



Gradivo za
Strateško skupino
in Fokusno
skupino za
turizem

Rezultati SPLETNE ANKETE



KOPER
CAPODISTRIA

Spletna anketa je bila izvedena med splošno in strokovno javnostjo v podporo pripravi STRATEGIJE TRAJNOSTNEGA RAZVOJA TURIZMA V MESTNI OBČINI KOPER 2030

Analitično-grafični prikaz rezultatov spletne ankete, s kratko interpretacijo rezultatov in z povzetkom komentarji/pogledi/predlogi

SKLOP 0



ZNAČILNOSTI SPLETNE ANKETE

3 RAZLIČNE ANKETE

Pripravljene in objavljene so bile 3 različne ankete:

(1) krajša za zainteresirane občane (prebivalce) ter
2 verziji za strokovne javnosti:

(2) krajša za ponudnike (manjši ponudniki) in

(3) daljša za javni sektor in skupine v podporo strategiji (Strateška skupina in Fokusna skupina za turizem).

Anketa 1. PREBIVALCI

Krajša, manj poglobljena.

Namen je bil pridobiti pogled na stanje, izzive in potencialne razvoja turizma med prebivalci MO Koper oziroma zainteresiranimi občani (kaj si želijo, kakšen turizem).

Rezultati so predstavljeni pod številko 1 in živahno modro barvo.

Anketa 1:
PREBIVALCI

Anketa 2: PONUDNIKI

Srednje dolga, bolj poglobljena.

Namen je bil pridobiti pogled na stanje in potencialne razvoja turizma med turistični in s turizmom povezanimi ponudniki.

Rezultati so predstavljeni pod številko 1 in umirjeno modro barvo.

Anketa 2: PONUDNIKI

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST

Dolga, bolj poglobljena.

Skozi to anketo, ki je bila daljša in bolj poglobljena, smo preverjali poglede strokovnih javnosti: javni sektor (zaposleni na MOK in drugih institucijah) ter še posebej Strateške in Fokusne skupine za turizem.

Rezultati so predstavljeni pod številko 3 in temno modro barvo.

Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST

Vsa ključna osnovna vprašanja smo postavili vsem 3 javnostim, saj smo želeli primerjavo.

POMEMBNO:

Vsa osnovna vprašanja so bila v enaki obliki postavljena vsem 3 skupinam/javnostim oziroma v vseh 3 anketah.

Rezultati anket so predstavljeni ločeno (1-PREBIVALCI, 2-PONUJDNKI, 3-STROKOVNA JAVNOST) in po vsakem vprašanju je podan komentar glede tega, ali so bili odgovori po skupinah podobni ali različni.

KAKO JE NAREJENA ANALIZA:

V pričujočem dokumentu smo poleg kvantificiranih odgovorov vključili tudi prikaz v anketah oddanih komentarjev, mnenj, pogledov ... Po potrebi smo jih popravili slovnično. Vsa mnenja so označena s krogcem, ki nakazuje, da je to mnenje/citat.

Zaradi velikega obsega zapisanih komentarjev/pogledov (veliko je bilo dolgih od 500 znakov naprej) jih večina nismo mogli objaviti – za „občutek“ naj zapišemo, da je bilo vseh komentarjev v obsegu 110 strani (brez presledkov, velikost pisave 11). Naredili smo izbor pogledov, ki osvetlijo različne vidike in podajajo konkretne predloge/poglede.



DVA TIPA VPRAŠANJ



KVANTITATIVNA – ZAPRTA VPRAŠANJA

Velik del vprašanj je bil pripravljen na
način,
**da sodelujoči opredelijo stopnjo
strinjanja**

(zelo se strinjam/strinjam se/ne strinjam se),

ali opredelijo pomen

(zelo pomembno/pomembno/manj pomembno/ni
pomembno).

**TA VPRAŠANJA OMOGOČAJO
PRIMERJAVE oziroma NATANČNO
IZMERO MNENJ.**



KVALITATIVNA – ODPRTA VPRAŠANJA

Nekaj vprašanj pa je bilo odprtih, saj
nas zanimajo **kvalitativni opisni
pogledi, predlogi, ideje, mnenja.**

**Tudi pri zaprtih vprašanjih so imeli
sodelujoči vedno možnost kaj dodati
in izraziti svoje mnenje**
(vprašanje na koncu zaprtega vprašanja
Bi želeli dodati komentar?).

INTERPRETACIJA REZULTATOV

Na sivi podlagi smo interpretirali rezultate.

V oblaku so podani citati/mnenja.



Anketa 1:
PREBIVALCI

V tem barvnem krogu so izpostavljeni rezultati za PREBIVALCE.

Anketa 2: PONUDNIKI

V tem barvnem krogu so izpostavljeni rezultati za PONUDNIKE.

Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST

V tem barvnem krogu so izpostavljeni rezultati za STROKOVNO JAVNOST.

S sivo je podana primerjava med različnimi anketami/javno stmi.

V oranžnem krogu je interpretacija, kaj sledi, kaj izhaja iz rezultatov.

KLJUČNE ZNAČILNOSTI ANKET

OBJAVA

Anketa je bila distribuirana na naslednje načine:

1. Za **PREBIVALCE**: preko spletne strani visitkoper.si in promocije preko družbenih omrežij
2. Za **PONUĐNIKE**: preko spletne strani visitkoper.si in promocije preko družbenih omrežij ter direktno na maile ponudnikov
3. Za **STROKOVNO JAVNOST**: direktno preko e-mailov na naslovnike

Splet,
družbena
omrežja,
direktna
distribucija

TRAJANJE

Anketa je bila objavljena 5. septembra 2023 in odprta do konca septembra, dodatno pa podaljšana do vključno 13. oktobra, s ciljem pridobiti večje število odgovorov. Tako je bila odprta dobrih 5 tednov.

5. september
do 13. oktober
2023

ODZIV

1. Za **PREBIVALCE**: 763 klikov, v celoti izpolnjenih (končanih) anket: **178**
2. Za **PONUĐNIKE**: 653 klikov, v celoti izpolnjenih (končanih) anket: **91**
3. Za **STROKOVNO JAVNOST**: 179 klikov, v celoti izpolnjenih (končanih) anket: **54**

Procentualno
zanemarljiv delež
pri prebivalcih,
vendar so
odgovori
indikativni.

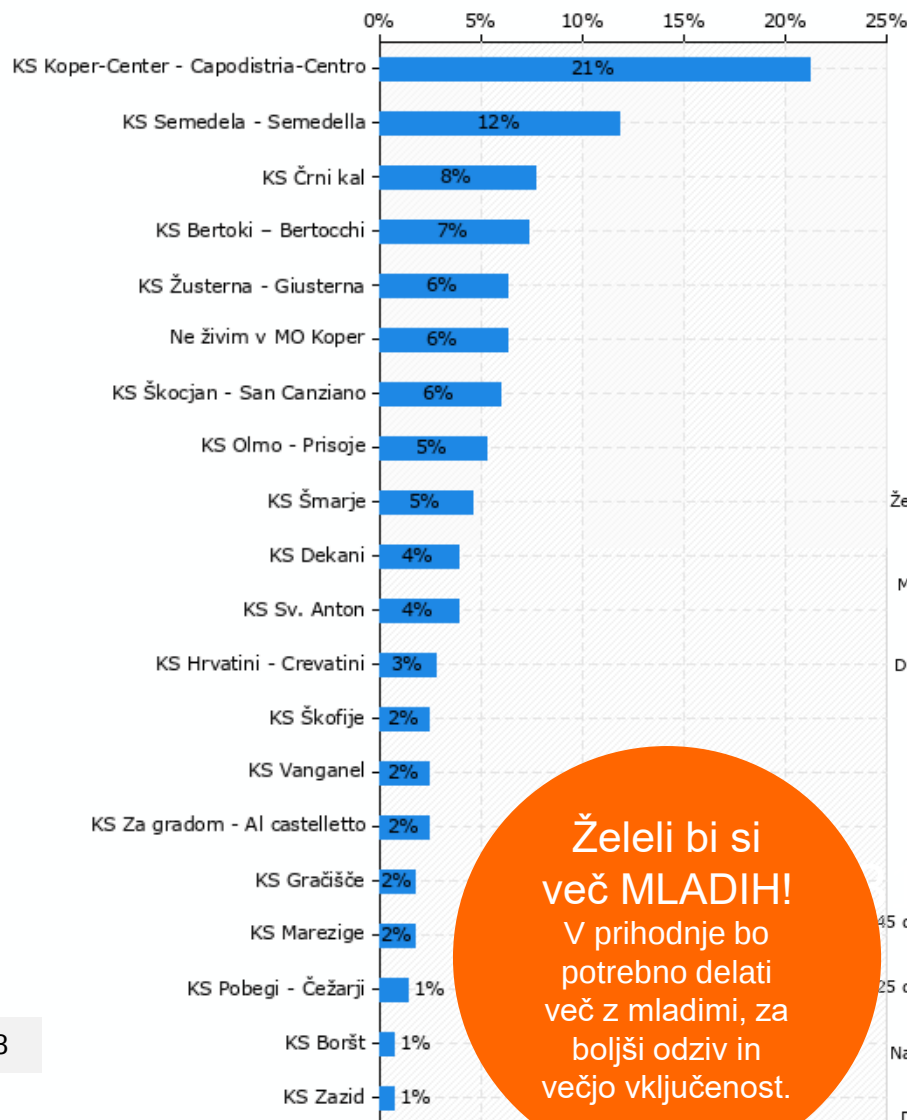
POZOR!

Pri vsakem vprašanju posebej predstavimo numerus – število odgovorov (N).

POJASNILO:

Ko je šlo za ocenjevanje zadovoljstva ali stopnje strinjanja, smo dali ocene 1 do 4 (od 1 - nezadovoljen do 4 - zelo zadovoljen) in ne od 1 do 5, saj v tem primeru večina prej izbire zgolj sredino (3), rezultati pa so manj natančni/pripovedni.

Sodelujoči po KRAJEVNIH SKUPNOSTIH

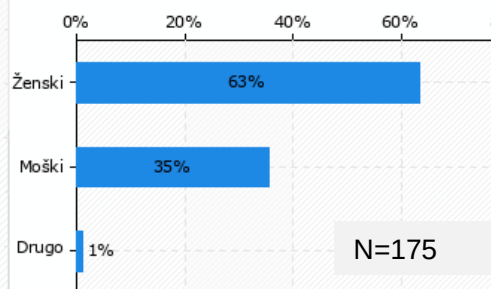


N=288

Želeli bi si
več **MLADIH!**
V prihodnje bo
potrebno delati
več z mladimi, za
boljši odziv in
večjo vključenost.

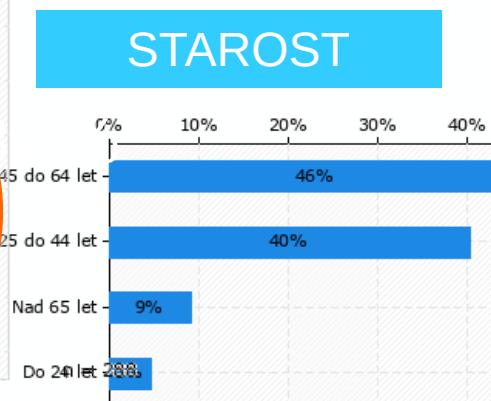
- **Največji delež – dobra petina (21 %) je bilo iz KS Koper Center**
- Sledile so:
 - KS Semedela (12 %)
 - KS Črni kal (8 %)
 - KS Bertoki (7 %)
 - KS Žusterna in Škocjan s po 6 %
 - KS Olmo – Prisoje in KS Šmarje s po 5 %
 - KS Dekani in Sv. Anton po 4 %
 - Ostale KS so bile zastopane z manj %

SPOL



N=175

STAROST



N=176

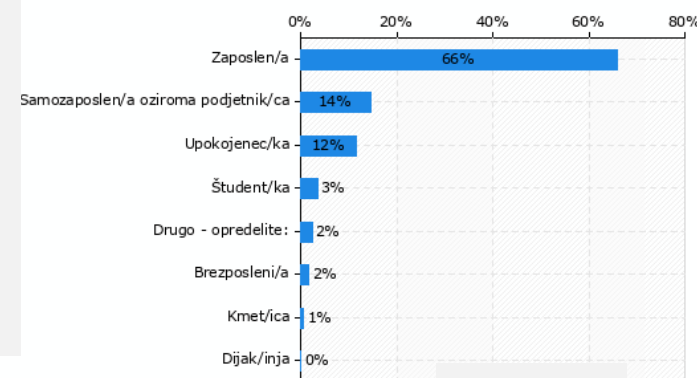
- Dve tretjini (63 %) sodelujočih je bilo ženskega spola

STAROST

- 46 % je v bilo v starosti 45 do 64 let
- 40 % v starosti 25 do 44 let
- **Le 5 % pa mladih (oziroma starih do 24 let)**

ZAPOSLOTITVENI STATUS

- 66 % je bilo zaposlenih
- 14 samozaposlenih
- 12 % upokojenih
- 3 % študentov



N=173

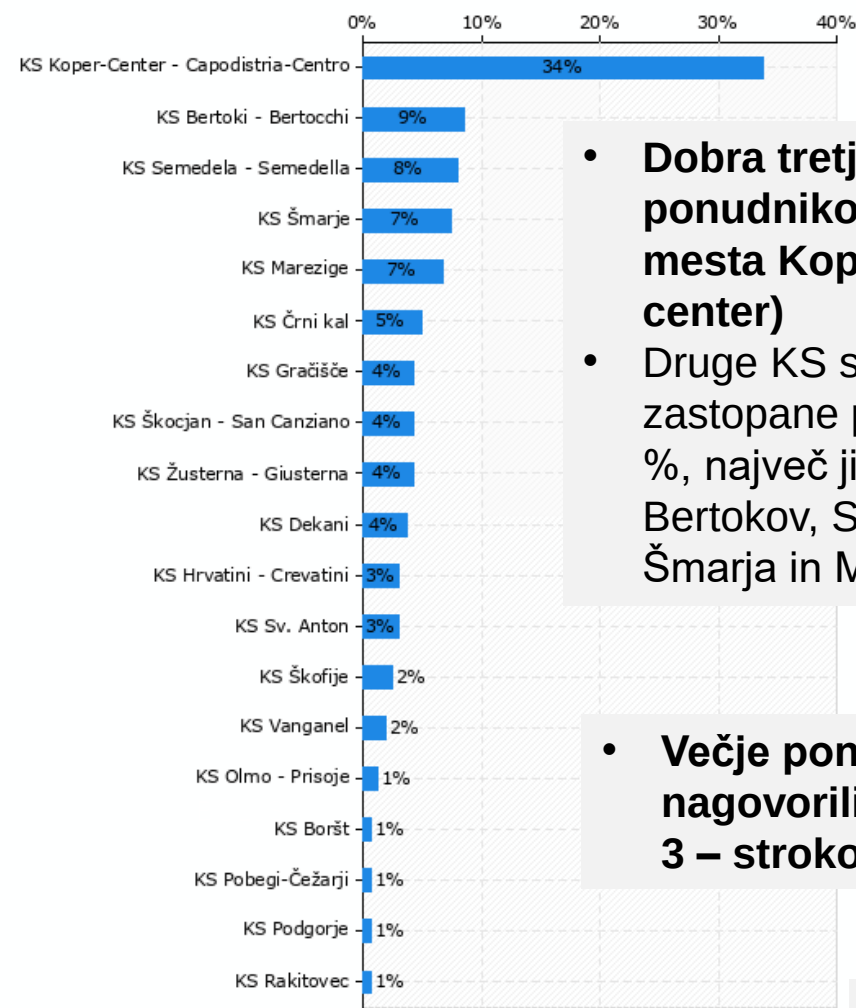
Sodelujoči ponudniki glede na TIP PONUDBE



- **Največji delež ponudnikov – četrtna – so predstavljali majhni ponudniki preprostih nastanitev (apartmaji, zasebne sobe in prenočišča)**
- Z 8 % so sledili predstavniki društev
- S 5 % so bili zastopani oljkarji
- **Ostali ponudniki so bili zelo razpršeni in raznoliki**
- Kar velik delež (22 %) pod drugo so bili zapisani različni tipi ponudnikov, ki bi se lahko uvrstili tudi v opredeljene kategorije; nekaj je bilo tudi prebivalcev

N=194

Sodelujoči ponudniki glede na KRAJ/KS DELOVANJA



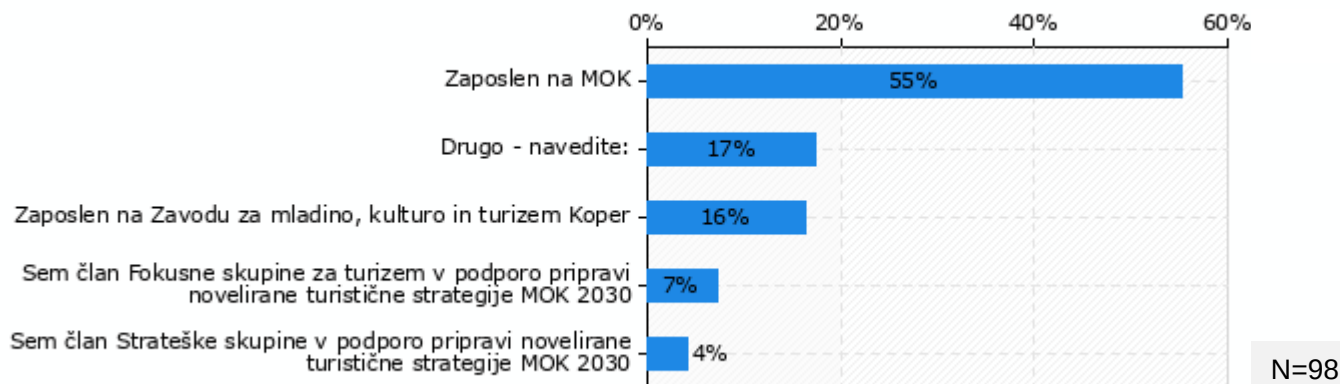
- **Dobra tretjina ponudnikov je bilo iz mesta Koper (KS Koper center)**
- Druge KS so bile zastopane po od 9 do 1 %, največ jih je bilo še iz Bertokov, Semedele, Šmarja in Marezig
- **Večje ponudnike smo nagovorili preko ankete 3 – strokovna javnost.**

N=163

STRUKTURA RESPONDENTOV – STROKOVNA JAVNOST

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST

Struktura sodelujočih v anketi za STROKOVNO JAVNOST



- 55 % je bilo zaposlenih na MOK
- 16 % na Zavodu za mladino, kulturo in turizem Koper
- 7 % članov Skupine za turizem
- 4 % članov Strateške skupine
- 17 % je bilo sodelujočih pod DRUGO: razne organizacije, društva, nekaj ej bilo tudi prebivalcev

Z anketo za strokovno javnost smo nagovorili tiste javnosti, od katerih smo želeli poleg temeljnih vprašanj (ki smo jih zastavili tudi prebivalcem in ponudnikom) pridobiti **bolj poglobljene poglede na zelo pomembna strateška vprašanja.**

KDO JE „STROKOVNA JAVNOST“?

To anketo smo distribuirali direktno do zaposlenih na MOK, na ZMKT ter obe strokovni skupini, ki sta bili vzpostavljeni v podporo pripravi Strategije turizma MOK 2030.

1. SKLOP ANKETE



KOPER KOT TURISTIČNA
DESTINACIJA –
KJE SMO

SPLOŠNO ZADOVOLJSTVO Z BIVANJEM V MO KOPER



SPLOŠNA RAVEN ZADOVOLJSTVA

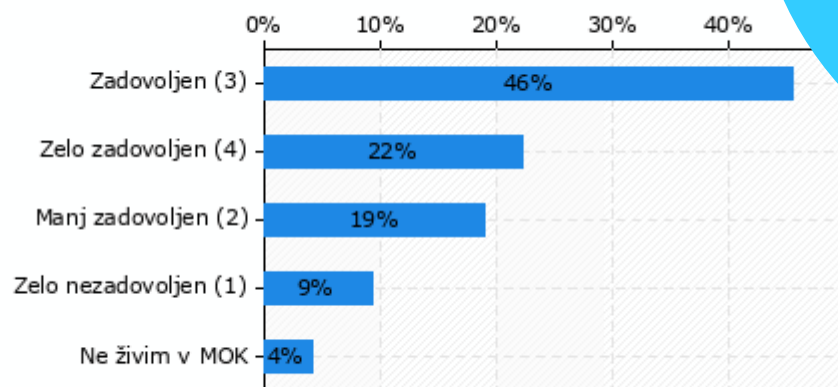
Kako ste zadovoljni s svojo občino kot krajem prebivanja?

1 (zelo nezadovoljen) do
največ 4 (zelo zadovoljen).



