in prenos do deležnikov</p> <p><b>P.5.2F:</b> Aktivno upravljanje turistično informacijske funkcije</p> <p><b>P.5.2G:</b> Spremljanje uresničevanja strategije</p>
<b>U.5.3 Notranje in zunanje MREŽENJE destinacije</b>	<p><b>P.5.3A:</b> Vzpostavitev in delovanje delovnih in produktivnih skupin</p> <p><b>P.5.3B:</b> Vzpostavitev organizacijske platforme za povezovanje podeželja</p> <p><b>P.5.3C:</b> Letno srečanje lokalnih partnerjev</p> <p><b>P.5.3D:</b> Aktivni odnosi z vsemi ključnimi deležniki</p>
<b>U.5.4 Analiza DMMO modela s priporočili</b>	<b>P.5.3A:</b> Priprava možnih organizacijskih scenarijev za nadgradnjo TOK v sodobno in učinkovito DMMO
<b>UKREP 5.1</b>	<b>Produktno in regijsko povezovanje destinacije</b>
Namen	Za povečanje prepoznavnosti in aktivnejšo vključitev destinacije Koper v vse ključne regijske povezave na področju turizma je potrebno konkretizirati aktivnosti in vzpostaviti redne povezave (Slovenska Istra, Istra, Mediteranska Slovenija). MOK (oziroma TOK) na tem področju ne more opredeliti konkretnih ukrepov in ciljev, saj je sodelovanje na teh platformah stvar partnerstva in interesa vseh ključnih oziroma zainteresiranih partnerjev. Namen tega dokumenta in ukrepa pa je, da MOK jasno opredeli potrebo, smiselnost, pomen in pripravljenost povezovanja, saj bomo premike na mednarodnem trgu dosegli učinkoviteje skozi preseganje mej in skozi povezovanje.
Pričakovani rezultat	<b>Izboljšana pozicija in večja prepoznavnost destinacije Koper v okviru različnih produktivnih in regijskih povezav, večji učinki za vložena sredstva.</b>
Načrtovani projekti	<p><b>P.5.1A:</b> Trženjske (in druge) aktivnosti v okviru Združenja zgodovinskih mest Slovenije</p> <p><b>P.5.1B:</b> Povezovanje v okviru Slovenske Istre</p> <p><b>P.5.1C:</b> Povezovanje v okviru makro destinacije Mediteranska Slovenija</p> <p><b>P.5.1D:</b> Čezmejno povezovanje</p>
Vloga MOK pri ukrepu 5.1	TOK je s strani MOK nosilec aktivnosti in povezovanja na področju turizma, v opredeljenih povezavah pa je aktiven in enakovreden partner.
<b>PROJEKT 5.1A</b>	<b>Trženjske (in druge) aktivnosti v okviru Združenja zgodovinskih mest Slovenije</b>
<i>Aktivnosti</i>	MOK (nosilec TOK) je aktivna in redna članica Združenja zgodovinskih mest Slovenije (ZZMS), v okviru katerega se strokovno povezujejo zgodovinska mesta Slovenije za razvoj in novo življenje v zgodovinskih mestih ter si prizadevajo za konkurenčnejši skupni nastop do ključnih deležnikov in na turističnem trgu. ZZMS je v letu 2016 sprejel Strateški načrt trženja zgodovinskih mest Slovenije, ki je pripravljen kot 5-letni strateški trženjski načrt s cilji, prioriteta in ukrepi, za delo na ravni ZZMS in s smernicami za pozicioniranje produkta »Zgodovinska mesta Slovenije« (ZMS) na krovni ravni slovenskega turizma. Načrt predstavlja osnovo za pripravo letnih programov dela ZZMS, v katerih TOK aktivno sodeluje.
<i>Nosilec</i>	MOK (TOK).
<i>Sodelujoči</i>	Druga zgodovinska mesta, ki so članice ZZSM, in STO.



<i>Indikativna vrednost</i>	Letna članarina in dodatna sredstva, ki se namenjujejo za izvedbo posameznih ukrepov oziroma promocijskih aktivnosti – obseg je odvisen od pridobljenih EU in drugih virov ter od interesa partnerjev/članov.
<i>Terminski načrt</i>	Redna aktivnost, ki se dodatno krepi v odvisnosti od izvajanja projektov (v skladu s sprejetim programom dela).