- Največji delež je izbralo oceno 3 od 4 – **46 %** je zadovoljnih, dobra petina (**22 %**) pa zelo zadovoljnih = **SKUPAJ je dobri dve tretjini zadovoljnih in zelo zadovoljnih (68 %).**
- Slaba petina (19 %) je manj zadovoljnih.
- **Zelo nezadovoljnih je 9 %.**

Dve tretjini
prebivalcev
zadovoljnih in
zelo zadovoljnih,
petina manj
zadovoljnih in
slaba desetina
zelo
nezadovoljnih.



N=270

Kaj je najbolj izpostavljeno kot nezadovoljivo v dodatnih komentarjih:

- **Visoke-drage PARKIRNINE** v mestu
- **Slaba GOSTINSKA** ponudba, izpostavljena tudi ne-kakovostna kavarniška ponudba
- **MESTO NE ŽIVI** – izpostavljeno pomanjkanje prireditev
- **Odročnost mesta** – ker **NI POVEZAV JAVNEGA PROMETA** s podeželjem
- Priobalna naselja so vse bolj **SPALNA NASELJA**
- Slaba celostna **UREJENOST** in **ČISTOČA** določenih naselij
- Urejenost plaž
- Urejenost določenih cestnih odsekov
- **Preveč avtomobilov** – umakniti s trgov in iz mesta

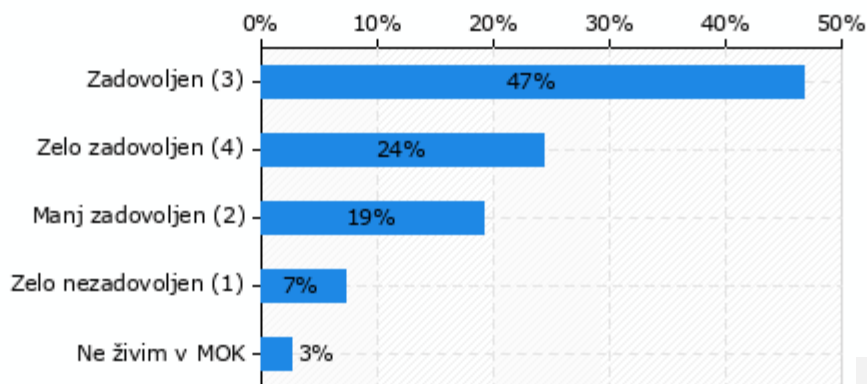
Pristaniška ulica je super obiskana, ne dobiš proste mize poleti, morali bi upravljati tokove, da se ljudi usmeri tudi v notranjost mestnega jedra.



SPLOŠNA RAVEN ZADOVOLJSTVA

Kako ste zadovoljni s svojo občino kot krajem prebivanja?

- Največji delež je izbralo oceno 3 od 4 – 47 % je zadovoljnih, slaba četrtnina (24 %) pa zelo zadovoljnih = **SKUPAJ je 71 % zadovoljnih in zelo zadovoljnih.**
- Slaba petina (19 %) je manj zadovoljnih.
- Zelo nezadovoljnih je 7 %.



N=152

1 (zelo nezadovoljen) do največ 4 (zelo zadovoljen).

Ponudniki in strokovna javnost so dali še malo višje ocene – so za nekaj odstotkov bolj zadovoljni s kakovostjo bivanja v MO Koper kot občani.

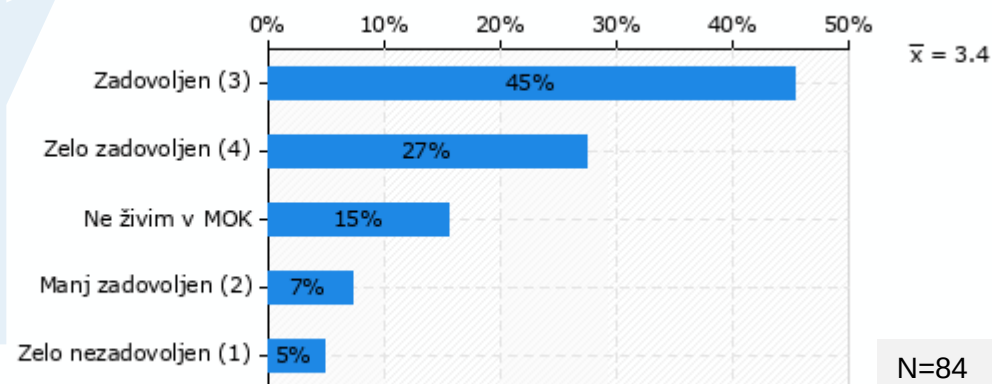
Zaostanek v infrastrukturi, predvsem zunaj samega mesta in na podeželju (kanalizacija, kolesarske poti, informacijske točke...).

”

SPLOŠNA RAVEN ZADOVOLJSTVA

Kako ste zadovoljni s svojo občino kot krajem prebivanja?

- Največji delež je izbralo oceno 3 od 4 – 45 % je zadovoljnih, 27 % pa zelo zadovoljnih = **SKUPAJ zadovoljnih in zelo zadovoljnih 72 %.**
- Le 7 % je manj zadovoljnih.
- Zelo nezadovoljnih je samo 5 %.



N=84

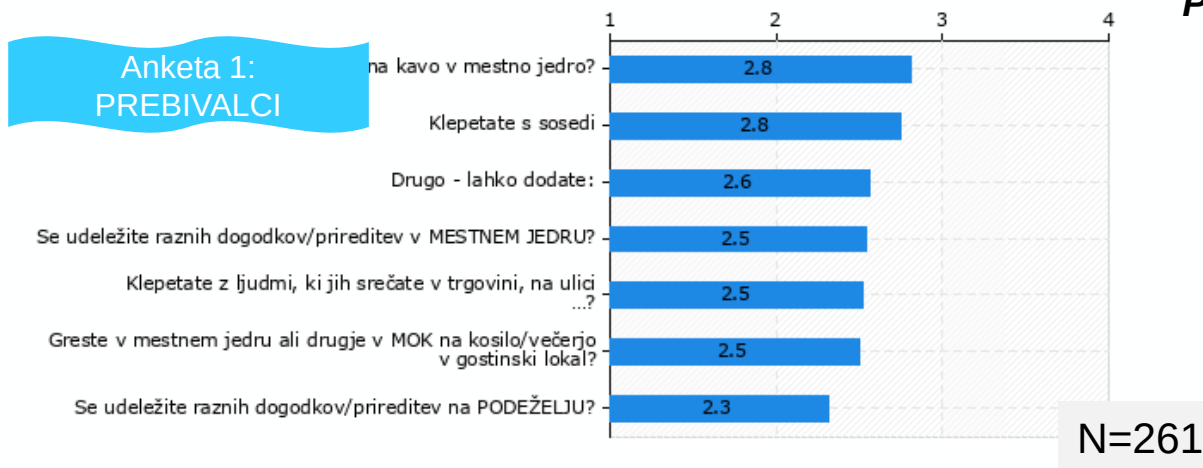
 $\bar{x} = 3.4$

SOCIALNI ODNOSI in ČLANSTVO V DRUŠTVIH – prebivalci

Prebivalce smo povprašali tudi glede njihovega udejstvovanja – druženja in članstva v raznih društvih

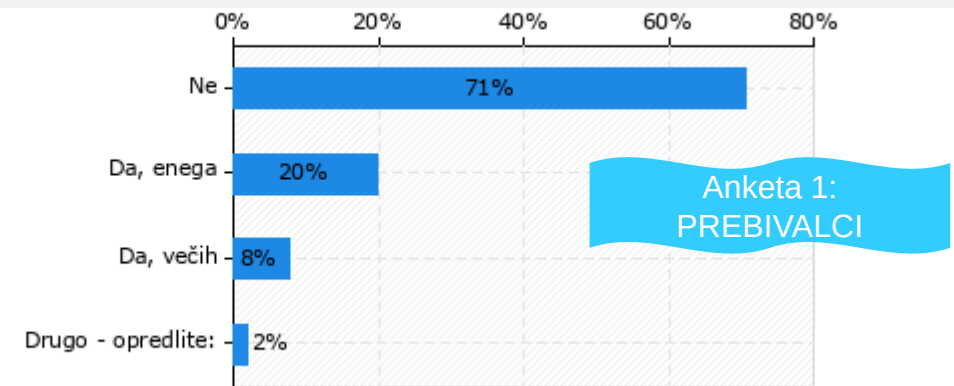
SOCIALNI ODNOSI Kako pogosto ... Za vsako od spodnjih podvprašanj izberite ustrezen odgovor - nikoli, redko, pogosto, zelo pogosto.

- **Najbolj pogosta aktivnost je kava v mestnem jedru, sledi klepetanje s sosedi.**
- Visoko je ocenjena tudi udeležba na raznih dogodkih v mestnem jedru (višje kot – pričakovano – na podežlju).
- 12 % jih gre zelo pogosto tudi na kosilo/večerjo, 33 % pogosto, a hkrati skoraj polovica le redko in 7 % nikoli.

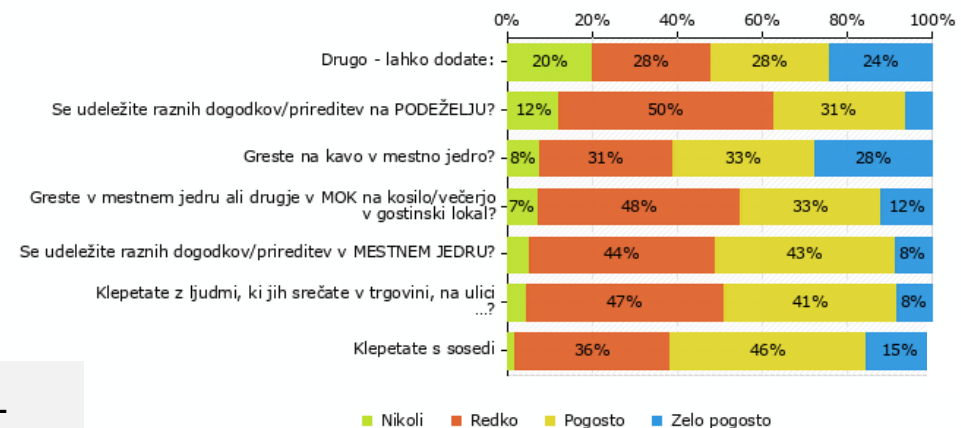


ČLANSTVO V DRUŠTVIH

- Zanimalo nas je angažiranje prebivalcev v raznih društvih. **A kar 71 % ni včlenjenih v nobeno društvo.**
- Petina je včlanjena v enega in 8 % v več.



Prikaz odgovorov glede socialnih odnosov po stopnjah.



ZADOVOLJSTVO
Z RAZVOJNO POZICIJO
TURIZMA V MO KOPER
OZIROMA POZICIJO
KOPRA KOT
TURISTIČNE
DESTINACIJE



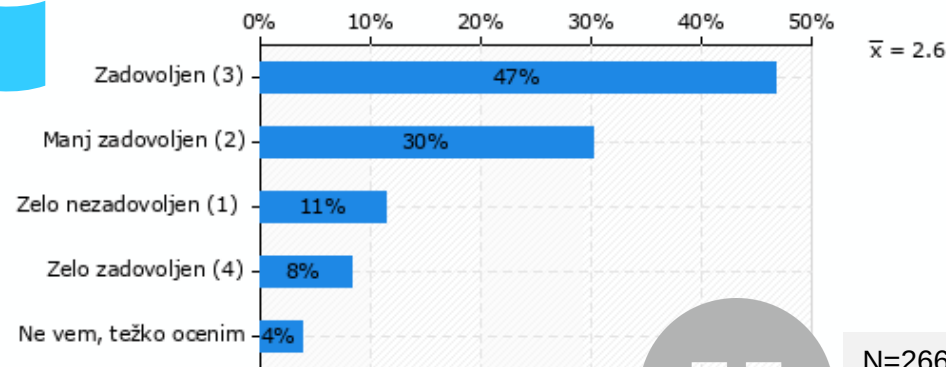
ZADOVOLJSTVO Z RAZVOJEM TURIZMA

Kako ste zadovoljni s trenutnim razvojnim položajem Kopra kot turistične destinacije?

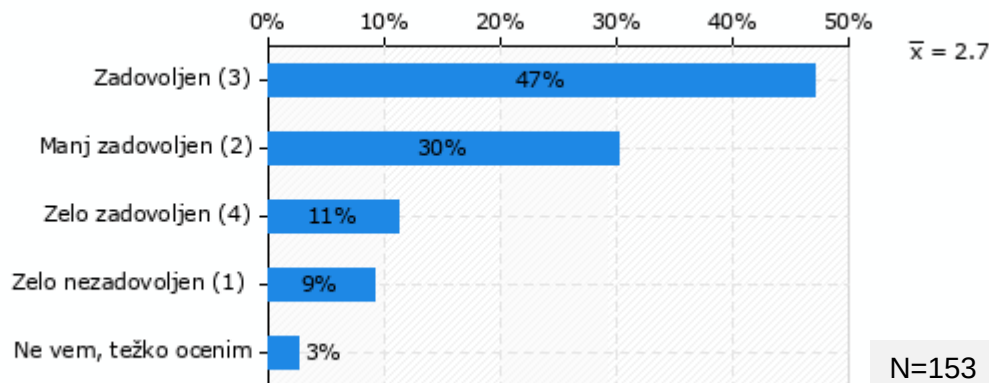
Relativno dobra ocena glede zadovoljstva – strokovna javnost malo bolj kot ponudniki ali prebivalci:

- Zadovoljnih (ocena 3) je 47 % prebivalcev in enako ponudnikov ter 51 % strokovne javnosti.
- Manj zadovoljen (ocena 2) je 30 % prebivalcev in enako ponudnikov ter 26 % strokovne javnosti.
 - Zelo zadovoljnih je 11 % ponudnikov, 8 % prebivalcev in 14 % strokovne javnosti.
 - Zelo nezadovoljnih pa je 9 % ponudnikov, 8 % prebivalcev in 7 % strokovne javnosti.
- Zelo nezadovoljnih pa je 9 % ponudnikov, 8 % prebivalcev in 7 % strokovne javnosti.

Anketa 1:
PREBIVALCI



Anketa 2: PONUDNIKI

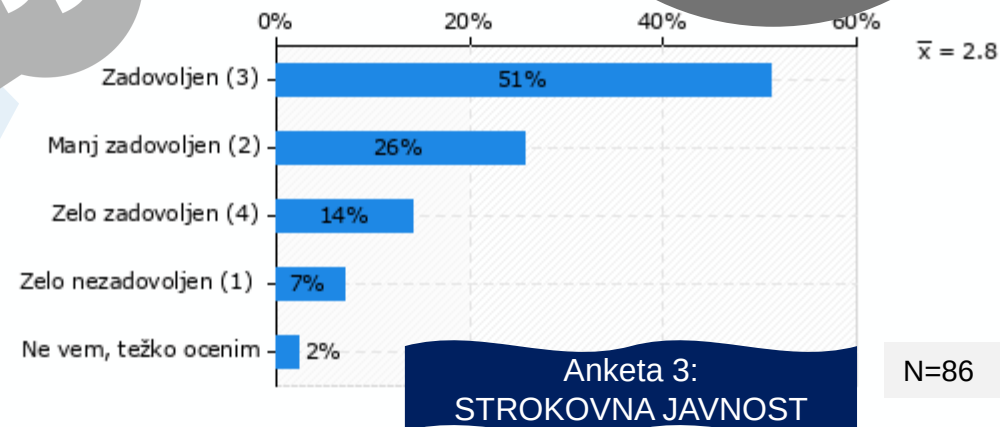


Zaostanki na področju trajnostnega razvoja in postavljanja merljivih ciljev kam gremo in kaj želimo postati kot destinacija.



N=266

Zelo usklajeni pogledi vseh treh javnosti



Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST

N=86

PRIMERJAVA RAZVOJA TURIZMA Z DRUGIMI DESTINACIJAMI – strokovna javnost

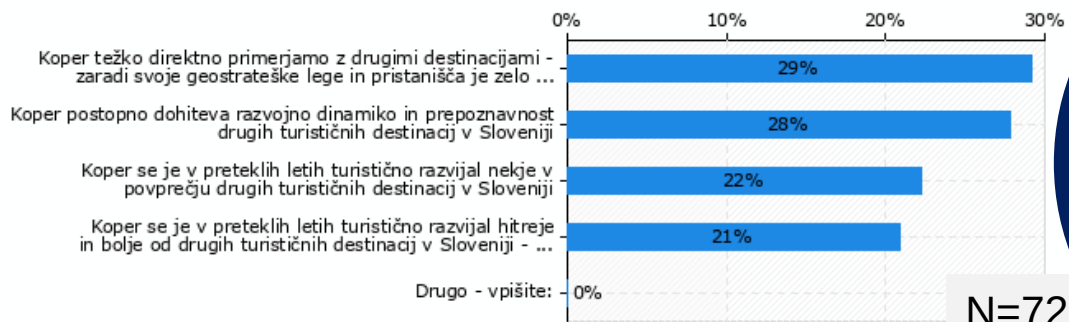
Uspešnost razvoja turizma v MOK v primerjavi z drugimi destinacijami v Sloveniji .
Kako bi ocenili razvojno dinamiko in uspešnost turizma v Kopru v primerjavi z drugimi turističnimi destinacijami v Sloveniji v preteklih 5 letih?

Strokovno javnost smo vprašali tudi, kako vidijo razvoj turizma v Kopru v primerjavi z drugimi destinacijami v Sloveniji:

- **29 % sodelujočih je mnenja, da Koper težko direktno primerjamo z drugimi destinacijami** - zaradi svoje geostrateške lege in pristanišča je zelo specifičen in sploh v primerjavi s preostalimi tremi občinami slovenske Istre nima tradicije turizma (oziroma jo šele gradi).
- **Skoraj enako oziroma 28 % pa je mnenja, da Koper postopno dohiteva razvojno dinamiko in prepoznavnost drugih turističnih destinacij v Sloveniji.**
- Nato pa 22 % meni, da se je razvijal nekje v povprečju.
- In 21 %, da se je Koper v preteklih letih turistično razvijal hitreje in bolje od drugih turističnih destinacij v Sloveniji - tako glede kazalnikov povpraševanja kot tudi investicij v infrastrukturo (npr. obmorski park).

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST

Možen je bil le 1 odgovor



Zaostanek - pomanjkanje
hotelskih nastanitvenih kapacitet.

Zelo deljena/
razpršena
mnenja, kako se
je Koper razvijal v
primerjavi z
drugimi
destinacijami.

V zadnjih letih je destinacija
dobila nekatere pomembne
investicije v infrastrukturo in
tudi število ponudnikov
nastanitev je pomembno
narastlo, vendar ni jasnih
usmeritev kot kakšna
destinacija se profiliramo in
kakšna je aktualna ponudba
nastanitev. (veliko je zasebnih
nastanitev, za katere nimamo
jasne slike ali gre za
nastanitve srednjega ali
višjega standarda.)

Zaostanki so
verjetno
povezani z
zgodovino kraja
v času pred
osamosvojitvijo
in razvojnimi
usmeritvami, ki
so bile povezane
z razvojem
industrije in
pristanišča.

RAZVOJNA POZICIJA KOPRA – pogled strokovna javnosti

Koper je ob večerih in med vikendi zamrl. Poglejte si trst. Naši krajani in cela Slovenija gre za vikende v Italijo, kjer so odprte vse trgovine. V sosednjih turističnih krajih, kot je npr. Lignano, so trgovine in lokali v poletnem času odprte do 24 ure, kar je logično za obmorsko turistično destinacijo. Čez dan so turisti na kopanju, zvečer pa gredo v shopping, na večerjo, pijačo in zabavo ...

Koper je središče istrskih občin in je turizem ena izmed mnogih dejavnosti. Poudarek bi moral biti na socialnem in ekonomskem razvoju prebivalstva, ki bi v Kopru ostajal in bi turizem bil le ena izmed mnogih panog. Za razliko od npr. Pirana, ki drugega potenciala razen turizma nima. To pa se kaže na stalnem prebivalstvu, ki ga je v samem mestu Piran vedno manj. To je po mojem najboljši dokaz, kako uničujoč je lahko turizem, ki vključuje tudi nestalne prebivalce.

Mestna občina Koper je iz zaspanega industrijskega mesta postala ena od vodilnih turističnih destinacij. Menim, da je priložnosti še veliko, vsekakor pa se je veliko že naredilo.

Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST



KAKŠNA JE
PREPOZNAVNOST KOPRA:
v Sloveniji in v tujini – po čem je
prepoznaven, kot kakšna destinacija, zakaj
prihajajo obiskovalci

POZOR:

Gre za subjektivna mnenja,
pogled – o dejanski
prepoznavnosti nimamo
primarnih raziskav.