<b>PROJEKT 5.1B</b>	<b>Povezovanje v okviru Slovenske Istre</b>
<i>Aktivnosti</i>	Predlog, da MOK v okviru teh povezav pristopi kot aktiven partner, aktivnosti pa se opredelijo skupaj z ostalimi obmorskimi občinami. Okrepitev povezovanja in skupni nastop je še posebej pomembna za učinkovito izkoriščanje povezave preko makro destinacije Mediteranska Slovenija do STO.
<i>Sodelujoči</i>	Občine Koper, Piran, Izola in Ankaran oziroma njihove turistične organizacije.
<i>Indikativna vrednost</i>	Sredstva so odvisna od programa skupnih aktivnosti – in so vezana na izvajanje projektov.
<i>Terminski načrt</i>	Predlog, da se pristopi k aktivnejši povezavi v drugi polovici leta 2017, ko bo STO okrepil vertikalne povezave do makro destinacij (in preko makro destinacij do vodilnih destinacij).
<b>PROJEKT 5.1C</b>	<b>Povezovanje v okviru makro destinacije Mediteranska Slovenija (kot Slovenska Istra)</b>
<i>Izhodišče in aktivnosti</i>	Podobno kot to velja za projekt povezovanja v okviru Slovenske Istre (P.5.1B), je predlog, da MOK v okviru teh povezav pristopi kot aktiven partner – gre za povezovanje dveh ali treh zaokroženih območij znotraj Mediteranske Slovenije, ki morajo navzgor za rezultate do STO nastopati kot usklajen partner.
<i>Nosilec</i>	S strani MOK je nosilec TOK; nosilec partnerske povezave pa se opredeli na osnovi dogovora med partnerji.
<i>Sodelujoči</i>	Druge destinacije na območju Slovenske Istre in Krasa.
<i>Indikativna vrednost</i>	Sredstva so odvisna od programa skupnih aktivnosti – in so vezana na izvajanje projektov. Pričakovati je, da bo STO promociji makro destinacij namenjala določena partnerska sredstva.
<i>Terminski načrt</i>	Formalizacija dogovora (pogodba o sodelovanju) s partnerji v prvi polovici leta 2018, nato redno delo.
<b>PROJEKT 5.1D</b>	<b>Čezmejno povezovanje (Istra)</b>
<i>Izhodišče in aktivnosti</i>	Podobno kot v okviru Slovenske Istre tudi v okviru celotne Istre do sedaj še ni bilo formaliziranega ali sistematičnega povezovanja. Sodelovanje je potekalo v določeni meri preko občine (in povezav med župani), delno preko turističnih organizacij – vedno pa na projektni ravni. Hrvaška je vzpostavila močno znamko Istre, v letu 2016 je pripravila temeljito analizo znamke in opredelila identiteto znamke, s ciljem, da jo vizualno posodobi in okrepi. Slovenska Istra se mora povezati čezmejno – predlog, da povezovanje poteka na produktni osnovi (področji gastronomija in tematske čezmejne poti sta identificirani kot dve najbolj potencialni in relevantni področji povezovanja). Predlog je, da MOK v okviru svojega letnega programa identificira možne projekte in je v povezovanju proaktiven. V okviru tega projekta se tudi krepi povezave do Italije, še posebej s Trstom.
<i>Sodelujoči</i>	Čezmejni partnerji (občine in turistične organizacije).
<i>Indikativna vrednost</i>	Sredstva so odvisna od programa skupnih aktivnosti – in so vezana na izvajanje projektov. Potencial črpanja sredstev iz čezmejnih razpisov Interreg in drugih EU razpisov.
<i>Terminski načrt</i>	Krepitev v letu 2018 in naprej.
<b>UKREP 5.2</b>	<b>Raziskave, razvoj in izobraževanje</b>
<i>Namen</i>	Zagotoviti kakovostno osnovo za pravilne odločitve na destinacijski ravni in v podporo odločitvam na ravni turističnih ponudnikov. Namen je vzpostaviti sistem raziskav, razvoja in izobraževanja, v okviru katerega se bo sistematično in stalno delalo na raziskavah, prenosu znanj, usposabljanjih, izobraževanjih, na izboljšanju kakovosti ponudbe in storitev ter na izboljšanju kakovosti izkušnje gosta v destinaciji.