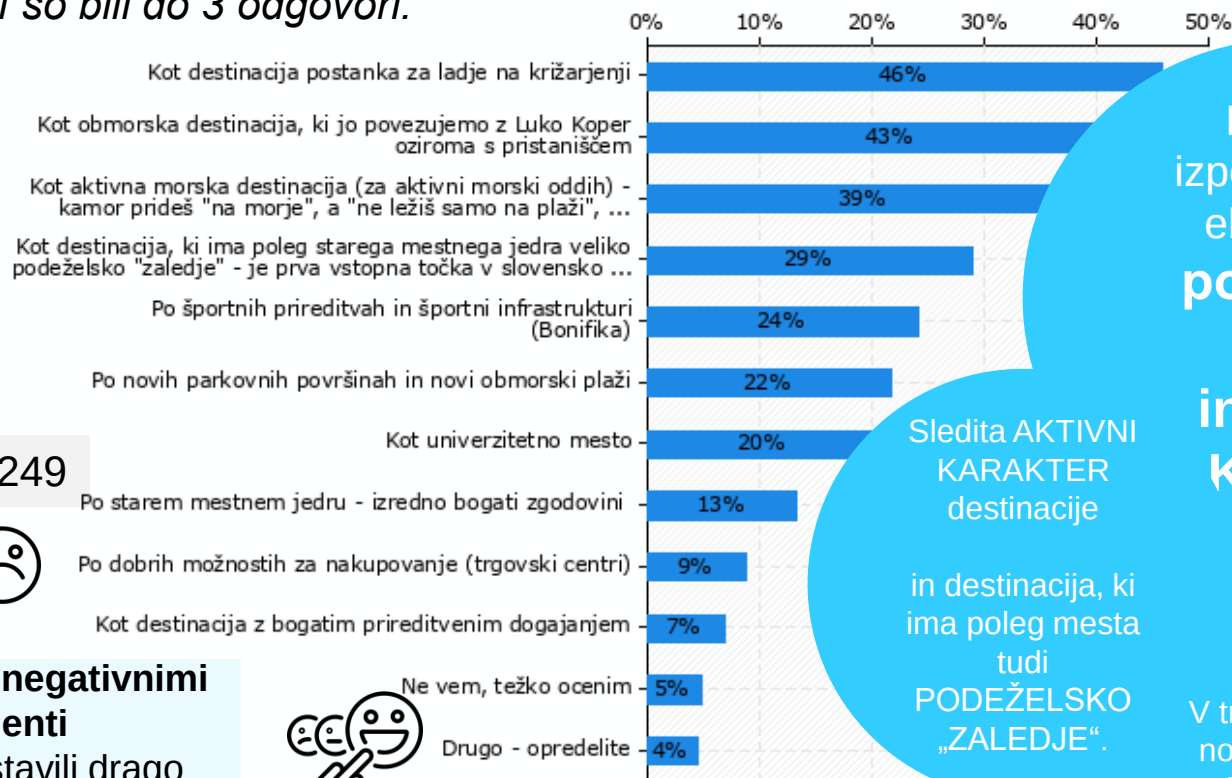


PREPOZNAVANOST KOPRA V SLOVENIJI – prebivalci

Skozi katere vsebine je po vašem mnenju Koper najbolj prepoznaven v Sloveniji?

Anketa 1: PREBIVALCI

Možni so bili do 3 odgovori.



N=249



Med negativnimi elementi

izpostavili drago parkiranje, podobo turizma nižjega ranga, Prepoznavno mesto po visokem deležu tujih državljanov, Mesto brez duše



Med pozitivnimi elementi izpostavljene možnost za rekreacijo in dobra lokacija – najbližje mesto z morjem in izhodišče za odkrivanje regije – do Bleda in čezmejno, lepa mestni tržnici z bogato ponudbo, obmorska destinacija, ki ima dobro strateško pozicijo za obiskovanje: Benetk, Bleda, Postojnske jame, Ljubljane ...

Najbolj izpostavljeni elementi:
potniške ladje in Luka Koper.

Sledita **AKTIVNI** **KARAKTER** destinacije

in destinacija, ki ima poleg mesta tudi **PODEŽELSKO** „ZALEDJE“.

V tretjem sklopu pa nove **PARKOVNE POVRŠINE** in

Koper kot **UNIVERZITETNO MESTO**.



POD DRUGO SO OPREDELILI:

- **Kot najbližje mesto z morjem. Za ležati na plaži in se ni potrebno „gužvat“ v Izolo ali Portorož.**
- Predvsem "čista destinacija" s skrbjo za okolje, čistočo, urejenostjo in ostro kaznovalno politiko do vseh kršiteljev.
- Kot destinacija, ki ima morje in možnost rekreacije na odprtem (beri kolesarjenje, treking) in je hkrati zelo dobro izhodišče (vse je dokaj blizu) za obisk Postojnske jame, Pirana, Benetk, Rovinja, Puli, Ljubljane, Bleda, Trsta, ...)
- Po avtohtonosti, po kulinariki, po velikem številu malih a kvalitetnih lokalov, po drugačnosti. Lahko smo drugačni, ker smo "majhni". Po tematskih prireditvah ala Sladka Istra. Sladoled in kava.



POD DRUGO SO OPREDELILI:

- Kot destinacijo s pomanjkanjem osnovnih elementov za razvoj turizma (hotelov, barov, atrakcij, urejenih plaž...).
- Po dragih parkirninah, extra dragih stanovanjih in nobeni pametni ponudbi kar se tice dogodkov
- Nič od nič.
- Kot velikansko parkirišče.
- Po avtohtonosti, po kulinariki, po velikem številu
- Po turizmu nižjega ranga.

PREPOZNAVANOST KOPRAV V SLOVENIJI – prebivalci

Skozi katere vsebine je po vašem mnenju Koper najbolj prepoznaven v Sloveniji - PREGLED

Anketa 1:
PREBIVALCI

Najbolj
izpostavljeni
elementi:
**potniške
ladje
in Luka
Koper.**

46
%

43
%

Sledi
AKTIVNI
KARAKTER
destinacije, kjer ne
ležiš samo na
plaži.

39
%

Kot destinacija, ki
ima poleg mesta
tudi
PODEŽELSKO
„ZALEDJJE“ in je
vstopna točka v
slovensko Istro.

29
%

V tretjem sklopu pa
športna
infrastruktura,
nove PARKOVNE
POVRŠINE in

Koper kot
UNIVERZITETNO
MESTO.

22
%

24
%

20
%

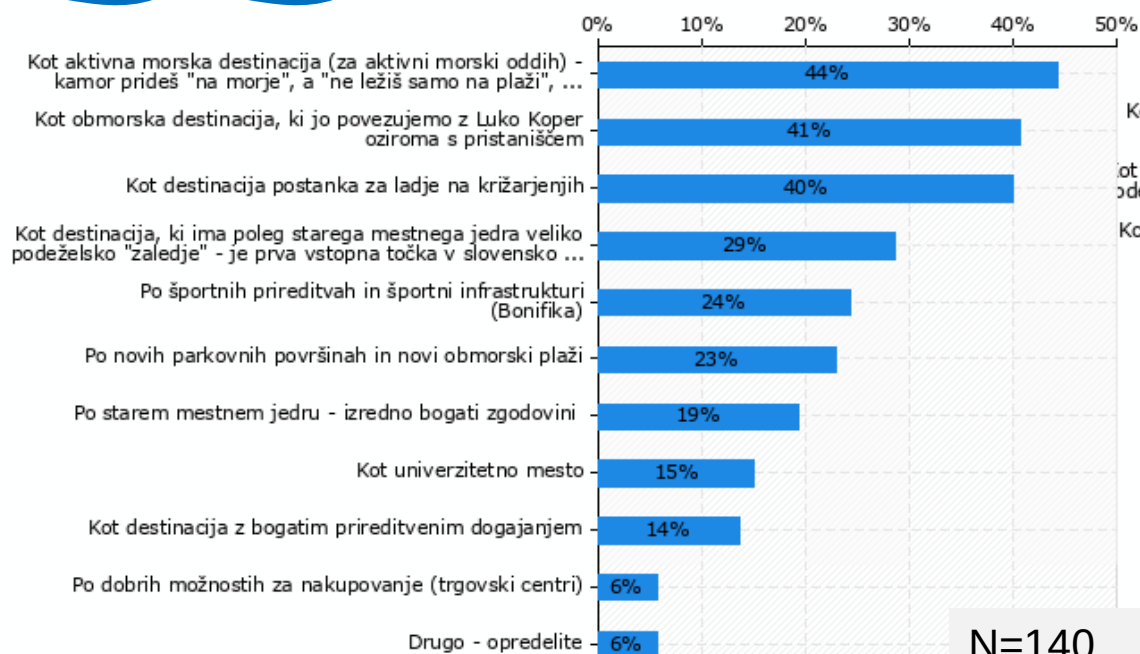
PREPOZNAVANOST KOPRA V SLOVENIJI – ponudniki in strokovna javnost

Skozi katere vsebine je po vašem mnenju Koper najbolj prepoznaven v Sloveniji?

Odgovori med ponudniki in strokovno javnostjo se precej razlikovali:

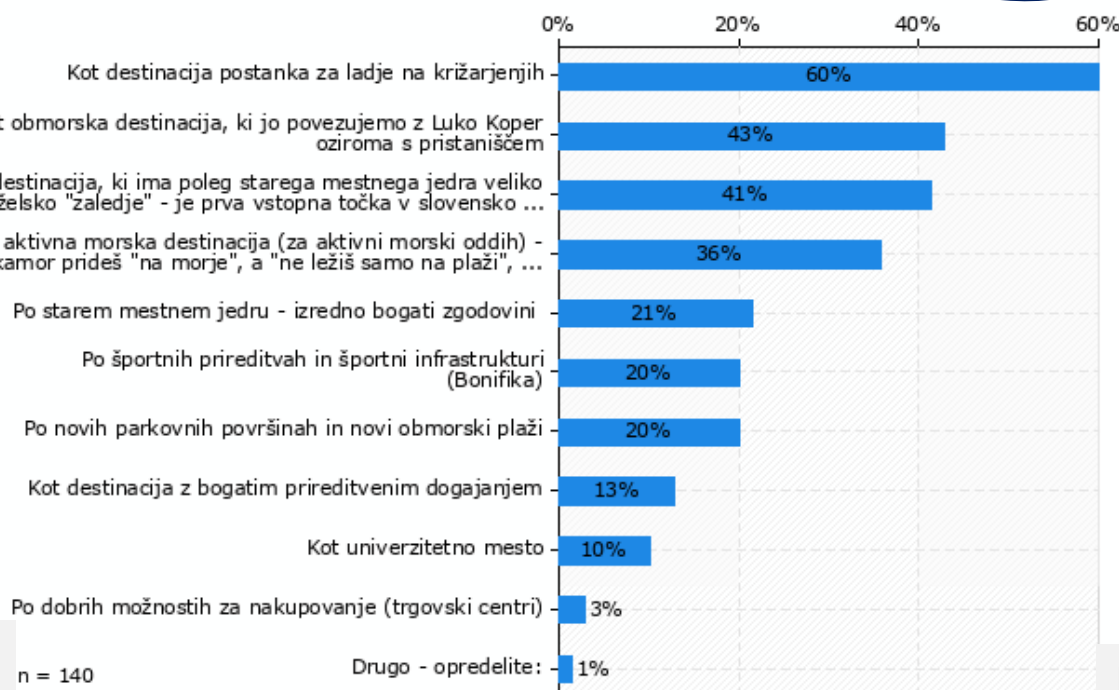
- Ponudniki so največ odgovorov dali karakterju Kopra kot **aktivne obmorske destinacije** (kamor ne prideš le ležati na plaži", ampak imaš veliko za početi); **sledila je povezava z Luko Koper**
 - Pri strokovni javnosti pa so enako kot prebivalci na prvo mesto dali **potniške ladje, Luko Koper**, na tretje mesto pa dejstvo, da ima mesto in podeželje, šele na četrtem mestu aktivni karakter.

Anketa 2: PONUDNIKI



N=140

Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST



n = 140

N=70

PREPOZNAVANOST KOPRA V TUJINI – prebivalci

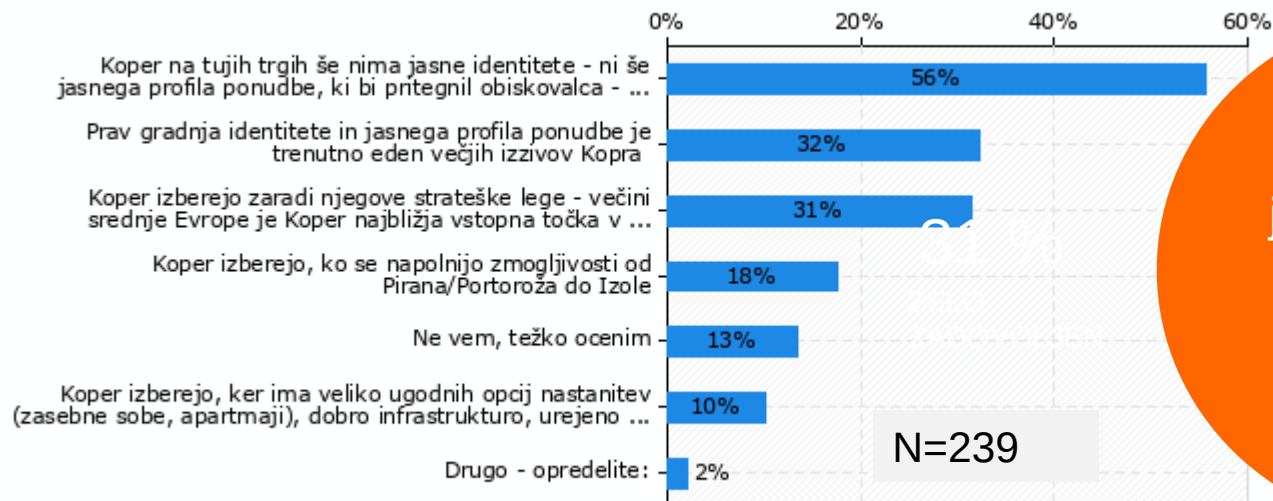
Ali menite, da je podoba Kopra kot turistične destinacije jasna na tujih trgih?

Zakaj se po vašem mnenju tuji obiskovalci odločijo za Koper (in ne druge destinacije slovenske ali hrvaške Istre - oziroma širšega Mediterana)?

Anketa 1: PREBIVALCI

Možni sta bili največ 2 trditvi.

- **Največ odgovorov je dobila trditev, da Koper še nima jasne IDENTITETE – JASNEGA PROFILA PONUDBE (56 %).**
- Še dodatna tretjina je opredelila podobno trditev – **prav gradnja identitete in jasnega profila je trenutno eden največjih izzivov (32 %).**
- Na pomanjkanje jasnega profila se navezuje tudi 18 % tistih, ki so izbrali trditev, da Koper izberejo, ko se napolnijo zmogljivosti od Pirana/Portoroža do Izole.
- **POZITIVNO: Kar 31 % pa jih meni, Koper izberejo zaradi njegove strateške lege – večini srednje Evrope je Koper najbližja vstopna točka v Mediteran in hkrati Kopra preprosto odkrivati tako druge destinacije slovenske Istre (ter hrvaške Istre) kot tudi ostale dele Mediteranske & Kraške Slovenije**
- Le desetina pa meni, da je razlog v velikem številu ugodnih opcij nastanitev.



POMEMBNO.
Skoraj tretjina
je izpostavila
STRATEŠKO
LEGO Kopra za
raziskovanje
celotne Istre

POVZETEK:
pomanjkanje
jasnega profila
in identitete
Kopra je
NAJVEČJI
problem.

POD DRUGO SO OPREDELILI:

- **Koper izberejo na poti proti Hrvaški.**
- **Koper kot turistična destinacija je v povojih.** Nadaljevati mora z ureditvijo plaž, je na dobri poti, predvsem pa poskrbeti, da bodo imeli gostje kje parkirati. To je najbolj pereč problem mesta Koper, mnogo večji turistični potencial pa ima podeželje, ampak je iz strani MOK dokaj "zanemarjeno", brez jasne strategije.
- **Morda bolj kot zaradi koncepta plaže in morja (torej obmorske destinacije), ga izberejo zaradi raziskovanja istrskega podeželja, odkrivanja starega mestnega jedra, udeležbe na prireditvah, športnih aktivnostih na podeželju (kolesarstvo ...) ipd.** Se mi zdi, da je bolj prepoznaven iz naštetih vidikov, bolj kakor kraj za kopanje ... morda bi se lahko dodatno razvijalo se kakšne morske športe in bi tako privabili potencialno ciljno skupino športnih navdušencev.
- Koper nima v tujini nobene prepoznavnosti.

PREPOZNAVNOST KOPRA V TUJINI – pogledi prebivalcev

Anketa 1:
PREBIVALCI

Koper je predvsem obvezen postanek za turiste s križarskih ladij, ker je pač tu prisotna pristaniška infrastruktura. Sicer pridejo turisti do kopra tudi izven tega, vendar predvsem julija in avgusta, ko se kapacitete v Izoli in Piranu napolnijo. Koper sicer ne nacionalni ravni, kaj šele mednarodno, nima izgrajene jasne identitete, saj še vedno učinkuje vtis pristaniškega in industrijskega mesta.

Verjamem, da Koper predstavlja dobro izhodiščno točko za izlete v bližnji in tudi širši okolici, je tudi zelo enostavno dostopen, hkrati pa mu zelo primanjkuje **lastne identitete**, po kateri bi ga tujci takoj prepoznali (menim, da je promocija ključnih kvalitete mesta in njegovega zaledja kljub naporom v zadnjih letih, še vedno zelo podhranjena).

Sam Koper težko nastopa na tujih trgih kot destinacija, ki bi pritegnila, ampak mora nastopiti v širšem kontekstu. Saj tudi mi kot turisti se v večini ne omejimo na en kraj, ampak na potovanjih prevozimo velike razdalje.

Koper nujno potrebuje vsaj en novi (če ne več) veliki hotel z bazenom in spa in umeščen pod uveljavljeno hotelsko svetovno ali vsaj evropsko prepoznavno verigo (ne najvišjega razreda). To je nujno. Na celotni slovenski obali premankuje večjih hotelov z bazeni in kvalitetnimi spaji ki omogočajo turizem čez celo leto.

Koper je nekaj vmes med kulturnim središčem in počitniško destinacijo.

Kot turistka, ki me zanima kultura in natura, se **nikoli ne zapičim v zgolj eno mestece – take turiste zanima širša regija in njene zanimivosti.**

Koper kot samostojna enota ni dovolj. Tujci, ko pridejo, gledajo celo slovensko obalo, kot eno destinacijo. Mi, ki tukaj živimo lahko drobimo destinacije. Torej pravilna usmeritev bi bila enotna strategija za vse 4 obalne občine.

Koper je znan po tem, da je poceni. V času korone so slovenski turisti Koper dojemali kot slabo destinacijo z umazanym morjem, pogledom na luko Koper in izbiro v skrajni sili, ko je vse drugo že polno. Tuji turisti imajo veliko bolj pozitiven pogled na Koper. Po drugi strani pa opazamo, da jim je vseeno če se vozijo 10, 20 ali 30 minut. To za tujce ni nič. Vedno več naših turistov avta sploh več ne premakne in hodi povsod peš ali s kolesi (e-kolesi). To je še edina prednost, ki je ostala mestu Koper.

Koper bi moralo biti prepoznavno kot dvojezično mesto, torej tudi z italijanskim imenom Capodistria, saj le pod imenom Capodistria, se je v stoletij uveljavilo po Evropi in širše v svet. Samo Koper ni zgodovinsko in kulturno prepoznavno mesto in se ne poveže z bogato beneško kulturo, katero bi jo pa morali znati vrednotiti.

PREPOZNAVNOST KOPRA V TUJINI – pogled prebivalci



KOPER
CAPODISTRIA

Koper bi moralo biti prepoznavno kot dvojezično mesto, torej **tudi z italijanskim imenom Capodistria**, saj le pod imenom Capodistria se je v stoletij uveljavilo po Evropi in širše v svet. Samo Koper ni zgodovinsko in kulturno prepoznavno mesto in se ne poveže z bogato beneško kulturo, katero bi pa morali znati vrednotiti.

Koper ima super zgodbo, preplet več stoletne zgodvine, staro mestno jedro, zgodba o tem kako je nekoc bil otok. Prepleteno z bivanjem različnih narodov skozi stoletja in potem nastop socializma in recimo gradnja nebotičnika sredi mesta in zatem industrializacija. Tudi samo pristanišče je zanimivo gostom. Na kratko vsi potenciali so trenutno neizkoriščeni in zgodba kopra ne pride do obiskovalcev.

Zgodbo Kopra
(in vodenje po
Kopru)
narediti bolj
atraktivno.