<i>Pričakovani rezultat</i>	<b>Spremljanje ključnih kazalnikov, stalni pretok znanja do ponudnikov, stalna skrb za izboljšave, stalni prenos relevantnih informacij do ponudnikov, stalna usposabljanja turističnih vodnikov – s čemer se razvija nova ponudba in dviga kakovost obstoječe ponudbe v destinaciji.</b>

<i>Načrtovani projekti</i>	<p><b>P.5.2A:</b> Nadaljevanje zbiranja in analize statističnih podatkov</p> <p><b>P.5.2B:</b> Vzpostavitev sistema spremljanja potrošnje, potreb, gibanja in zadovoljstva gostov</p> <p><b>P.5.2C:</b> Izvajanje primarnih raziskav in prenos sekundarnih do turističnih ponudnikov</p> <p><b>P.5.2D:</b> Redna usposabljanja turističnih vodnikov</p> <p><b>P.5.2E:</b> Izvajanje izobraževanj in študijskih potovanj, spremljanje trendov in prenos do deležnikov</p> <p><b>P.5.2F:</b> Aktivno upravljanje turistično informacijske funkcije</p> <p><b>P.5.2G:</b> Spremljanje uresničevanja strategije</p>
<i>Vloga MOK</i>	MOK je nosilec ukrepa.
<b>PROJEKT 5.2A</b>	<b>Nadaljevanje zbiranja in analize statističnih podatkov</b>
<i>Aktivnosti</i>	MOK že redno spremlja turistične prihode in prenočitve (po ponudnikih), povprečno dobo bivanja, obisk na točkah, ki so v njenem upravljanju, skupaj s partnerji pa tudi število prihodov ladij na križarjenju in potnikov ter analizira, koliko se odločajo za izlete po destinaciji in Sloveniji. Aktivnosti se nadaljujejo. Predlog, da se vzpostavi enotna metodologija segmentacije (za destinacijo in ponudnike), s katero bi pridobili tudi vpogled v motive prihodov na destinacijo.
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki in drugi partnerji, glede na potrebe.
<i>Indikativna vrednost</i>	Aktivnost je del rednega programa dela MOK in ni posebej ovrednotena.
<i>Terminski načrt</i>	Redna aktivnost.
<b>PROJEKT 5.2B</b>	<b>Vzpostavitev sistema spremljanja potrošnje, gibanja in zadovoljstva gostov</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Predlog, da se vzpostavi periodično (vsaj na 3 leta) spremljanje potrošnje, gibanja (analiza tokov, kako se turisti gibajo – ki je pomemben pokazatelj interesa obiskovalcev in pomaga pri načrtovanju doživetij) in zadovoljstva gostov. Ti parametri se spremljajo na TIC-ih in po enotni metodologiji tudi pri turističnih ponudnikih (vsaj za zadovoljstvo).</li> <li>2. V podporo aktivnosti MOK pripravi enoten vprašalnik za spremljanje zadovoljstva obiskovalcev (destinacijski in enoten za ponudnike, ki vključuje tudi nekaj vprašanj o destinaciji).</li> <li>3. Izkoriščajo se tudi podatki s strani raziskav, ki jih na to temo izvaja SURS (Analiza tujih gostov v Sloveniji, ki poteka na 3 leta).</li> <li>4. Letna analiza rezultatov in oblikovanje predlogov oziroma priporočil za destinacijsko raven in za ponudnike (ki se ponudnikom predstavijo na letnem srečanju, ki je predlagan v okviru ukrepa U.5.4).</li> </ol> <p>Glede na potrebe se izvajajo tudi druge raziskave. Priporočljivo je združevanje sredstev in aktivnosti na ravni Slovenske Istre.</p>
<i>Nosilec</i>	MOK
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki.
<i>Indikativna vrednost</i>	5.000 EUR na 3 leta.
<i>Terminski načrt</i>	V začetku leta 2018 in nato vsake tri leta. Raziskava med obiskovalci se bo morala izvesti v okviru procesa pridobitve znaka Slovenia Green (kjer je to ena od obveznih aktivnosti).
<b>PROJEKT 5.2C</b>	<b>Izvajanje primarnih raziskav in prenos sekundarnih do turističnih ponudnikov</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifikacija potrebnih raziskav (samostojnih ali v partnerstvu z drugimi destinacijami na ravni Slovenska Istra) – priprava načrta za izvedbo in izvedba.</li> <li>2. Redno spremljanje sekundarnih raziskav (STO, SURS in mednarodni viri) – splošnih in vezanih na posamezne destinacijske produkte – aktivna diseminacija do deležnikov v destinaciji.</li> </ol>

<i>Nosilec</i>	MOK (TOK).
<i>Sodelujoči</i>	STO, druge turistične organizacije.
<i>Indikativna vrednost</i>	3.000 EUR letno.