Anketa 1:
PREBIVALCI



PREPOZNAVANOST KOPRA V TUJINI – ponudniki in strokovna javnost

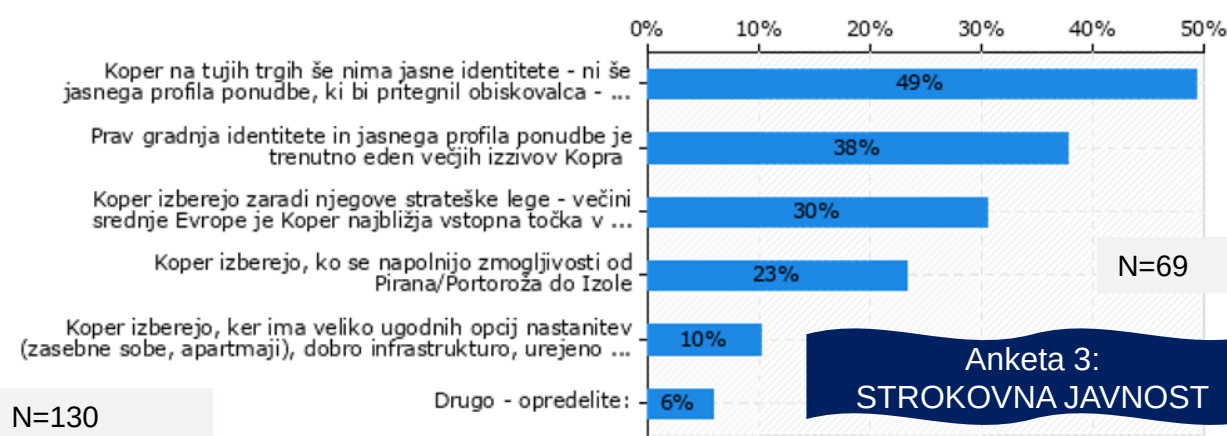
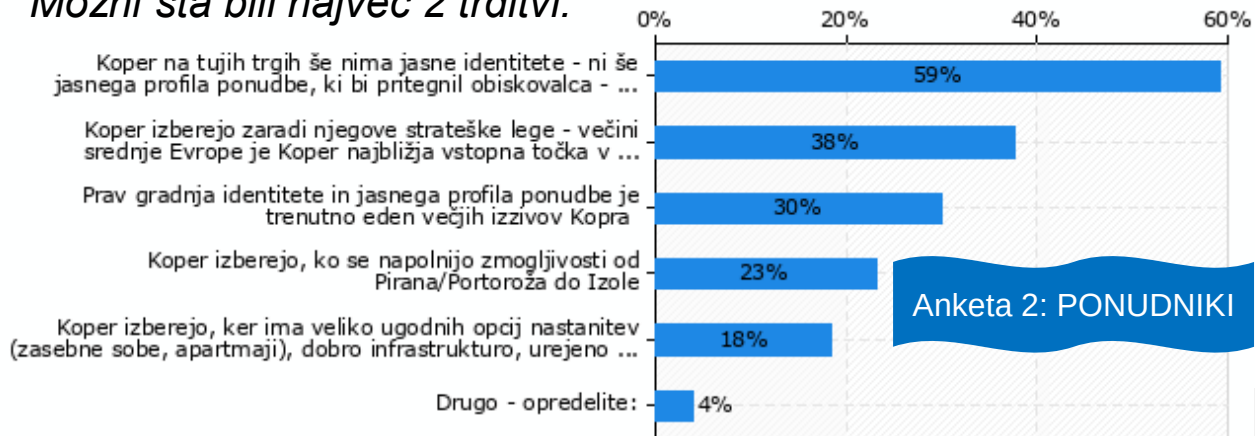
Skozi katere vsebine je po vašem mnenju Koper najbolj prepoznaven v tujini=

Odgovori ponudnikov in strokovne javnosti so zelo podobni pogledom občanov:

- Največ odgovorov je dobila trditev, da Koper še **nima jasne IDENTITETE – JASNEGA PROFILA PONUDBE (59 % ponudnikov in 49 % strokovne javnosti)**. Gradnja identitete in jasnega profila je zato trenutno eden največjih izzivov Kopra – to je dodatno opredelilo 30 % ponudnikov in 38 % strokovne javnosti.
- Na pomanjkanje jasnega profila se navezuje tudi 23 % ponudnikov in 23 % strokovne javnosti, ki so izbrali **trditev, da Koper izberejo, ko se napolnijo zmogljivosti od Pirana/Portoroža do Izole**.
- **POZITIVNO**: Kar 38 % ponudnikov in 30 % strokovne javnosti pa meni, **Koper izberejo zaradi njegove strateške lege** - večini srednje Evrope je Koper najbližja vstopna točka v Mediteran in hkrati je iz Kopra preprosto odkrivati tako druge destinacije slovenske Istre (ter hrvaške Istre) kot tudi ostale dele Mediteranske & Kraške Slovenije.
- 18 % ponudnikov in 10 % strokovne javnosti meni, da je **razlog v velikem številu ugodnih opcij nastanitev**.

Enako sporočilo kot pri občanih:
NEJASEN PROFIL KOPRA JE RES VELIK IZZIV,
STRATEŠKA LEGA za raziskovanje celotne Istre pa vse bolj pomembna in prepoznavna.

Možni sta bili največ 2 trditvi.



PREPOZNAVANOST KOPRA V TUJINI – pogledi ponudnikov in strokovne javnosti

Anketa 2: PONUDNIKI

Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST

Prehodno mesto na poti v Istro ali kot postanek v verigi krajev, kamor zahajajo, ko želijo spoznati Slovenijo.

Koper gosti večinoma izberejo kot postanek med obiski še drugih krajev ali v Italiji, ali Sloveniji, ali Hrvaškem. 2/3-dnevni oddih v Kopru je več kot dovolj za goste. Večina jih pride obiskat slovenijo in se ustavijo v Kopru.

Osebnop opažam, da dosti ljudi sedaj zadnji dve leti prihaja v Koper zaradi **obmorskega parka Žusterna** in ker do **kopra ni zastojev, je bliže (hitreje) kot Piran** ali hrvaška Istra. Avtocesta pelje do Kopra.

Staro mestno jedro se z novimi parkirnimi režimi preveč zapira za turizem. Zaradi pomanjkanja dogodkov (koncerti, festivali) se turisti ne zadržijo v Kopru, ampak odhajajo po zabavo drugam.

Koper je le trenutna postaja, **odskočna deska za Istro.**

Ker je zaradi neprepoznavnosti destinacije cenejša opcija za bivanje, ker jim je vseeno ali bivajo v Izoli, Ankaranu ali Kopru saj gre večinoma za turiste/goste, **ki svoj čas dopustovanja preživlja na obisku okoliških krajev** (Benetke, Trst, hrvaška Istra, raziskovanje Slovenije). Koper nikakor ni destinacija za počitnice, da bi nekdo prišel na tedenski oddih te percepcije ni v očeh koprskih turistov.

Moji gostje so predvsem na Obali **zaradi Pirana.** Šele po mojih usmeritvah odkrijejo nove zanimive točke.

Predvsem, ker ima ugodno lego za obisk vseh mest na slovenski Obali in okoliških destinacij - kraških jam, Lipice, Trsta... Veliko turistov pride tudi z namenom, da po Paranzani prekolesari celo slovensko obalo in tako obiše vsa mesta.

Koper je zaenkrat v glavnem le destinacija `ob morju`....kar pomeni, da mu predstavlja konkurenco kdorkoli ima isto ponudbo, t.j. morsko obalo. **Najti moramo dejavnosti in prepoznavnost tudi na področjih, ki niso direktno odvisna od `morja` in kopalne sezone.**

Je večje mesto ma Obali, dobra lokacija za prenočevanje, **odlično izhodišče za izlete po slovenski Istri.**

Zaradi cenejših kapacitet kot v Piranu.

Moji gostje so predvsem na obali zaradi Pirana. Šele po mojih usmeritvah odkrijejo nove zanimive točke.

Koper destinacija super za tiste, ki skočijo v Italijo ali Hrvasko. Vsi pravijo, škoda, da je tako mrtvo, nič dogajanja.

Dostopnost, zgodovina, dogodki, dovolj parkirišč.

PREPOZNAVANOST KOPRA V TUJINI – pogledi ponudnikov in strokovne javnosti

Anketa 2: PONUDNIKI

Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST

Naši gosti 70% povedo, da sploh niso vedeli, da je Koper tako lepo mesto, gosti nas izberejo, ker smo lokacija med njim pomembnimi točkami ogleda (Postojnska jama, Piran, Trst) in seveda prvi stik kopnega z jadranskim morjem.

Gostje so presenečeni kako lep je Koper. Da niso bili že dosti let v njem in da je zelo lepo urejen. Da pa je ogled znamenitosti in zanimivosti zelo kratek. 30 min - 1h.

V pogovorih z obiskovalci, je mesto zanimivo **zaradi prireditev, kulturne dediščine in obmorskih sprehodov. Podeželje rekreacija, sprostitev, doživetja domačnosti. Gre bolj za prehodne ali dnevne obiskovalce.**

Veliko gostov se ustavi za nekaj dni in si ogledajo okolico. Večina je nad Koprom navdušena.

Trenutno menim, da smo za turiste predvsem "stopl" točka enodnevnica v smislu, da se turist ne ustavi za več kot par dni. V primerjavi s tujino je zaledje vsekakor premalo izkoriščeno, pri čemer pa je potrebno v to zaledje sistematično skozi čas dodajati vsebino (izleti, kolesarjenje, pohodi, kulinarika, dediščina) sicer ne bo zaživel.

O Kopru pravijo, da je **zelo lep in čist.** Da niso vedeli, da ima tako veliko mestno jedro. Zmoti jih pa ponudba. **Glede na velikost jedra, pričakujejo več površin oziroma stavb namenjenih za turiste. Od številnih palač, so turistom namenjene le 2.**

Osebnop opažam, da dosti ljudi sedaj zadnji dve leti prihaja v Koper zaradi obmorskega parka Žusterna in ker do kopra ni zastojev, je bližje (hitreje) kot Piran ali hrvaška Istra. Avtocesta pelje do Kopra.

Naši gosti, tako čez prst ustvarimo cca. 800-1000 nočitev v sezoni se **ustavijo pri nas zaradi miru, podeželja itd. Redki so, ki sploh Koper prepoznajo kot destinacijo.** Kjer je bivanje daljše od 3 dni, se gostje odločajo za obisk tako jam, Trsta, Istre tako slovenske kot Hrvaške. Veliko je turistov, ki si vzamejo dan do tri dni, pred nadaljevanjem dopusta na Hrvaškem, al pa so gostje, ki v recimo 7 dneh pogledajo in prevozijo celotno Slovenijo.

Gostje pridejo k meni, ker imam dobre reference in ker sem na podeželju, seveda za tisti segment gostov, ki jim je to všeč. In teh je čedalje več. To pa je zasluga rezervacijskih sistemov in Koper ima pri temu bore malo – ni ga na zemljevidu.

Mesto, ki je najboljše izhodišče. Prav tako jim ugaja lega bližine Italije in Hrvaške.

Koper ne rabi razvijati množičnega turizma. Križarke so dobrodošle, vendar so to kratkotrajni postanki in večina se jih odloči za obisk postojnske jame ipd. Kaj pa v Kopru?

PREPOZNAVANOST KOPRA V TUJINI – pogledi ponudnikov in strokovne javnosti

Koper je za turiste tranzitno mesto. Mnogo Italijanov še vedno misli, da pride iz Italije direktno na Hrvaško in Slovenije (kaj šele Koper) sploh ne zaznajo.

Ponavadi so v tranzitu ali tukaj po naključju.

Obiskovalci iz tujine se za Koper odločajo predvsem zato, ker je največje mesto na slovenski obali, cenejše od Pirana, več nastanitev kot v Izoli. **Ponuja več aktivnosti (active Koper) za obiskovalce, ki si želijo od plaže več kot le kopanja in poležavanja.**

Morda Koper še nima prave turistične identitete, zaradi katere bi se turisti odločali zanj. Po mojem mnenju še vedno velja za Koper trditev, da je v neposredni bližini Pirana, vendar s cenejšimi namestitvami.

Moramo se tržiti ko Istra.

Slovenski del istre za zdaj pobira v tujini "pobira" tisti del gostov, ki ne najdejo prave ponudbe v hrvaškem delu Istre. Turistična identiteta še ni jasna, še manj prepoznavna. Potrebno bi bilo oblikovati "paketne" programe za tiste skupine turistov, ki iščejo nekaj drugačnega, nekaj več. Usmeritev v množičnost ne bi bila prava, ampak v kvaliteto in nišne ponudbe.

POVZETEK UGOTOVITEV

Koper izberejo zaradi
odlične lege
– od koder se priročno
raziskuje celo Istro
(slovensko in hrvaško),
tudi čezmejno in
Slovenijo.

**Veliko je
tranzita,
kratkih
postankov,
dnevni
gostov.**

Ker ni jasne
predstave vnaprej,
so pogosto pozitivno
presenečeni –
še posebej so
navdušeni nad
MESTOM.

OCENA OBSEGA,
RAZVITOSTI IN
KAKOVOST
PONUDBE IN STORITEV V
MO KOPER
(Z VIDIKA TURIZMA)



KAKOVOST STORITEV – prebivalci



Kako kot prebivalec/prebivalka ocenjujete obseg, razvitost in kakovost ponudbe in storitev v MO Koper (z vidika turizma)?

S tem se nakaže, na čem je po vašem mnenju potrebno v prihodnje več delati.

NAJVIŠJE
OCENJENA:

ŠPORTNA
INFRASTRUKTURA
(za športnike)
(3,5 od 4)



NA DRUGEM
MESTU:

ŠPORTNA
INFRASTRUKTURA
(za rekreativce)
(3,3 od 4)



NAJNIŽJE
OCENJENA:

ŽIVAHNOST
MESTNEGA
JEDRA
(1,9 od 4)

POZOR!

Vse 3 javnosti so
na predzadnje
mesto umestili
pripravljenost na
**PODNEBNE
SPREMEMBE!**



Dobro, nad oceno 3 so še:

- Ponudba nakupovanja v nakupovalnih centrih (3,1) – a precej slabše ocenjena ponudba majhnih trgovin v mestnem jedru
- Kolesarske poti (3)

Slabo, pod oceno 2,5 so:

- Urejenost mestnega jedra
- Ponudba lokalnih pridelkov v gostinskih lokalih, možnost nakupa
- Ponudba gostinskih storitev v mestu
- Ponudba prireditev – tudi za tuje obiskovalce
- Pripravljenost na podnebne spremembe

KAKOVOST STORITEV – ponudniki in strokovna javnost

Kako kot ocenjujete obseg, razvitost in kakovost ponudbe in storitev v MO Koper (z vidika turizma)?

Anketa 2: PONUDNIKI



ŠPORTNA
INFRASTRUKTURA
(za športnike)
(3,6 od 4)
in za
rekreativce
(3,3 od 4)

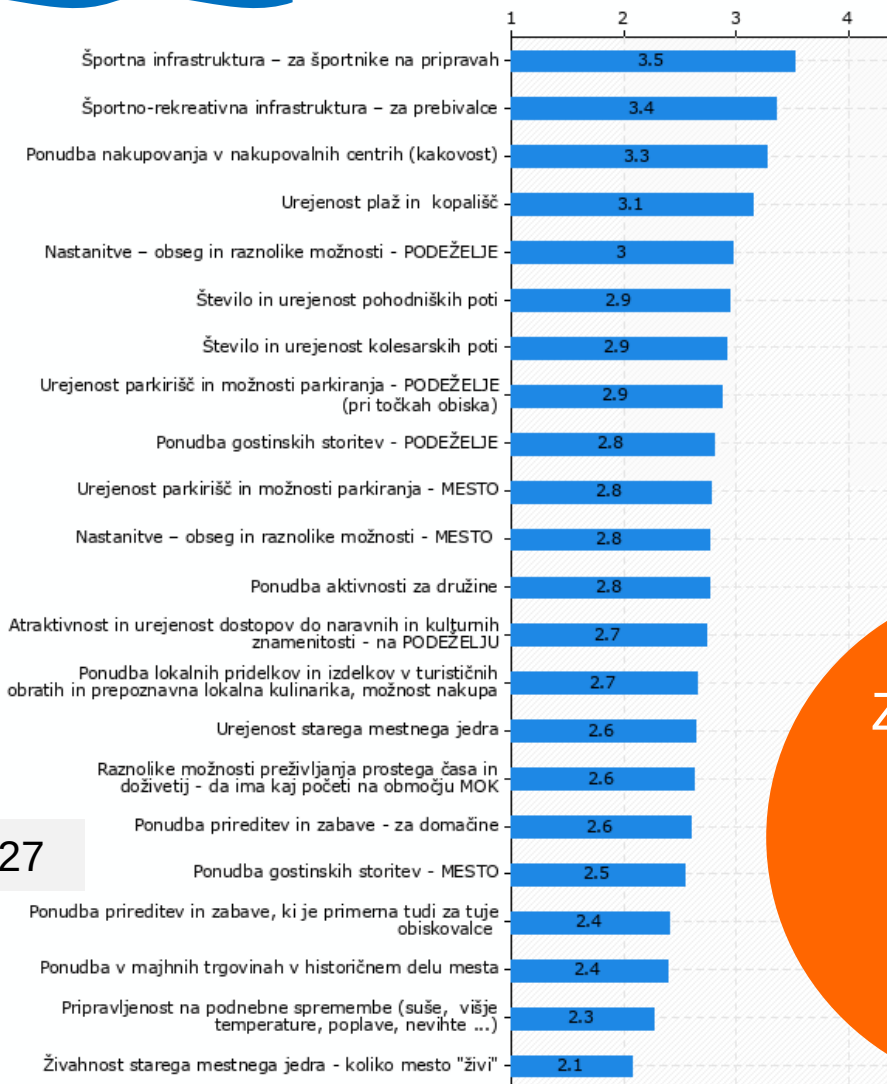


NAJNIŽJE
OCENJENA:

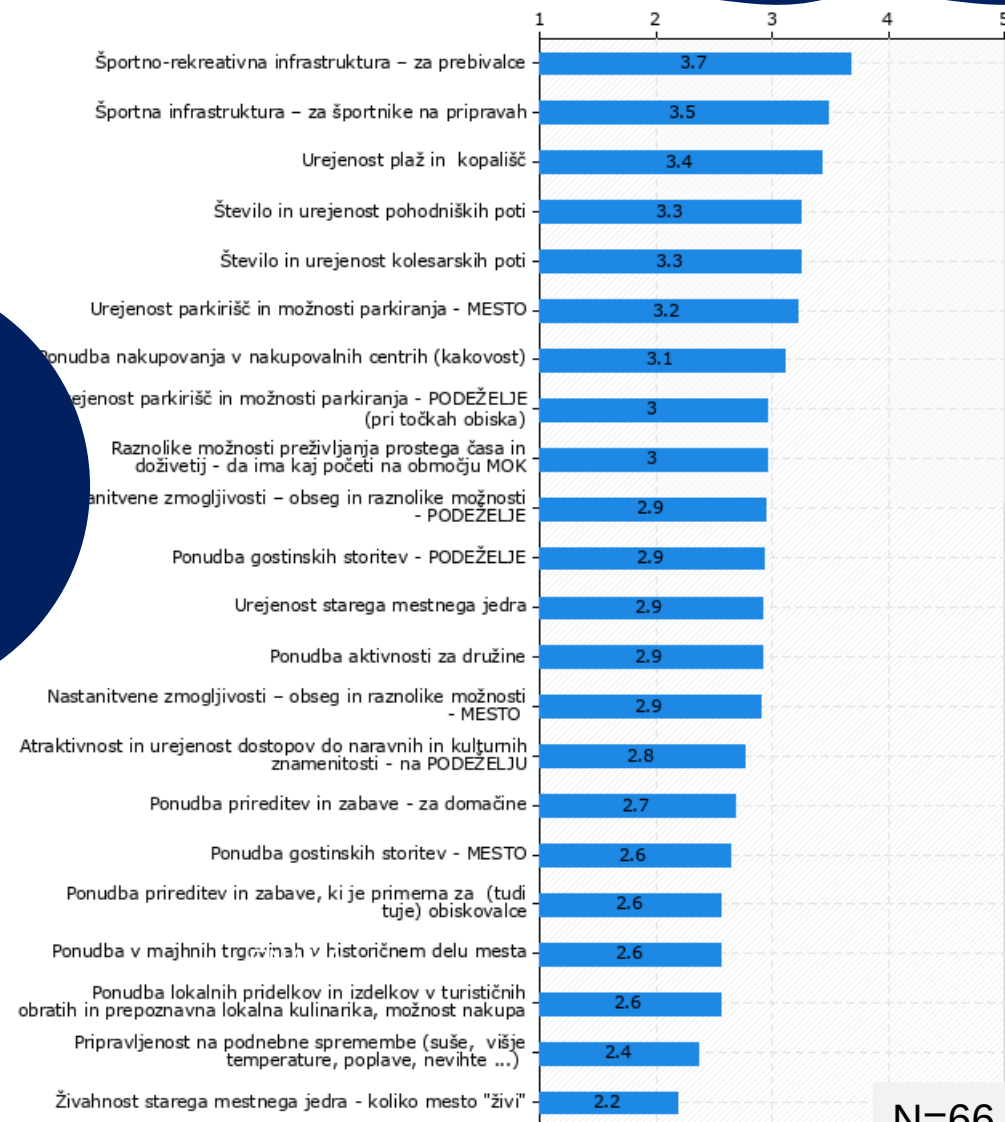
ŽIVAHNOST
MESTNEGA
JEDRA
(2,1/2,2 od 4)

Zelo usklajeni
pogledi
občanov in
turistične
javnosti!

N=127



Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST



N=66



POZOR!

Vse 3 javnosti so na
predzadnje mesto
(najslabša ocena)
umestile

pripravljenost na

**PODNEBNE
SPREMEMBE**

(suše, poplave,
neurja)!

KAKOVOST STORITEV – pogledi prebivalcev

Anketa 1:
PREBIVALCI

Premalo `dogodkov` za prebivalce - mi živimo tu 365 dni, ne samo, mesec, dva, tri.

MNENJE PONUDNIKOV: Poletje je čas, ko turistični delavci hočemo koncerte za turiste, ne za lokalce. Manjka tudi specifičnih nišnih prireditev.

Pripeljite v Koper neko veliko glasbeno ime oktobra ali novembra. Pa naj stane 70 € najcenejša vstopnica.

Nujno zagotoviti več raznovrstnih prireditev/storitev, ki so namenjene različnim interesnim skupinam in ne samo večinskemu okusu (ki ga je mimogrede potrebno ponovno premisliti, morda se je prebivalstvo že nasitilo `Balkana`?) Ter časovno zamakniti kaj tudi iz glavne sezone v pomlad in jesen.

Predlagam: - **spodbujanje gostinske ponudbe na podeželju, pomoč oz. Svetovanje pri ureditvi potrebne dokumentacije** tistim, ki bodo ponujali domače istrske jedi. Podpreti tiste, ki imajo voljo delati. Istrska kulinarika si zasluži, da jo ohranjamo tudi s pristnimi vaškimi oštarjami in osmicami. - **v mestu predlagam ureditev več gostinskih lokalov** in lokalnih ponudnikov na Titovem trgu, mize zunaj na trgu. Lepo je, če je glavni mestni trg živahen in ne sameva. Tudi po ostalem delu mesta (Čevljarska, Kidričeva ul.) Čimveč miz in ostale ponudbe zunaj, po ulicah in uličicah, kjer je le možno. Vse to ustvari živahen mestni utrip. - predpisati gostincem, da ponujajo lokalne istrske jedi, tudi če je to fast food izvedba, (ne kebab in čevapi). - vsi lokali od tržnice do Ukmarjevega trga bi lahko bili namenjeni izključno gostinski ponudbi in trgovinam z lokalnimi produkti in spominki. - tudi TIC bi lahko postavil del ponudbe pred vhodna vrata, na trg, da bo boljše viden. Veliko turistov ga ne opazi. - za Titov trg bi lahko uporabili primernejše ime kot je npr. Mestni trg. - spodbujanje prebivalcev z nagrado ali z odlokom za urejenost okolice hiše oz. V mestih cvetlična korita in dekoracije na okenskih policah, balkonih, domov in lokalov, da bo sprehod po mestnem jedru še lepši za vse. Domačine in turiste. Morda natečaj za najlepše urejene okenske police in vhode.

Koprski nakupovalni centri (žal) postajajo vse bolj `low-cost` malli. Zahtevnejši turisti (ki si jih po mojem bolj želimo), tako kot tudi domačini, **potrebujejo/-mo tudi ponudbo višjega cenovnega razreda ali pa vsaj zgornje-srednjega razreda**, ki pa zadnje čase izginjajo iz mesta in povzročijo premik shoppinga v Trst, Ljubljano, itd.

Veliko več bi morali ponuditi za domačine - prireditve in pa za turiste, predvsem tiste, ki prihajajo s potniškimi ladjami - predstavitev domače kulinarike, vin, domače obrti, podeželja. Glasbe, kulture. Tako bi jih morda manj odhajalo z avtobusi iz mesta. In pa vsaj ena odprta trgovina z živili v sezon v centru Kopra. Če turist pride v Koper v nedeljo, si nima kje kupiti litra mleka, masla ...

Mogoče se je povezati tudi s fakulteto, da naredijo potrebne raziskovalne naloge,... `več ljudi več ve!`.

Pomanjkljiv javni prevoz.

V mestu primanjkuje hotelskih turističnih nastanitev srednjega cenovnega razreda, ustreznih dvoran za kongresni turizem. Večje število trgovin v mestnem jedru bi moralo ponujati lokalne proizvode. Zagotoviti bi bilo treba več stojal za parkiranje koles (kjer je možno, z nadstreški).

KAKOVOST STORITEV – pogledi prebivalcev

Anketa 1:
PREBIVALCI

Na vseh prireditvah bi morala veljati **omejitev glasnosti**, enako za lokale, ki bi smeli predvajati glasbo samo v notranjosti, da ne bi motili prebivalcev mestnega jedra.

Potrebno več parkirišč na podeželju oz. obmestnih središčih. Potrebna tudi parkirna hiša v Žusterna in za tržnico.

Slaba informiranost gostov o parkirnem režimu.

MOK ni dobro pripravljena ne na suše in ne na poplave ter podnebne spremembe (to naj zajema tudi boj proti komarjem), ampak so se zadeve začele premikati: npr. Za pitno vodo...!

Povečevati je nenehno potrebno športne in rekreativne površine ter jih ozeleniti (paziti kako so drevesa posajena, da je senca poleti...,

Več bi morali v času poletne sezone narediti na povezavah mest (znotraj So, med državami po morju z ladjicami in z notranjostjo (npr. začelo se je letos z ladjico Ankaran-Koper-Izola .., dvigalo Markovec, avtobus Marezige super ob žurkah, mogoče kakšen vlakec ali zanimivost npr. po obalni plaži, ko bo daljša,.....), kajti avtomobilov je povsod preveč.

Domačini nismo dobro podprti z mestnim prevozom (npr. V Semedelo ni poznega avtobusa, kaj šele drugam npr. V Portorož... Lahko bi mogoče najprej vsaj v sezoni dodali prevoz še ob 23 in 24. Uro, ali vsaj ob petkih, sob poizkusno), in to velja tudi za turiste, ki imajo privat nastanitve, ampak precej jih pride z avtomobili, ki jemljejo prostor domačinom. **Za turizem bi bil veliki prispevek, da bi bil hitri vlak Benetke Trst Ljubljana**, ne pa sedaj, da turisti koristijo Goopti in še zagrebško letališče. Mogoče bi lahko kaj naredili z letališčem v Portorožu? Najbolj pomembno za turiste in domačine se mi zdi, da so toaletni prostori odprti, tudi v zimski sezoni in sploh poleti, ko so prireditve, kajti... Npr. Ljudje tečejo ob morju, (a je morje wc?!)... In nimajo kam na toaleta!!! Zvečer v središču Kopra je javni wc odprt do 22.00.

Koncerta Halida Beslica in Cece ne sodita v mestno ponudbo. Če želite dvigniti kulturo v mestu, obisk turistov, zadovoljstvo prebivalcev, izbirajte **druge zvrsti glasbe**. Vse do lani so bili v ponudbi koncerti v pokrajinskem muzeju, ki so bili izvrstni. Jazz, pop, rock... Ponudba in obratovalni čas trgovin na Čevljarski ulici. Ob 19.00 je vse zaprto. Center je prazen. Srhljivo. Sramotno. Edina odlična zadeva je loggia. Predlog: podaljšati delovni čas trgovin in popestriti ponudbo v njih. Pohvala: kino Istra - odlična ideja, program in organizacija. Ni se mi težko usesti v avto in iti na filmske predstave v zaledje. Pokrajinski muzej odlično prizorišče. Pomanjkanje hotelov je problem. Zato Koper ni tako zelo obiskana turistična destinacija. A lahko bi bil. Gledališče Koper bi lahko ponudilo vsaj nekaj predstav, lahko tudi gostujočih, v poletni sezoni. Vsi bi bili veseli. Koper je čudovit. Rada živem v njem. A želim si več kulturnih prireditev, manjših, intimnejših, a s pravo vsebino.

Mogoče bi lahko kaj naredili na morskem turizmu, da bi se lahko turisti vkrcali v Kopru na "križarke". Osebnostno bi pa dovolila vplutje le "zelenim" križarkam v Koper, ki manj onesnažujejo okolje.

KAKOVOST STORITEV – pogledi prebivalcev

Anketa 1:
PREBIVALCI

Ponudba v trgovinah, gostinskih lokalih in predvsem kultura turistično-gostinski in trgovinskih delavce je na izredno nizkem nivoju. Občutek imaš da ko greš v trgovino/gostinski lokal, nisi dobrodošel. Ponudba razen par izjem, je izjemno revna, kljub trudu lokalne skupnosti. Po 22.uri v sezoni se v mestu praktično nimaš "kam dat", tudi edina primerna sladoledarna zapre. Žalostno.

Pomanjkanje raznolikosti turističnih nastanitev podeželje, (beri) avtokampov, urejenih in prijetnih (zelenih) pza-jev, ekoloških kampov (glejte ponudbo v Bovcu), farm stay kmetij ... Pomanjkanje aktivnosti za turiste (najprej je potrebno vedeti katera je ciljna skupina), če so to družine (zabava, parki v naravi, delovne kmetije, wibit na morju, izposoja pedalinov, itd.), avanturisti (adrenalinski park, zip line., morska avanturistična doživetja...), foodiji (kulinarika je dobro pokrita, mogoče kakšna atraktivna restavracija na "splavu" ob semedelski promenadi...

Občina bi morala povečat nadomestilo za stavbno zemljišče za stavbe, kjer ni nihče stalno prijavljen. **Tako bi spodbudili njihovo prodajo ali pa obnovo** (to bi lahko naredili po zgledu Kranja, ki je uvedel višjo nadomestilo za zazidljiva zemljišča, kjer ni bila postavljena nobena stavba). Subvencioniranje obnove fasade na glavnih ulicah mestnega jedra je imelo očitno omejen doseg. Podobo starega mestnega jedra kazijo avti, ki nimajo kaj iskati v starem mestnem jedru. **Julija in avgusta je v Kopru mrtvo.** Dejansko se več dogaja jeseni in spomladi, ko prebivalci niso na dopustu. Restavracije nimajo glasbe v živo, mogoče je en poulični umetnik, v Taverni je večkrat vse tiho, tudi za vikende.

Ni niti ene restavracije z lokalnimi jedmi ni v občini.

Večja prisotnost redarjev in policije, da bi bilo manj vandalizma in obrestne vožnje s skiroji in motorji po mestu.

Zanimivosti in pot do njih so slabo označeni. Tudi preprostih mest za krajše parkiranje ob izhodiščih so pogosto pomanjkljivi (utrdb starcev mi še ni uspelo najti, npr.).

Pomanjkanje vode ob morebitnih sušah in vse večjem številu prebivalcev in turistov - poplavljanje morja in nižje ležečih predelov mesta - čiščenje odtokov/jaškov.

Socerb: podeželje prepuščeno samemu sebi in precej zanemarjeno - sodobne internetne povezave praktično ni, cesta proti italijanski meji razpada, Socerbski grad skupaj s socerbsko jamo ostajata neizkoriščeni promocijski točki, dostop do gradu je sramoten.

Obvezna ureditev prometne infrastrukture na podeželju. Ponekod so razmere katastrofalne

Prireditve je veliko, a ljudje trdijo nasprotno. Torej ne vedo, da so in jih je treba drugače obvescat.

KAKOVOST STORITEV – pogledi prebivalcev

Anketa 1:
PREBIVALCI

Nova plaža bi se lahko razširila vse do Izole. Letos je pokala po šivih. Obali primanjkuje urejenih plaž. MOK in Izolo pozivamo, da se razširitev plaže nadaljuje v smeri Izole. Koper pa kot že napisano, nujno potrebuje vsaj dva nova večja hotelska kompleksa z modernimi bazeni in spaji, ki bosta pomagala ohranjati turizem čez celo leto. V Kopru praktično ni hotela z bazeni in dobrim spajem (edini tovrstni hotel v Žusterni razpada) kar turisti močno pogrešamo v sicer zelo lepem in vsem nam priljubljenem Kopru.

Kopališče Žusterna - potrebnih je več dostopnih stopnišč.

Izredno nesmiselno je da površine porabljamo za gradnjo nadzemnih parkirnih hiš. Prav tako parkirišča nimajo kaj početi v mestnem jedru. Podzemne parkirne hiše bi morali locirati na obrobju mesta nato pa organizirati reden avtobusni prevoz v center. Poleg tega je tudi medmestni oz. Medkrajevni avtobusni prevoz izredno slabo organiziran. Zaposlena oseba potrebuje v povprečju 1h 30 min vožnje, da pride iz kopra v piran v službo, kar je nedopustno. Avtobusni prevozi so tako stalnim prebivalcem kot turistom izredno neprijazni. Nejasni napisi, čudni urniki, neredni prihodi avtobusov (sploh poleti sistem čisto razpade), samo gotovinsko plačevanje in še marsikaj bi lahko našteali, vse privede do nezadovoljnih voznikov in potnikov.

Plačljiva parkirišča na podeželju niso potrebna. Previsoke cene parkirišč v času sezone za domačine, ljudi iz podeželja, ki nimajo možnosti uporabe javnega prevoza. Zaradi prezasedenosti parkirišč je staršem onemogočen prevoz/parkiranje vozila zaradi spremstva mlajših otrok na treninge. Raje se odločamo za treninge na drugih lokacijah.

V občini je preveč apartmajev v „garažah”. Občina bi morala imeti nadzorni organ in vsakemu sobodajalcu posebj odobriti, če je apartma primeren za oddajanje...

POGLED PONUDNIKA: smer v katero se razvija koper je prava, vendar prepočasi in premalo drzno - sploh na področju osebne mobilnosti. Primarno se celo v starem mestnem jedru in neposredni okolici primarno še vedno zelo ustreže avtomobilski "mobilnosti". (gradnje parkirišč in park hiš, široke in ravne ceste, preveč pasov). Avtomobili bi morali parkirati na obrobju mesta (p+r) kjer brezplačni avtobus vozi vsakih 5 minut, in to ne v Semedeli, ampak npr Serminu. Umakniti parkirišče za tržnico in tja postaviti avtobusno postajo, ne pa avtobusne na obrobje centra! Umakniti parkirišče na Brolu, Ukmarjevem trgu, zelenem parku. Cestno infrastrukturo v okolici centra bi bilo treba namenjati javnemu prevozu in kolesarjenju. Povečati število pešcon, zmanjšati št avtomobilskih pasov ter jih zožati, izboljšati kvaliteto kolesarskih poti, vrniti kolesarjem podvoze/podhode pod avtocesto (pri cpk in avtobusni postaji).

POGLED STROKOVNE JAVNOSTI: Istrska identiteta starega mestnega jedra in ožje okolice je nepopravljivo uničena. Govorimo o tiskanem betonu in asfaltu namesto tlakovcev, palmah namesto oljk in drugih avtohtonih rastlin, propadajočih zgodovinskih stavbah v mestnem jedru, pomanjkanju urbanistične strategije in gradnji nakupovalnih centrov vsepovprek. Poleg tega kronično primanjkuje naravne sence - potreben je celosten plan zasaditve dreves, ki bodo vsaj malenkost omilila vedno bolj vroča poletja.

PODPORA MOK TURIZMU –
vprašanje, ki smo ga postavili
samo ponudnikom in strokovni
javnosti



PODPORA MOK TURIZMU – ponudniki in strokovna javnost

Kako bi ocenili podporo Mestne občine Koper, ki jo zagotavlja razvoju turizma (neposredno ali preko Zavoda za mladino, kulturo in turizem Koper)?

NAJNIŽJE
OCENJENO:

Obe javnosti kot najslabšo podporo ocenjujejo
PODPORNO OKOLJE, DA MLADI OSTANEJO DOMA,
tudi študentje v Kopru!
(2,4 od 4)

Anketa 2: PONUDNIKI

NAJVIŠJE

Podpora društvenim organizacijam (3,1)

Podpora prireditvam (3)

Podpora za vzdrževanje dobre turistične infrastrukture (3)

Ponudniki dajejo
skupno oceno podpore MOK
razvoju turizma:

2,4 od 4

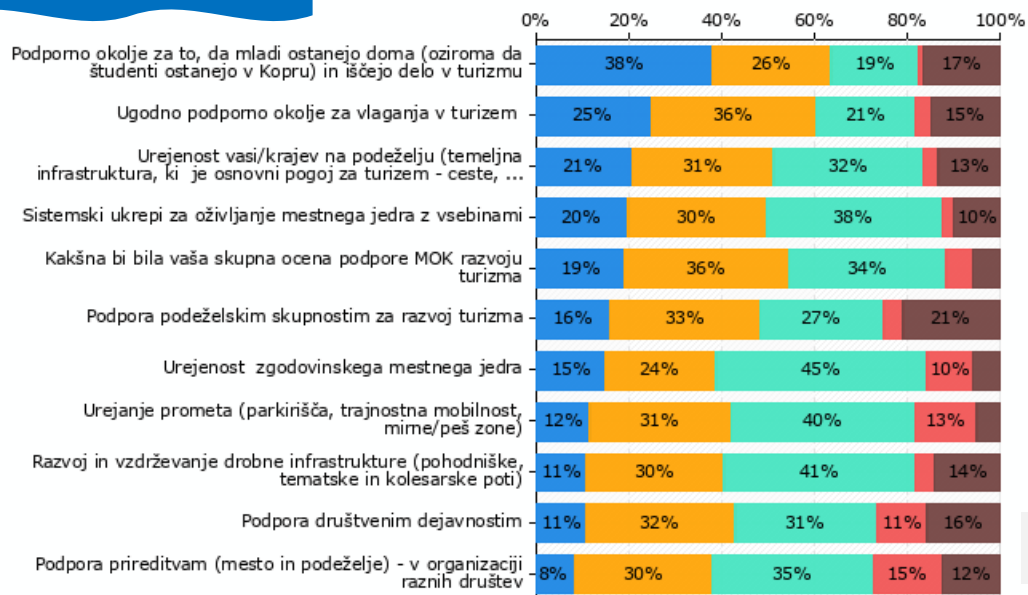
Kakšno je
podporno okolje
za vlaganje v
turizem?
**ŠE PROSTORA
ZA IZBOLJŠAVE!**

2,6 od 4

▪ Pričakovano je strokovna javnost manj kritična – saj je bil velik delež sodelujočih iz MOK in ZMKTK

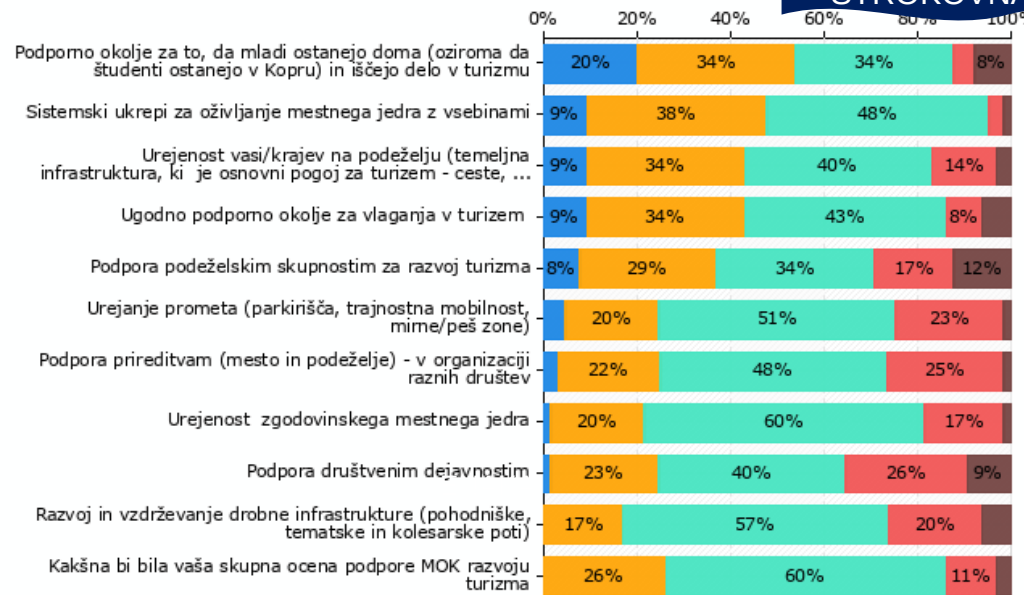
Anketa 3:

STROKOVNA JAVNOST



N=121

n = 121



N=65

■ Ni podpore (1) ■ Občasna, a ne-zadostna (2) ■ Dobra podpora, a je še ... ■ Zelo dobra podpora (4) ■ Ne vem, težko ocenim

PODPORA MOK TURIZMU – pogledi ponudnikov in strokovne javnosti

Anketa 2: PONUDNIKI

VIZIJA IN OKREPLJENO UPRAVLJANJE DESTINACIJE – SAMOSTOJEN DMO:

Razvoj turistične panoge zahteva kompetentne ljudi z jasno vizijo in cilji, predvsem pa z evalvacijo zastavljenih ciljev. Razni posveti brez nadaljnjih aktivnosti in epiloga nimajo nikakršnega smisla. Vsekakor pa si turistična panoga na nivoju občine ter regije zasluži enovito podporo. Nikakor ne more delovati pod okriljem zavoda za mladino, kulturo in turizem - oziroma lahko deluje na način, ki ne prinaša želenih rezultatov.