<i>Terminski načrt</i>	Redna aktivnost.
<b>PROJEKT 5.2D</b>	<b>Redna usposabljanja turističnih vodnikov (za območje Slovenske Istre)</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poleg izobraževanj za nove turistične vodnike se za obstoječe turistične vodnike z licenco redno izvajajo izobraževanja, na katerih se jih seznanja s trendi in novostmi (delo se nadaljuje tudi v primeru deregulacije v okviru Zakona s spodbujanju turizma).</li> <li>2. Hkrati se skrbi, da se vodniki usposablajo tudi po posameznih specifičnih področjih (npr. vodenje ljudi s posebnimi potrebami).</li> <li>3. Nadgradnja postopka pridobitve licence za lokalno turistično vodenje in bolj selektivnem izboru primerne profila oseb za izvajanje lokalnega vodenja, ki se izvede že v postopku prijav na izobraževanje, ki se organizira za pridobitev licence.</li> <li>4. Priprava programa za evidentiranje turističnih vodnikov, ki pomembno prispevajo k promociji in prepoznavnosti destinacije Koper (t.i. program referenčnih turističnih vodnikov → turistični vodniki z dodano vrednostjo).</li> <li>5. Vzpostavitev sistema rednega preverjanja dela turističnih vodnikov (npr. ali slednji razpolaga z ustrezno licenco itd.).</li> </ol> <p>Število novih vodnikov se opredeljuje glede na potrebe.</p>
<i>Nosilec</i>	Turistične organizacije Slovenske Istre (saj gre za vodnike, ki imajo licenco vodenja na turističnem območju Slovenske Istre) – koordinatorka za to aktivnost je Občina Piran oziroma Turistično združenje Portorož.
<i>Sodelujoči</i>	Izobraževanja so namenjena turističnim vodnikom.
<i>Indikativna vrednost</i>	1.000 EUR letno.
<i>Terminski načrt</i>	Redna aktivnost.
<b>PROJEKT 5.2E</b>	<b>Izvajanje izobraževanj in študijskih potovanj, spremljanje trendov in prenos do deležnikov</b>
<i>Aktivnosti</i>	<p>Med aktivnostmi so naslednji sklopi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Priporočljivo je, da se letno izvede 1 študijsko potovanje (primer dobre prakse) za zainteresirane ponudnike v destinaciji (plačilo osnovnih stroškov s strani ponudnikov), na določeno aktualno temo (v odvisnosti od prioritet in projektov).</li> <li>2. Letno se izvede vsaj dva poldnevna do 1-dnevna izobraževanja (teme se opredelijo v letnih programih MOK, glede na potrebe in interes turističnih ponudnikov; na področju kakovosti, lokalne gastronomske ponudbe, usposabljanje sobodajalcev za izkoriščanje priložnosti delitvene ekonomije – tudi na področju nastanitev, digitalnega marketinga itd.).</li> <li>3. Vključitev predstavnika MOK v »digitalno akademijo«, ki se vzpostavlja v letu 2017 na ravni STO.</li> <li>4. Spremljanje trendov turističnega razvoja in prenos informacij (znanja) do turističnih ponudnikov.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki, izobraževanja se izvajajo s podporo zunanjih strokovnjakov.
<i>Indikativna vrednost</i>	2.000 EUR letno. Opomba: precej izobraževanj je mogoče izvesti tudi z izkoriščanjem notranjih virov in znanj ter s koriščenjem platform preko konzorcija Slovenia Green, STO, ZZMS idr.
<i>Terminski načrt</i>	Redna aktivnost.
<b>PROJEKT 5.2F</b>	<b>Aktivno upravljanje turistično informacijske funkcije</b>
<i>Aktivnosti</i>	TOK (v okviru MOK) še naprej izvaja turistično informacijsko funkcijo (TIC Koper in TIC Hrastovlje), hkrati skrbi za ureditev sistema vzdrževanja in upravljanja točk TIT (na območju občine je bilo vzpostavljenih 12 točk) kot tudi za aktivacijo turističnih vodnikov. Potrebna so izobraževanja informatorjev/turističnih vodnikov, sledenje trendom, uvajanje novosti, delo na vsebinah (produkti, doživetja), zagotavljanje kakovostnih promocijskih

	gradiv (v okviru drugih ukrepov).
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	TIT točke – nosilci, turistični vodniki in informatorji.
<i>Indikativna vrednost</i>	Aktivnost se izvaja v okviru rednega dela MOK.