PODPORA PODEŽELJU:

Podeželje: povezanost turističnih ponudnikov, skupna promocija, blagovna znamka, izobraževanja, svetovanja itd. Predvsem pa ureditev infrastrukture. (npr. ne moremo graditi spalnih kapacitet brez osnovne infrastrukture-parkirišča-kanalizacija) itd. Kadri so! Vendar jih je potrebno pritegniti v turizem. Na podeželju iskati sodelovanje turistične ponudnike v kmetijstvu (vinarstvu, oljarstvu, sadjarstvu, povrtnine, živinoreja, mesni in mlečni domači proizvodi), samooskrbnost, domača tržnica, spodbujati in iskati rešitve za obnovo porušjenih objektov v turistične namene v vaseh, butičnost, opustitev stare proge Prešnica-Kekani in povezati v kolesarko pot \\\"Parenzana\\\" (Koper-Trst-Poreč). Na podeželju zelo individualizirana ponudba, brez povezave, brez skupne promocije. Pred leti smo prejeli certifikat EU istrski pršut, ki pa je popolnoma zanemarjen v naši-slovenski Istri (hrvaška Istra izjemno koristi to blagovno znamko). Ustanovili smo društvo, vendar je zaradi slabe ozaveščenosti in pomanjkanja podpore zamrlo.

Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST



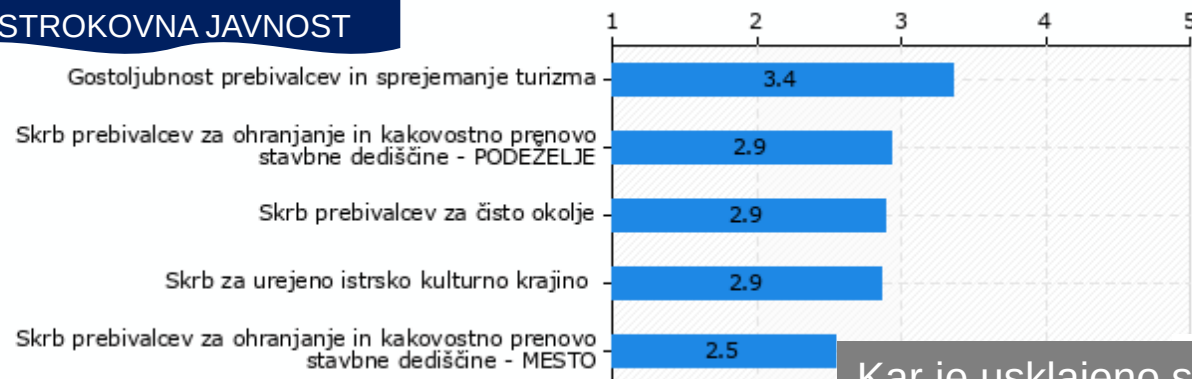
VIZIJA, AKCIJSKI NAČRT IN PODPORA TURIZMU, URBANIZEM:

MOK potrebuje jasno vizijo in strategijo za razvoj turizma z dobrim akcijskim načrtom. Ključen je tudi dober urbanizem. Turizem mora ponovno postati prioriteta razvoja v Kopru. Zapostavljanje turizma in turističnega razvoja v zadnjih letih se čuti na vseh nivojih. MOK ima velik turistični potencial, ki se ga zanemarija. Kot prvo je nujno vložiti sredstva v obnovo in ureditev mestnega jedra v estetsko in smiselno celoto. Stihijsko neestetsko poseganje v urbanizem mesta, kot je bila na primer letošnja začasna raba Ukmarjevega trga, zelo škodi ugledu in urejenosti mesta. V očeh občanov je mesto zapostavljeno, mrtvo in vedno bolj kaotično.

OCENA SKRBI ZA UREJENO OKOLJE IN GOSTOLJUBNOST – strokovna javnost

Samo strokovne javnosti smo vprašali, kako Kako bi ocenili našo gostoljubnost in skrb za okolje in krajino?

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST



N=67

NAJVIŠJE
OCENJENA:

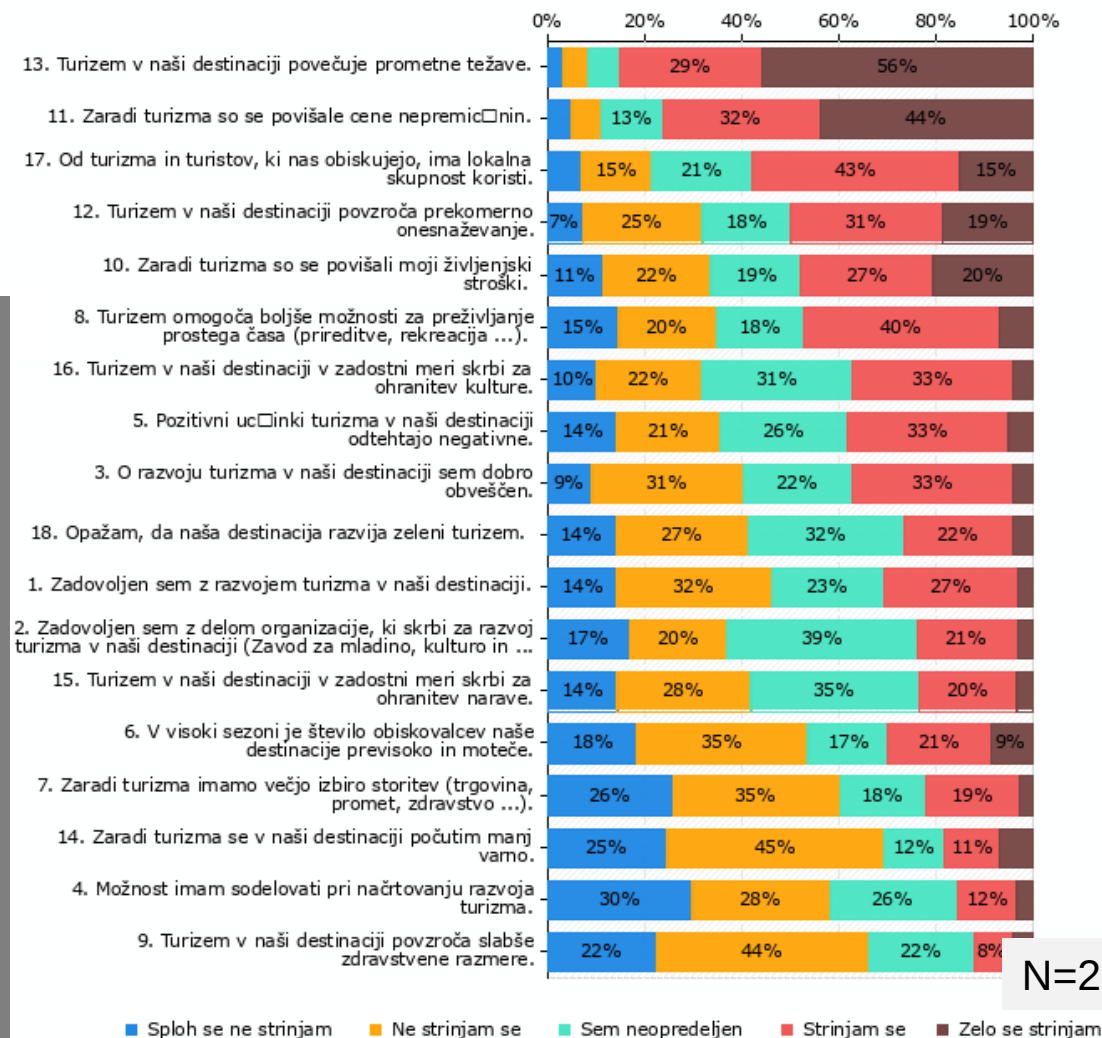
Gostoljubnost
prebivalcev in
sprejemanje
turizma

NAJNIŽJE
OCENJENA:

Skrb za
ohranjanje in
kakovostno
prenovo stavbne
dediščine v
MESTU.

Kar je usklajeno s
pozitivnim mnenje
njen, odnosom
prebivalcev do
turizma:

V vprašanjih iz Zelene
sheme slovenskega turizma
so opredelili visoko
strinjanje s trditvijo:
OD TURIZMA IMA
LOKALNA
SKUPNOST
KORISTI (43 % se jih
strinja in 15 % zelo
strinja). Toda! Tudi 15
% ne strinja.



N=220

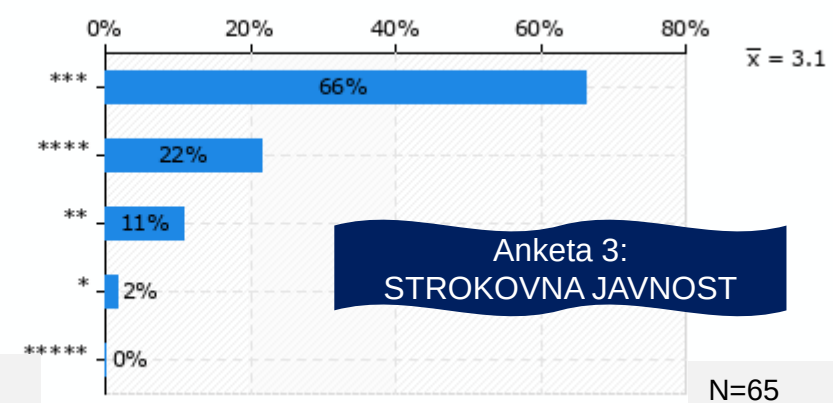
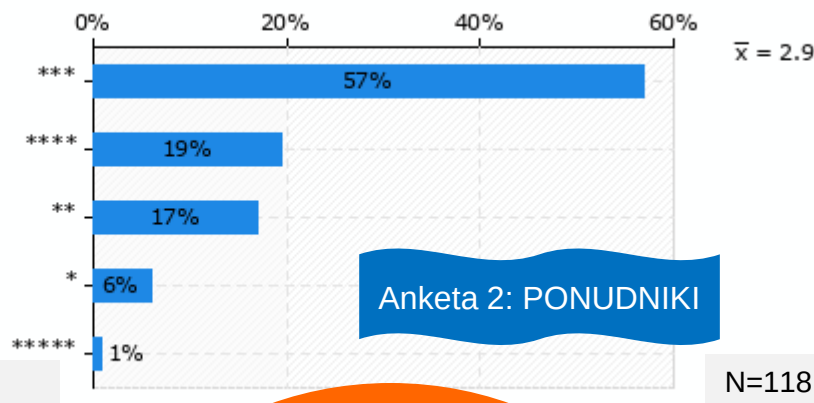
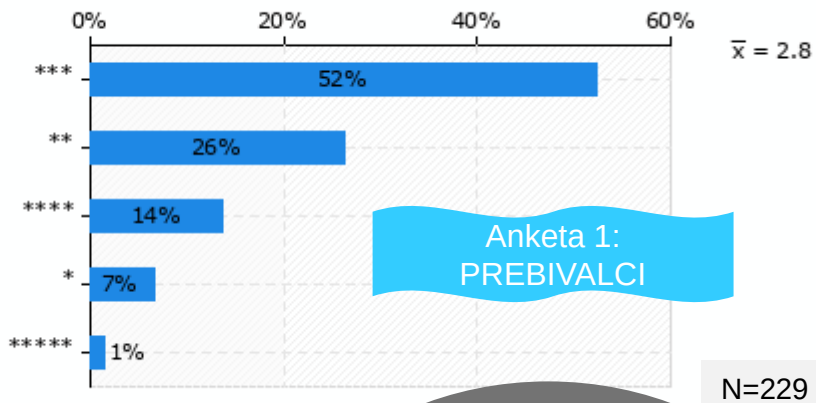
■ Sploh se ne strinjam ■ Ne strinjam se ■ Sem neopredeljen ■ Strinjam se ■ Zelo se strinjam

KROVNA OCENA STANJA:
KATEGORIJA KOPRA KOT
TURISTIČNE DESTINACIJE



KATEGORIJA KOPRA KOT TURISTIČNE DESTINACIJE

V kateri "kategoriji" je Koper kot turistična destinacija
Kako bi ocenili skupni ugled/imidž destinacije Koper, če bi ga ocenjevali z zvezdicami?
Kot destinacijo s koliko zvezdicami?



POVZETEK:
Vse javnosti zelo
usklajeno
ocenjujejo
KOPER
kot samo **3*****
zvezdično
destinacijo.

DVIG KAKOVOSTI
v celotni verigi
vrednosti
(na vseh področjih),
tako v mestu kot na
podeželju, je ena
temeljnih prioritet
strategije.

**Okvirno dve tretjini posameznih
javnosti Koper ocenjuje kot 3***
destinacijo.**

A najbolj kritični so prebivalci:

- Kar četrtna bi Kopru dala le 2** zvezdici (+ 17 % ponudnikov in 11 % strokoven javnosti)
- Le 1 % je Kopru dal 5*****.

POGLED NA KATEGORIJU KOPRA – pogledi

Anketa 1: PREBIVALCI

Za določene tipe obiskovalcev smo zagotovo lahko tudi 4 ali 5-zvezdična destinacija. To le ne morejo biti klasični 5* turisti, ki se jih ima ponavadi v mislih - te infrastrukture, že nastanitvene, nimamo. In tudi ni nobene potrebe po dodatni turistifikaciji mesta in umetnega luksuza. Za športnike pa bi naša destinacija lahko postala pravi raj - a športnih nastanitev ni (primanjkuje).

Še največ problemov je pri vzdrževanju in ohranjanju identitetnih sestavin istre: prenova vaških jeder, vzdrževanje kulturne krajine, poselitvenih značilnosti in seveda vzdrževanje izjemnega mestnega jedra. Hkrati pa gre tudi za vprašanje repozicioniranja v mislih potencialnih obiskovalcev.

Anketa 2: PONUDNIKI

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST

Koper se je cenovno pozicioniral kot cenejša alternativa Pirana. **Moram pa priznati, da je v zadnjem letu naredil velik preskok naprej, sploh z novim obmorskim parkom, ki je zelo lepo urejen in je pritegnil veliko turistov. Sploh podeželje se je začelo pospešeno razvijati.** Turistu pač 15-20 minut vožnje do plaže ne predstavlja izziva.

Potrebno je delati na destinaciji, bolj na kakovosti, ne toliko na kvantiteti, pogrešamo ekskluzivne dogodke, s katerim bi mesto postavili ob bok 4 ali 5 zvezdičnih destinacijam v okolici (Rovinj!).

POGLED NA GLAVNE
ZAVIRALNE
DEJAVNIKE

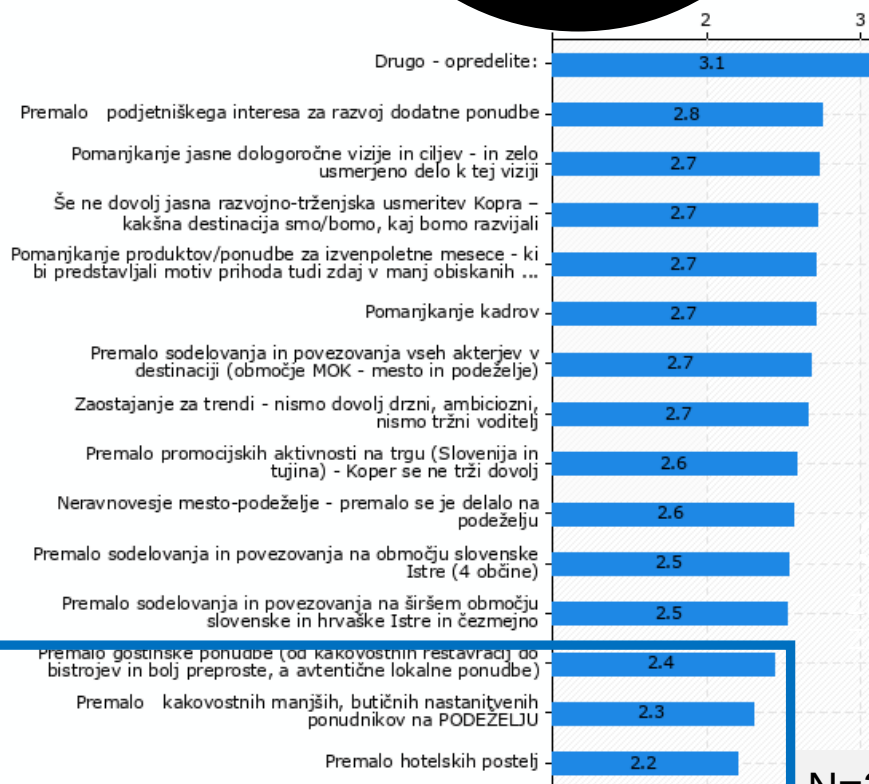


POGLED NA ZAVIRALNE DEJAVNIKE – ponudniki in strokovna javnost

Kaj so po vašem mnenju glavni dejavniki, ki ovirajo nadaljnji oziroma hitrejši razvoj turizma v MOK - oziroma kaj je potrebno izboljšati?

Anketa 2: PONUDNIKI

DEJSTVO: Veliko ZAVIRALNIH DEJAVNIKOV



N=229

NAJBOLJ IZRAŽENI OVIRALNI DEJAVNIKI:

- Premalo hotelskih postelj – kar je pomembno za celoletnost
- Premalo kakovostnih nastanitev na PODEŽELJU
- Premalo gostinske ponudbe

RAZLIKE:

- Strokovna javnost slabše ocenjuje podjetniški interes za dodatno ponudbo
- Ponudniki nižje ocenili premalo sodelovanju na ravni Istre

n = 114

Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST



N=64

POGLEDI NA ZAVIRALNE DEJAVNIKE – ponudniki in strokovna javnost

Anketa 2: PONUDNIKI

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST

Koper kot luško mesto bo imel vedno težave pri uveljavitvi kot turistična destinacija. **Premalo je hotelskih kapacitet, neurejen je tranzitni promet** v Istro tako da bi se lahko marsikateri turist ustavil v mestu. Še nadgraditi kopališčne zmogljivosti na novi plaži med Smedelo in Žusterno ter urediti obalno cesto proti Izoli v riviero. Morda v prihodnosti privleči še kakšno podobno prireditev tipa Eurofest, ki za nekaj dni spremeni podobo mesta. Tudi za katero večjo športno prireditev se Koper lahko poteguje.

Brez rešitve prometne infrastrukture in ustrezne rešitve tranzitnega prometa tako v mestu kot na podeželju, bo še več slabe volje. Slovenska Istra postaja vse bolj prepoznavna in zanimiva butična destinacija, a brez ustrezne infrastrukture.

Močno izpostavljen problem PONUDBE (nastanitvena, gostinska), pa tudi temeljne infrastrukture (ceste, javni promet).

V odgovorih tekom ankete je zaznati različne poglede na razvoj mesto-podeželje:

- (A) Potrebno krepiti predvsem MESTO
- (B) Potrebno krepiti PODEŽELJE

(ki pa je jasno prepoznano kot konkurenčna prednost Kopra v odnosu do drugih obalnih destinacij)

Po mojem mnenju bi se morali vsaj do določene stopnje razvoja turizma osredotočiti na center, ki vsekakor še ni turistično razvit v zadostni meri, kljub temu, da ima odlične možnosti.

Občina stremi k razvoju klasične ponudbe ob obali in pozablja, da je njena prednost zaledje z identiteto.

POGLED NA TURIZEM V
MOK – VPRAŠANJA IZ
ZELENE SCHEME
SLOVENSKEGA TURIZMA



Koper je ZLATA SLOVENIA GREEN destinacija, s čemer se zavezuje k rednemu preverjanju odnosa prebivalcev do turizma. Spodnje trditve so vzete iz Zelene sheme slovenskega turizma - ankete za prebivalce).

NAJVIŠJE OCENJENI ELEMENTI – NAJVIŠJE STRINJANJE: NEGATIVNO

- Turizem povečuje prometne težave.
- Zaradi turizma so se povišale cene nepremičnin – izpostavljen vpliv turizma na stanovanjski trg.

POZITIVNO:

- Od turizma ima lokalna skupnost koristi (43 % se strinja in 15 % zelo strinja).