<i>Terminski načrt</i>	Redna letna aktivnost.
<b>PROJEKT 5.2G</b>	<b>Spremljanje uresničevanja strategije</b>
<i>Aktivnosti</i>	Način spremljanja izvajanja strategije je opredeljen v poglavju 7.
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	MOK (drugi uradi in službe) in turistični ponudniki.
<i>Indikativna vrednost</i>	Aktivnost se izvaja v okviru rednega dela MOK.
<i>Terminski načrt</i>	Redna letna aktivnost.
<b>UKREP 5.3</b>	<b>Notranje in zunanje mreženje destinacije</b>
<i>Namen</i>	Okrepiti in učinkovito upravljati odnose ter povečati operativnost.
<i>Pričakovani rezultat</i>	<b>Učinkovito in okrepljeno delo po produktih.</b>
<i>Načrtovani projekti</i>	<p><b>P.5.3A:</b> Vzpostavitev in delovanje strateške, zelene in produktivnih skupin za izvajanje strategije</p> <p><b>P.5.3B:</b> Vzpostavitev organizacijske platforme za povezovanje podeželja</p> <p><b>P.5.3C:</b> Letno srečanje lokalnih partnerjev</p> <p><b>P.5.3D:</b> Aktivni odnosi z vsemi ključnimi deležniki</p>
<i>Vloga MOK pri ukrepu 5.4</i>	MOK usmerja, koordinira, upravlja skupine – v določenih je vodja, v drugih zgolj sodeluje.
<b>PROJEKT 5.3A</b>	<b>Vzpostavitev in delovanje delovnih in produktivnih skupin</b>
<i>Aktivnosti</i>	<p>Zaradi omejene kadrovske pokritosti za pomembne razvojne funkcije MOK ne more pokrivati vseh področij oziroma jih aktivno voditi. Zato se po ključnih področjih oziroma produktivnih vzpostavlja sistem delovnih skupin. Določene skupine so bolj prehodne oziroma projektne naravnane, določene pa postanejo stalen koncept delovanja. Na ta način se doseže kadrovske okrepitve pomembnih razvojnih DMMO funkcij, povezovanje med organizacijami, višja strokovnost, saj so vključeni kadri različnih profilov in raznovrstnih izkušenj (kar je še posebej pomembno pri specifičnih produktivnih, kot sta športni turizem, cruising, plezanje in kolesarjenje) ter povečanje sinergij. Vzpostavijo se naslednje stalne skupine (s katerimi se vedno vsaj v obliki pogodbenega sodelovanja formalizira koncept dela):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zelena skupina KOPER GREEN (že opredeljena v okviru SP2: TRAJNOSTNI RAZVOJ).</li> <li>• Promocijska skupina.</li> <li>• Produktivne delovne skupine: predlagajo se za kolesarjenje, pohodništvo, gastronomija, plezanje in športni turizem.</li> </ul>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Izbrani deležniki po produktivnih skupinah (interdisciplinarno, po posameznih vrstah in območjih ter z vključevanjem strokovnjakov iz prakse, kot tudi predstavnikov turističnih agencij/turističnih vodnikov).
<i>Indikativna vrednost</i>	Delo v okviru skupin ni plačano, razen v primeru zunanjih strokovnjakov ali večjega obsega dela.
<i>Terminski načrt</i>	Postopna vzpostavitev, v odvisnosti od prioritete projektov.
<b>PROJEKT 5.3B</b>	<b>Vzpostavitev organizacijske platforme za povezovanje podeželja</b>
<i>Izhodišče in aktivnosti</i>	<p>V okviru priprave strategije je bil kot model, ki ga velja prenesti tudi na podeželje, identificiran koprski TMC, hkrati pa kot primer dobre prakse izpostavljen AZRRI – Agencija za ruralni razvoj Istre d.o.o. Aktivnosti vključujejo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analiza relevantnih modelov in oblikovanje priporočil.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Predlog modela in identifikacija partnerjev.</li> <li>3. Predstavitve modela partnerjem in dodelava.</li> <li>4. Priprava programa dela, s predstavitvijo vsem zainteresiranim partnerjem.</li> <li>5. Zagon in aktivno upravljanje.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK je pobudnik aktivnosti, z vzpostavitvijo mora platforma delovati samostojno in samoiniciativno, ob sodelovanju z MOK (ki produkte vključuje v svoje promocijske aktivnosti).
<i>Sodelujoči</i>	Turistični ponudniki, turistični vodniki, gostinci in gastronomski ponudniki, pridelovalci in predelovalci ter drugi zainteresirani partnerji.
<i>Indikativna vrednost</i>	Vzpostavitev modela poteka v okviru rednih aktivnosti MOK, finančni model (sredstva za delovanje) je potrebno opredeliti v procesu priprave modela, na voljo so lahko tudi LAS in druga EU sredstva.
<i>Terminski načrt</i>	Pristop k aktivnosti v drugi polovici 2018.
<b>PROJEKT 5.3C</b>	<b>Letno srečanje lokalnih partnerjev</b>
<i>Aktivnosti</i>	Enkrat letno se organizira skupno srečanje vseh turističnih in s turizmom povezanih deležnikov destinaciji. Namen je 1 letno širše usklajevalno srečanje vseh zainteresiranih deležnikov v destinaciji (kjer se predstavi rezultate, zastavi delo za naprej, hkrati pa gre za mreženje in medsebojno spoznavanje, na srečanje se lahko vežejo tudi določene strokovne vsebine). Predlog, da se lokacija srečanja seli tudi iz mesta v podeželje in k različnim ponudnikom.
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Vsi zainteresirani turistični deležniki v destinaciji.
<i>Indikativna vrednost</i>	2.000 EUR letno.
<i>Terminski načrt</i>	Predlog, da se prvo srečanje izvede jeseni 2018, nato postane redna aktivnost.
<b>PROJEKT 5.3D</b>	<b>Aktivni odnosi z vsemi ključnimi deležniki</b>
<i>Aktivnosti</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redno, aktivno, odzivno in profesionalno komuniciranje z vsemi ključnimi javnostmi v MOK (predvsem s ponudniki turističnih storitev na destinaciji).</li> <li>2. Razvijanje proaktivnih odnosov z domačimi lokalnimi in nacionalnimi mediji (korporativno komuniciranje).</li> <li>3. Aktivno sodelovanje s tujimi mediji.</li> <li>4. Proaktivni odnosi s STO in drugimi identificiranimi partnerji.</li> <li>5. Aktivno partnerstvo na ravni destinacije Slovenska Istra (Izola, Piran, Ankaran).</li> <li>6. Komuniciranje in delo s turističnimi javnostmi (produktno in regijsko) je opredeljeno v okviru ukrepa 5.1.</li> </ol>
<i>Nosilec</i>	MOK.
<i>Sodelujoči</i>	Identificirane ključne javnosti.
<i>Indikativna vrednost</i>	Aktivnost je del rednih aktivnosti MOK.
<i>Terminski načrt</i>	Redna aktivnost.
<b>UKREP 5.4</b>	<b>Prenova DMMO modela (destinacijske management &amp; marketing organizacije)</b>
<i>Namen</i>	Za doseg zastavljenih ciljev in izvedbo zastavljenih ukrepov je potrebno analizirati in revidirati organizacijski model razvoja turizma v okviru MOK (skratka TOK). V uvodnem on-line vprašalniku je potrebo po samostojni DMMO organizaciji opredelilo 47 % sodelujočih. Potrebo po DMMO (organizaciji, ki pokriva tako management – upravljanje kot marketing – trženje destinacije) smo opredelili v skladu s sodobnimi trendi, ki gredo v smer krepitve potrebe po upravljanju destinacije (in ne zgolj trženju).
<i>Pričakovani rezultat</i>	<b>Opredelitev možnih scenarijev (oziroma oblik organiziranosti), z vsemi prednostmi, slabostmi, nevarnostmi in priložnostmi – kot osnova za sprejem odločitve o prenovi modela.</b>

<i>Načrtovani projekti</i>	<b>P.5.3A: Priprava možnih organizacijskih scenarijev za nadgradnjo TOK v sodobno in učinkovito DMMO</b>
<i>Vloga MOK pri ukrepu 5.4</i>	MOK (TOK) je nosilec ukrepa s pomočjo zunanjih strokovnjakov.
<b>PROJEKT 5.4A</b>	<b>Priprava možnih organizacijskih scenarijev za nadgradnjo TOK v sodobno in učinkovito DMMO</b>
<i>Aktivnosti</i>	TOK pripravi analizo in možne modele.
<i>Nosilec</i>	MOK (MOK).
<i>Sodelujoči</i>	Identificirane ključne javnosti, strokovnjaki.
<i>Indikativna vrednost</i>	Aktivnost je del rednega programa dela MOK.
<i>Terminski načrt</i>	V letu 2018.