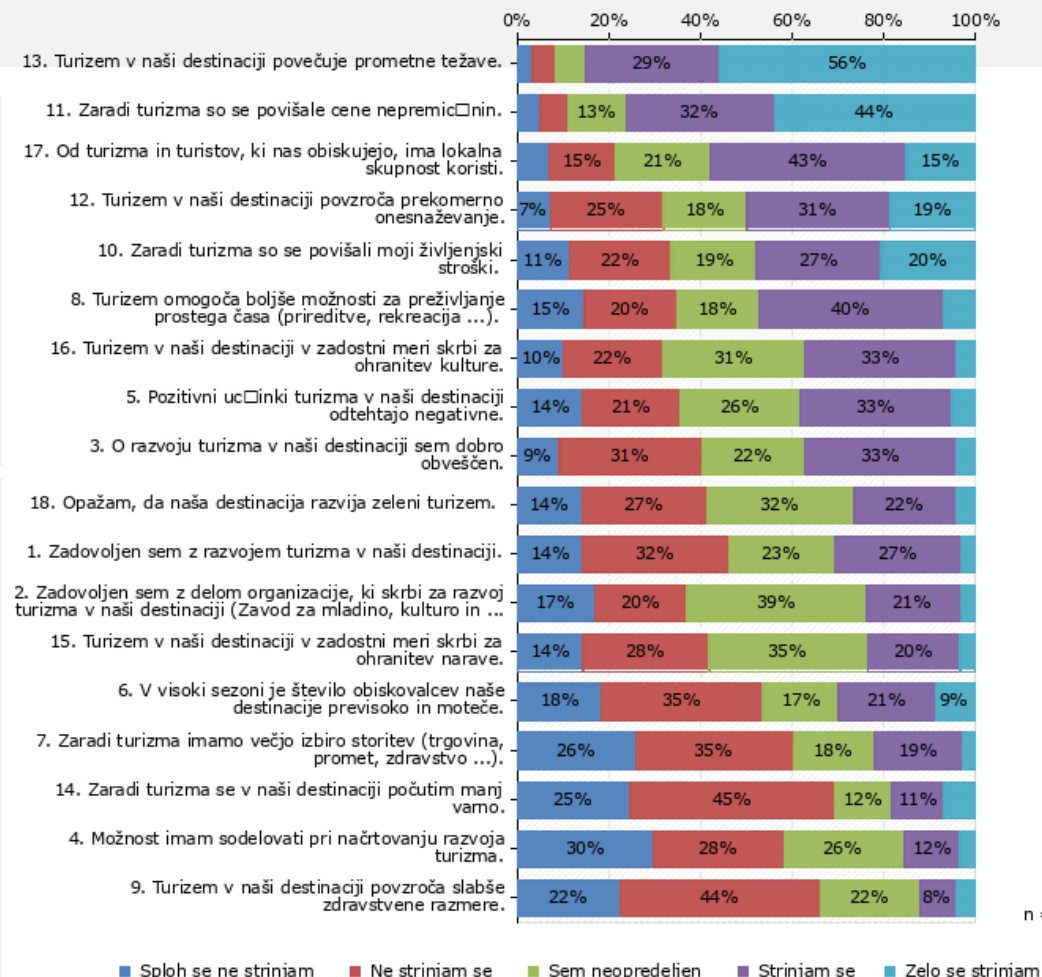
NI PROBLEMATIČNO – turizem nima negativnega vpliva na:

- Zdravstvene razmere.
- Vpliv na varnost.
- Ni še občutka o previsokem številu obiskovalcev (tako jih meni 20 %, ostali se ne strinjajo, da bi jih bilo preveč).

PROSTOR ZA IZBOLJŠAVE (!):

- Nizko so ocenili možnost sodelovana pri načrtovanju turizma (2,4)
- Kar 46 % sodelujočih ni zadovoljnih z razvojem turizma, 23 % je neopredeljenih.
- Visok delež (42 %) je tistih, ki se ne strinja, da turizem v zadostni meri skrbi za ohranitev narave.

Splošno zadovoljstvo z razvojem turizma ni visoko: 46 % ni zadovoljnih, le slaba tretjina je zadovoljnih (ostali neopredeljeni – ocena 2,7



POGLEDI NA TURIZEM – prebivalci

Ne vidim potrebe, da bi bil Koper nujno turistična lokacija. Lahko bi izpostavil kot univerzitetno in kulturno mesto (s kvalitetnim kulturnim programom, izrednimi muzeji, historičnim mestnim jedrom).

Na slovenski obali je že dovolj povsem turističnih lokacij, ki med poletno sezono pokajo po šivih, pozimi pa so mesta duhov. V takem mestu si ne želim živeti. Mesto mora biti v prvi vrsti namenjeno njegovim stalnim prebivalcem. Obiskovalci so seveda dobrodošli, vendar ne smemo dovoliti da bi zadoščanje njihovih potreb in zahtev krojilo obliko in vzdušje mesta.

Lepo bi bilo, da je 50% ljudi zaposlenih v Luki Koper, 50% pa v turizmu in kmetijstvu. To naj bo cilj. **Jaz bi takoj pustila službo, če bi mi turizem prinašal tak dohodek. Sem pripravljena delati na tem.**

”

Različni pogledi na turizem –

vendar pa jim je vseeno skupno to, da „TURIZEM DA“, **če je razvoj usmerjen in prinaša vrednost za lokalne prebivalce.**

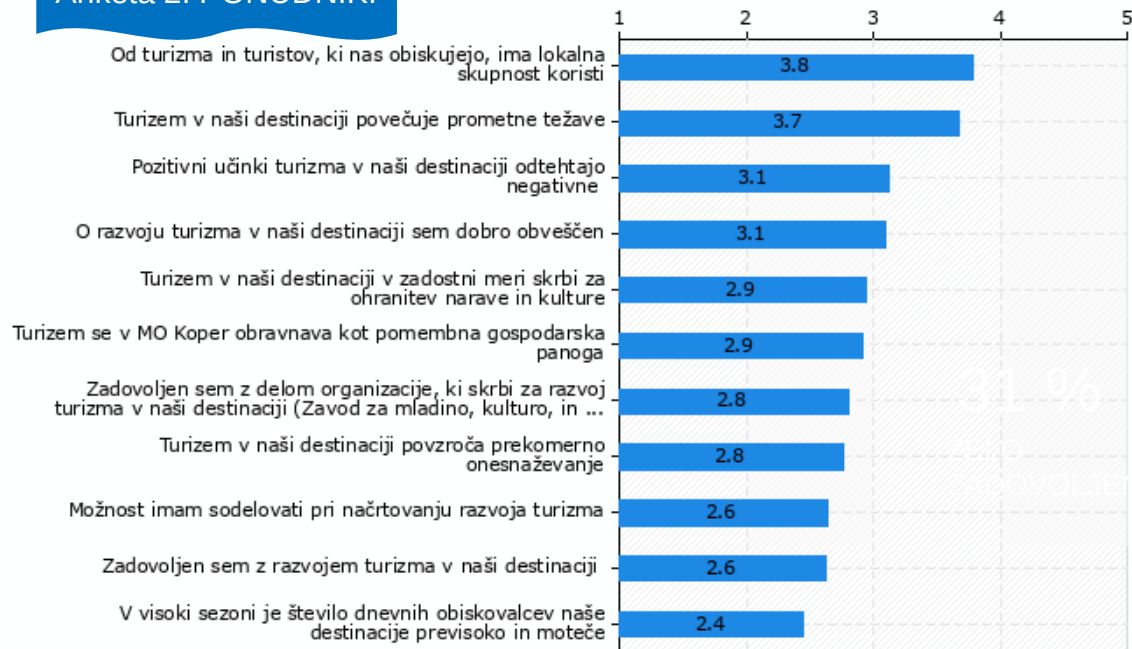
POGLED NA TURIZEM V MOK – ponudniki in strokovna javnost

Iz Zelene sheme slovenskega turizma - ankete za prebivalce smo vzeli nekaj vprašanj, ki so relevantne tudi za ponudnike in strokovno javnost

NAJVIŠJA OCENA:

- **Od turizma ima lokalna skupnost korist** (3,8 ponudniki oziroma 3,7 strokovna javnost) – kar je višje od ocene prebivalcev, ki so dali oceno 3,4.
- Enako kot prebivalci obe javnosti na prvi dve mesti umeščata trditev, **da turizem povečuje prometne težave (povprečje ponudnikov in strokovne javnosti je kar 4).**
- **Pozitivni učinki turizma prevladajo nad negativnimi** (povprečje obeh javnosti 3,2).

Anketa 2: PONUDNIKI



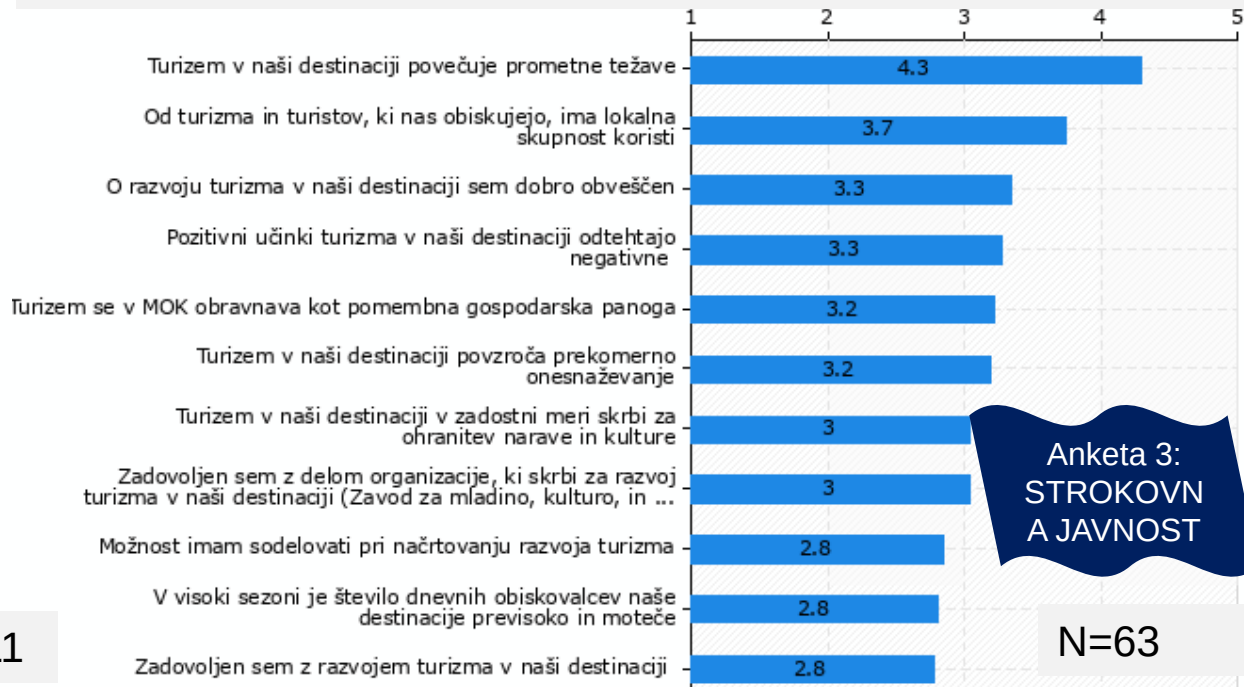
N=111

NAJNIŽJA OCENA – POTREBNE IZBOLJŠAVE:

- **Zadovoljstvo z razvojem turizma – povprečje zgolj 2,7 (!)**
- **Nizko ocenjujejo tudi možnost sodelovanja pri načrtovanju turizma.**
- **Nizka ocena 2,7 „Imam možnost sodelovati pri razvoju turizma“ nakazuje prostor za izboljšave.**

STRINJANJE:

- **Da še ni preveč obiskovalcev (tudi v visoki sezoni) – da število ni moteče.**



Anketa 3:
STROKOVNA
JAVNOST

N=63

2. SKLOP ANKETE



POGLED V PRIHODNOST –
KAJ ŽELIMO, RAZVOJNI
MODEL, RAZVOJNA VIZIJA

VIZIJA

VIZIJA

Kakšen KOPER
želimo
(prizma turizma,
vendar bolj razvojno
vpeta v širši okvir)

POZOR: ne kot kakšna DESTINACIJA želimo biti
prepoznavni na trgu.

An aerial photograph of a coastal area with a circular building and a magnifying glass focusing on the year 2030. The background shows a blue body of water, a sandy beach, and some greenery. A large white magnifying glass is superimposed over the image, with the year '2030' written inside its lens. The lens is focused on a circular building with a blue roof, which is situated on a small island or peninsula. The building has a distinctive design with a central tower and a circular base. The surrounding area includes a road, some trees, and a body of water. The overall scene suggests a vision or future plan for the location.

2030

VPRAŠANJE:

VIZIJA MO Koper skozi prizmo turizma

Prosimo vas, da na kratko opišete, kako vidite Mestno občino Koper leta 2030+, skozi prizmo turizma (a tudi kot prostor za kakovostno življenje). Zamislite si, kot da ste v prihodnosti in opisujete, kaj vidite, kakšen je Koper, kaj se je zgodilo, razvilo, spremenilo, kakšen je Koper kot turistična destinacija ...

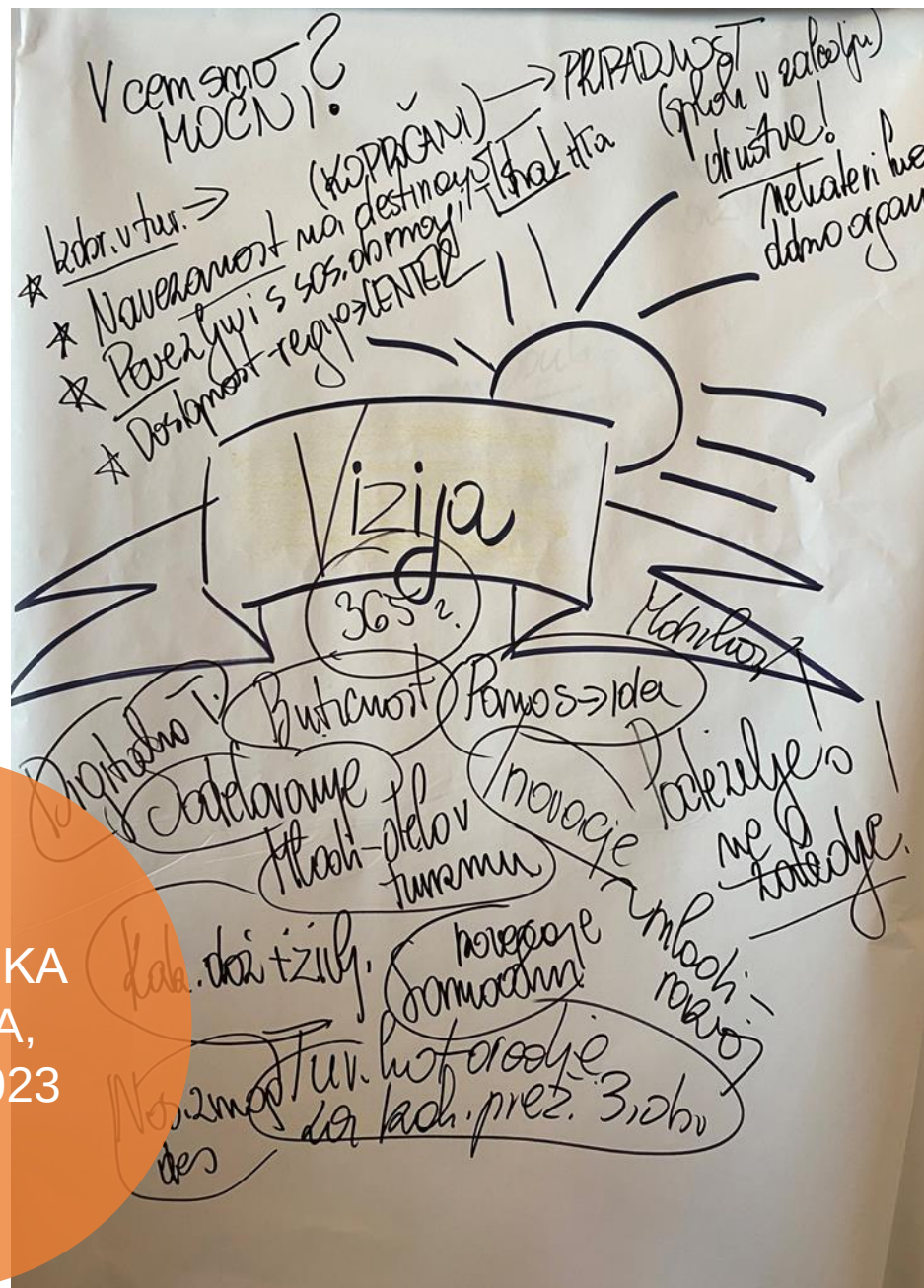
POJASNILO GLEDE SKLOPA VIZIJA MO KOPER SKOZI PRIZMO TURIZMA

- Najprej povzemamo ključne poudarke glede elementov vizije iz delovnega srečanja s Strateško skupino, sledijo tudi pogledi Fokusne skupine za turizem.
- Nato je podan izbor pogledov iz spletnih anket: (1) prebivalci, (2) ponudniki in (3) strokovna javnost. V spletnih anketah je bilo podanih zelo veliko (obširnih) pogledov, zato smo iz gradiva izbrali indikativen nabor konkretnih mnenj, pogledov oziroma predlogov – ki izpostavijo različne vidike, elemente in predloge, vezane na vizijo.
- Na koncu smo povzeli **KLJUČNE ELEMENTE VIZIJE**, ki izhajajo iz teh mnenj – največjo možno presečno množico – pogledi, ki so skupni, usklajeni, ki se ponavljajo oziroma prevladujejo. To je nato osnova za oblikovanje vizije.

1. Najprej izpostavite naše ključne KOMPETENCE – v čem smo močni?

- Izobraževalne institucije
- Navezanost na destinacijo
- Povezljivost s sosednjimi občinami oziroma drugimi območju (destinacijami/regijami)
- Geostrateška lega – dostopnost regije (center)
- Multikulturnost

STRATEŠKA
SKUPINA,
februar 2023

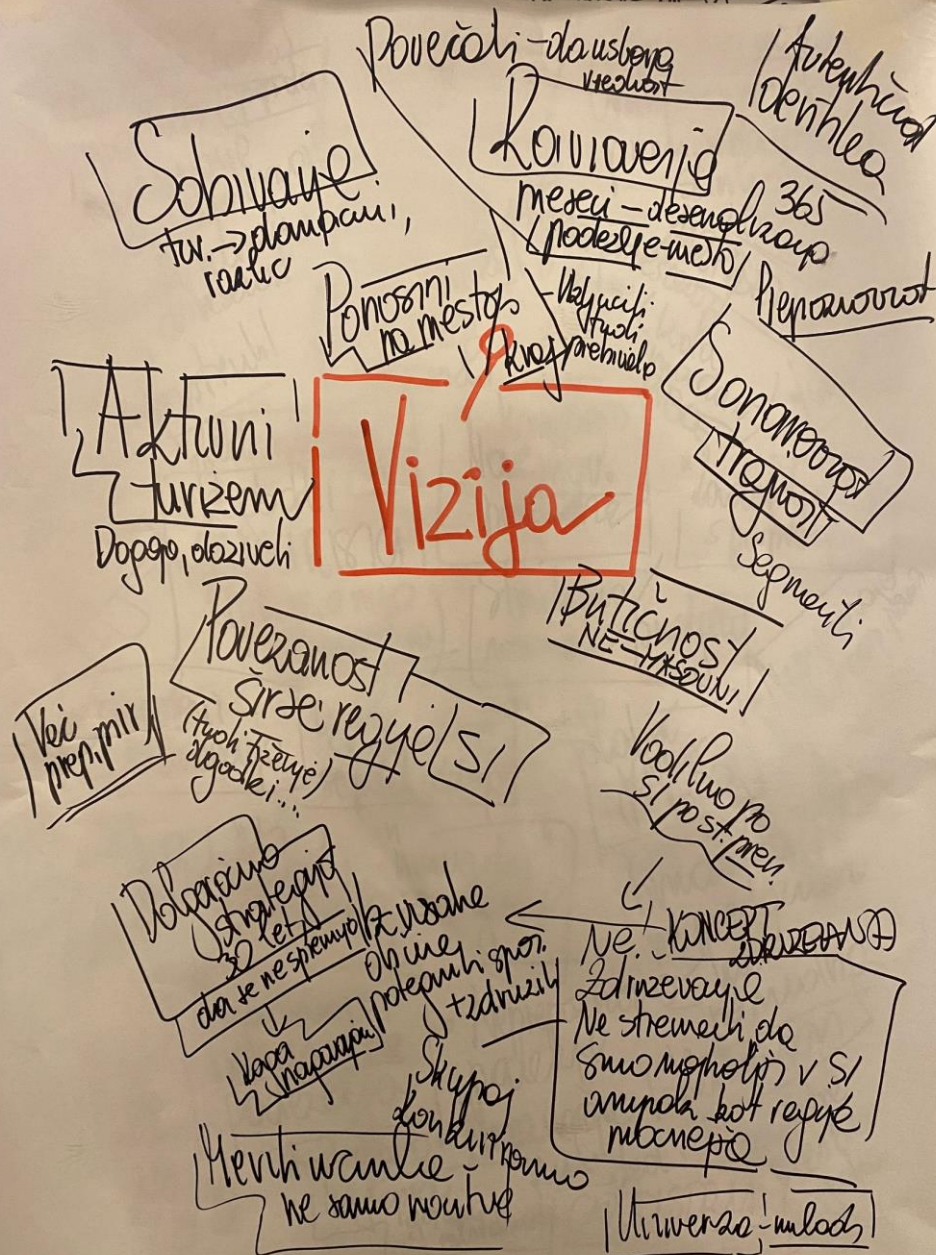


2. Opredelite ključne PREMIKE, PREBOJE POUDARKE – ki jih vidite v viziji/ciljih skozi prizmo turizma

- SODELOVANJE
- BUTIČNOST
- ZAPOSLOITEV V TURIZMU = MLADI PREPOZNAJO PRILOŽNOST
- KVALITETA DOŽIVETIJ in ŽIVLJENJA (za domačine)
- POVEČANJE SAMOOSKRBE
- Spodbujanje INOVACIJ V TURIZMU (spodbujanje tudi mladih, da se razvijajo)
- OHRANJATI PONOS IN SPOŠTOVANJE DO NAŠE IDENTITETE (istrska identiteta)
- Zaščita dediščine – ponos in spoštovanje dediščine
- Kadrovska okrepitev
- RAZMIŠLJATI TUDI O STAREJŠIH – turizem tudi orodje za kakovostno preživljanje tretjega življenjskega obdobja
- VKLJUČEVANJE DIGITALNE TRANSFORMACIJE V TURIZEM
- Spoštovanje NOSILNE ZMOGLJIVOSTI DESTINACIJE (iskanje ravnotežja med sposobnostjo in željami in pritiski na prostor, da ne bo šel razvoj v napačno smer)
- TURIZEM 365 dni
- Povečanje SAMOOSKRBE
- Trajnostna mobilnost
- Nadgradnja kulturnega turizma
- Izboljšano poznavanje Kopra in odgovorno ravnanje



KOPER
CAPODISTRIA



- Ciljni turizem; pridobiti pravega turista; jasen segment turizma; ciljno usmerjena gradnja prepoznavnosti
- Razvoj trajnostnega turizma; trajnost
- Celoletna destinacija; razpršenost obiska čez celo leto; izenačiti sezone
- Valorizacija kulturne identitete
- Prepoznavnost; prepoznavnost visikoper.si
- Avtentična; več avtentičnosti; avtentični turizem; identiteta
- Oživitev podeželja
- Več prepoznavnih prireditev
- Poslovni turizem, aktivni turizem, butična ponudba
- Dolgoročnost – (razvojna) dolgoročna strategija – 30 let
- Morje v ospredju
- Povezanost širše regije; skupno trženje Istre
- Več povezovanja med ponudniki
- Več povezanosti med mestom in podeželjem
- Razpršenost ciljnih segmentov in ciljnih skupin glede na mikro destinacijo
- Prepoznavnost Kopra kot atraktivne turistične destinacije
- Kvalitativno in kvantitativno spremljanje kazalnikov, ki niso le nočitve – novi kazalniki uspešnosti; meriti učinke, povečanje dodane vrednosti
- Povezanost mesto in podeželje

kompetence – ne konkurirati drug drugemu
Ponosni na mesto
Univerza – mladi

PONUĐNIKI
7. marec
2023

Usmerjen je v zmeren razvoj turizma, ki upošteva nosilno zmogljivost prostora ter varovanje narave in kulturne dediščine.

POGLED NA INFRASTRUKTURO – vizija/predlogi:

- Pristopilo se je k izboljšanju javnega potniškega prometa (bolj pogoste avtobusne povezave v notranjem in čezmejnem prometu, pristop k izgradnji tretjega železniškega tira), zato da bi turistom omogočili prihod/odhod na destinacijo z javnim prometom in ne več v tolikšni meri z osebnimi avtomobili.
- E-polnilnice, e-mobilnost, sistem sharing e-vozil.
- Preureditev "starega" tira Koper-Divača v kolesarsko pot.
- Še bolj zeleno mestno jedro.
- Urejena protipoplavna zaščita tako kar zadeva padavinske vode kot naraščanje gladine morja.
- Urejeno odvajanje in čiščenje odpadnih voda.
- Še učinkovitejše ločeno zbiranje odpadkov.
- Urejena vodooskrba.
- Trg Brolo in Ukmarjev trg brez avtomobilov (dostop samo za invalide) urejeno staro mestno jedro s kvalitetnimi kulturnimi dogodki.
- Veliko dreves in sence.
- Parkirne površine blizu centra pod zemljo. Sistem izposoje koles (e skiroji so v glavnem za mlajšo populacijo) do parkirišč p+r.
- Kolesarska pot ob reki Rižani in po obstoječem železniškem tiru do Kraškega roba - Podpeči.

Prijazno zgodovinsko mesto, ki ima ohranjene stoletne palače. Vse hiše vzdrževane in v njih mnogo mladih družin. Nove stavbe na porušenih temeljih, sezidati tako, da ohranijo istrsko arhitekturo. V kletih urejene trgovinice in ne apartmaje. Klime naprave postaviti nekam drugam i ne na ulice. Boljša povezanost mesta kopra s podeželjem. Ceste. Urejena celotna Bonifika, športni turizem in pokriti prostor za zabavo mladih. Upam, da kamionov ob cerkvi, vrtcu, pred bloki (Slavnikova garaža) ne bo tam. Na tem mestu narediti več manjših hotelov.

Upam, da bo Koper razvit v smeri predvsem za svoje občane in naše otroke kateri živijo na tem teritoriju, se le potem da bo prijeten za turiste in ostalo populacijo.

Koper zamišljam kot mesto, ki živi celo leto. Z veliko manjšimi lokali v mestnem jedru, ki bodo destinacijo obogatila. Lokalno prebivalstvo bo razumelo, da je Koper turistično mesto in ne bo zatirala mestnega jedra. Mestno jedro bo živelo tudi izven sezone, saj bomo tudi sami zajahali v mestno jedro - predlagam obisk v sosednji trst za vikend. V času sezone križark, vidim tudi več dogodkov, kjer bi turist lahko užival v lokalni kulinariki ali koncertov. V Kopru si želim videti urejeno cesto med Žusterno in Izolo. Med njimi tudi urejen "molet". Leta 2030 si predstavljam da bo tudi zaledje imelo svoje pristnost in bo gostom ponudila drugačno plat turizma. Vsekakor je potencial na naši strani, samo izkoristit ga je treba.

Koper vidim kot zeleno mesto z veliko možnosti za rekreacijo in sport.

Kopra in kopske občine sploh ne vidim kot samostojne turistične destinacije, temveč jo vidim izključno v povezavi z ostalimi tremi občinami slovenske Istre. Enako kot to velja za urbanistično zasnovo za celoto. Dokler tega ne bo, bomo zapravljali denar vsak za svoj vrtiček, ne da bi se poenotili okrog ene solidne in dragocene, pa čeprav majhne turistične destinacije, ki ji pravimo po novem slovenska Istra!

- ▶ **Koper 2030 vidim kot izredno zeleno destinacijo.**
- ▶ Ljudje se z lahkoto po mestu gibljejo s kolesi in električnimi vozili. Javni promet je prva izbira prebivalcev za prevoz v šolo ali službo.
- ▶ Plaže so znane po tem, da na njih ni najti cigaretnih ogorkov, saj je zavedanje o izredni škodljivosti cigaret, do okolja in zdravja ljudi, zelo visoko. Po zgledu Sardinije pa je odlaganje izdelkov za kajenje prepovedano.
- ▶ Tudi na terasah kavarn in restavracij ni moč vohati cigaretnega dima (po vzoru Španije).
- ▶ **Koper je s svojo dobro lego ob morju znan kot center vodnih športov (veslanje, kajak, deskanje ipd.), ki ima veliko svojih dobrih športnikov hkrati pa gosti tudi tuje športnike na pripravih.** Športna infrastruktura v mestu se je do leta 2030 izredno dobro razvila, **kar spodbuja zdravo življenje lokalnih prebivalcev in tudi obiskovalcev.**
- ▶ Lokacija je znana tudi kot izhodišče za številne kolesarske in pohodniške oz. trail poti. Mestno jedro Kopra je ponovno oživel.
- ▶ **Kulturna dediščina je primerno cenjena in tako tudi ohranjena in sedaj živi s prebivalci in turisti.** Propadajoče historične stavbe so bile rešene in restavrirane.
- ▶ **Mestno jedro je povsem ozelenjeno in s tem pripomore tudi k zaščiti pred visokimi temperaturami.**
- ▶ Gostinska ponudba je zelo raznolika in pestra, kot tudi kulturno dogajanje. Mesto je znano po številnih lokacijah ki ponujajo tako tradicionalne dogodke kot drugih, ki sledijo izredno modernim trendom. Muzeji so prostor raziskovalnega dela in turizma. Znani so po bogatih zbirkah, ki sedaj ne samevajo več v depojih, ampak razveseljujejo obiskovalce in navdihujejo mlade generacije.
- ▶ **Mesto živi tudi z univerzo, ki privablja ogromno mladih in izobraženih ljudi.**

Koper 2030+ je destinacija z uravnovešeno turistično ponudbo za vse starosti. Glasbeni program je prilagojen populacijam različnih starostnih struktur, kjer imamo prostor za glasbene festivale. Koncerti (Ceca, Halid, ipd.) se ne odvijajo več na pomolu, od kod donijo pozno v noč (do 2h) po starem mestnem jedru, Žusterna, Markovcu in Semedeli. Tudi gostje Grand hotela Koper, ki je medtem postal še bolj prepoznaven po odlični kulinariki in profesionalnega odnosa do gostov, lahko uživajo v sobah s pogledom na morje, za katere bi danes odšteli 200+ eur in niso primorani poslušati koncertov s pomola do dveh ponoči.

Makadamsko parkirišče ob parku-plaži v Žusterni ni več parkirišče, ampak imamo tam razširjeni park, medtem ko je zagotovljen brezplačni prevoz e-avtobusa do parka-plaže iz bližnjega parkirišča (npr. Pod mostom ob marjetici), po vzoru Fornače-Piran.

V starem mestnem jedru je več dobrih restavracij, zlasti ribjih.

Parkirišča ob mestnem jedru so prvo uro brezplačna, zato da spodbujamo oživljanje starega mestnega jedra in pomagamo ljudem, ki imajo tam dejavnosti (gostinski lokali, obrti, ipd.).

Po mestu je posajenih več dreves in imamo več urejenih mestnih parkov. Mesto je zelo zeleno, v parkih so klopce za posedanje (ne kot v parku na Muzejskem trgu, kjer je klopi premalo in tudi dreves bi lahko bilo več, če bi bil drugače zasnovan).

Prebivalci oddajajo sobe turistom, gostinci služijo s turisti.

V mestu ni več električnih skirojev in redarji skrbijo, da se na površinah, kjer se sprehajajo pešci z živalmi, ali vozički za otroke, ni drvečih kolesarjev, niti e-skirojev.

Mesto je varno, prijetno pešcem, starejši populaciji in mamicam z otroki, ki se ne počutijo več ogrožene na vsakem koraku, kolesarji pa se vozijo po svojih površinah, ki jih imajo že dovolj, medtem ko e-skirojev ni, ker je bil medtem tudi že sprejet zakon na nivoju države, ki jih prepoveduje (če jih že občinski odlok ne more).

Koper oz. Istra slovi kot destinacija po vinu, oljčnem olju, ribji kulinariki. Koper je tudi destinacija v kateri se odvijajo filmski in glasbeni festivali in seveda športne prireditve (prvenstva plezanja ob steni, tudi morda tekmovanja invalidov na Bonifika, teniški in drugi turnirji, preko katerih se mladino oziroma vgeneracije spodbuja k aktivnemu športnemu udejstvovanju.

V mestu je aktiven center za starostnike, po vzoru centra iz Ankarana, kjer se organizira aktivnosti za upokojence. **Ne pozabimo na demografijo in na starajočo se populacijo, tako da se mestno ponudbo in infrastrukturo prilagodi tudi zanje!**

V našem kraju ni več raznih enodnevnih maratonov, ki mesto zaprejo za več ur in za seboj pustijo kup odpadkov. **Urejan je seveda tudi obalni pas Koper-Izola, ki pa ima premišljene vsebine, ki našemu kraju doprinesejo športni in mediteranski pečat, za prijetno in aktivno druženje ob morju.** In ker na vsakem koraku radi povemo, **da smo trajnostno naravnani, in da si prizadevamo k ohranjanju narave, lahko iz morja mirno odstranimo razne plastične napihljive konstrukcije za igro otrok, ker na teh 42 km obale ne rabimo toliko plastike v morju.** Za otroke in njihovo skakanje se lahko v morju pusti t.i. Lesene splave, tako da bo tudi pogled iz plaž bolj morski (odprt horizont), namesto pogled na rumeno-zeleno plastično gmoto.

Na podeželju bi se redno odvijali razni manjši festivali in prireditve na temo Istre oz. Naših krajev, da se ohranja identiteto. Vzpostavljena bi bila tudi redna linijska morska povezava vseh štirih občin oz. Kopra s Trstom.

Brez masovnega turizma, križarke, trajnostni zeleni turizem na podeželju. Koper kot kulturna destinacija.

- ▶ **Prijazen domačinom, družinam, pa prijazen turistom.**
- ▶ Več otroških igrišč, raznolike možnosti za vadbo, več športnih igrišč, telovadnic v osnovnih šolah, ki bi jih domačini lahko najemali za popoldansko vadbo pozimi. Več otroških predstav, koncertov, športnih tekmovanj. Obnavljanje in skrb za čistočo na obstoječi športni infrastrukturi. Zagotavljanje zdravstvenih storitev na bolj dosegljivih lokacijah. Obnovitev cest na podeželju. Ustvarjanje varne poti za šolarje. Bolj prilagojene ure šolskih avtobusov (glede na trajanje pouka in čas za kosilo), podpiranje manjših razredov v šolah, manjših normativov otrok v vrtcih za kakovostno preživet čas ob manjšem številu otrok v oddelku.
- ▶ Več aktivnosti za starostnike. Tudi po krajevnih skupnostih. Več izobraževanj za vse starostne skupine.

Ni več križark. Ni avtomobilov na Trgu revolucije, Ukmarjevem trgu. Več dreves. Več klopc po mestu. Več lokalčkov na ulicah. Obisk in ogledi mesta v jeseni, spomladi..

Urejene stavbe v starem delu, potniški terminal za križarjenja, obnovljen hotel Žusterna in želela bi več stalnih prebivalcev v starem mestnem jedru.

Koper je postal prepoznaven v EU in v svetu kot del destinacije - enkratne blagovne znamke Istra s prepoznavnimi znaki: morje, kulinarika, zgodovinska kulturna dediščina, zelena narava, prijazni ljudje v navezi Koper-Izola-Piran. Turisti obiskujejo ta tri mesta za dolge počitnice: nad 10 dni! Prepričali smo jih, da ko obišejo Istro, enostavno morajo spoznati celotno slovensko Istro in ne le Piran. Pridobili smo višji cenovni razred turistov, ki pri nas kupujejo vse: hrano, pijačo, obiskujejo kulturne dogodke - uživajo tipično lokalno hrano in pijačo tako v mestu kot na podeželju v številnih restavracijah vseh tipov, predvsem pa mediteranske morske hrane. **Podeželje na celotni občini ponuja aktivno preživetje turistom: nastanitve, pohodniške poti, parkirišča urejena, kulturne in zgodovinske znamenitosti** so izpostavljene v številnih predstavah v vseh oblikah. **Uspeli smo povezati mesto in podeželje tako z dogodki, predstavami, kroženjem...**



- ▶ **Ponudba hotelskih nastanitev je raznolika, prihajajo športniki iz celega sveta na priprave čez celo leto.** Povezani smo z zdravstveno storitvijo, kineziologijo.
- ▶ Domačini koristimo dostop do morja v poletnih mesecih.
- ▶ Lokali po celem mestnem jedru koristijo javno površino, imajo raznoliko ponudbo celo leto.
- ▶ **Ulice so čiste, označbe trgovin so uniformirane,** po Kopru ni visečih električnih žic, zunanjih enot klim na fasadah, urejeno je tlakovanje, vrata in okna v starem mestnem jedru so lesena, trgovine in stare obrti delujejo po in na ulicah.
- ▶ Nobene novogradnje več v starem jedru. Ohranimo zgodovinske elemente in jih prezentiramo.
- ▶ **Po mestu so dostopne zelene površine,** kjer se občan in turist lahko v senci usedeta. Samo polovica stanovanj je namenjena študentom in turistom. V ostalih stavbah živijo tudi mlajše družine.
- ▶ **Turist se v Kopru namensko zaustavi in ga obiše vsaj 5 dni. Potniški pomorski terminal je zgrajen,** obvoznica proti hrvaški tudi. Poleg že bogatih dogodkov se v Kopru spontano dogaja "življenje". Domačini uporabljamo JPP in mesto razbremenimo pločevine. V starem mestnem jedru ni več nobenega avtomobila z izjemo dostave, urgence ipd.
- ▶ Parkovne površine so bolj cvetlično pisane čez celo leto.

Mestno jedro bi moralo biti samo peš cona, kot v večini starih mestnih jeder povsod v Italiji na primer. Urediti bi morali vse peš površine in predvsem poskrbeti za red in čistočo v vseh ulicah, tudi v tistih manj obljudenih. Več poudarka bi moralo biti na antične palače in njihovo ohranjenost. Vsa "modernizacija" bi morala biti "usklajena" z antično podobo mesta.

Destinacija za aktivni (na morju in v naravi, na podeželju) in športni turizem.

- ▶ **Prijazen domačinom, družinam, pa prijazen turistom.**
- ▶ Več otroških igrišč, raznolike možnosti za vadbo, več športnih igrišč, telovadnic v osnovnih šolah, ki bi jih domačini lahko najemali za popoldansko vadbo pozimi.

Koper bo leta 2030 destinacija, ki bo s podeželjem predstavljala bogato ponudbo aktivnosti. Ravno zaledje je tisto, ki daje aktivnemu turistu številne možnosti preživljanju prostega časa. Kolesarstvo, plezanje, pohodništvo, vodni športi, nautika, gastronomija, vinske kleti, degustacije in narava so glavni turistični produkt, ki gosta zadržijo nekaj dni v naših koncih.

Urejene stavbe v starem delu, potniški terminal za križarjenja, obnovljen hotel Žusterna in želela bi več stalnih prebivalcev v starem mestnem jedru.

Koper je še naprej tako zelo čisto mesto kot sedaj. Veliko je senčnih koticov/vrtov s pristnimi istrskimi gostilnami, kjer ponujajo istrske jedi, vina in glasbo. Cene niso turistične. Kidričeva ulica, Čevljarska ulica, Vojkovo nabrežje, Prešernov trg, Titov trg so polni ljudi, ki obiskujejo različne trgovine in lokale. Odstranjeni so "otočki" s cvetjem, ki so razpršeni po celem Kopru in kljub cvetju kazijo/kičijo izgled. Več križark. Otroci, ki se brezskrbno igrajo v parkih z nestandardnimi igrali (lesenimi) in kar na ulicah. Starostniki, ki sedijo ob morju in jih ne motijo kolesarji, skuteristi, skiroisti. Ribiči, ki na pomolu prodajajo ribe. In mir, nič hitenja in vsaj tri punkte za druženje mladih. In brez psihoze, do kdaj imam plačano parkirnino. Po 18.00 brezplačna parkirnina.

- ▶ **Ponudba hotelskih nastanitev je raznolika, prihajajo športniki iz celega sveta na priprave čez celo leto.** Povezani smo z zdravstveno storitvijo, kineziologijo.
- ▶ Domačini koristimo dostop do morja v poletnih mesecih.
- ▶ Lokali po celem mestnem jedru koristijo javno površino, imajo raznoliko ponudbo celo leto.
- ▶ **Ulice so čiste, označbe trgovin so uniformirane,** po Kopru ni visečih električnih žic, zunanjih enot klim na fasadah, urejeno je tlakovanje, vrata in okna v starem mestnem jedru so lesena, trgovine in stare obrti delujejo po in na ulicah.
- ▶ Nobene novogradnje več v starem jedru. Ohranimo zgodovinske elemente in jih prezentiramo.
- ▶ **Po mestu so dostopne zelene površine,** kjer se občan in turist lahko v senci usedeta. Samo polovica stanovanj je namenjena študentom in turistom. V ostalih stavbah živijo tudi mlajše družine.
- ▶ **Turist se v Kopru namensko zaustavi in ga obišče vsaj 5 dni. Potniški pomorski terminal je zgrajen,** obvoznica proti hrvaški tudi. Poleg že bogatih dogodkov se v Kopru spontano dogaja "življenje". Domačini uporabljamo JPP in mesto razbremenimo pločevine. V starem mestnem jedru ni več nobenega avtomobila z izjemo dostave, urgence ipd.
- ▶ Parkovne površine so bolj cvetlično pisane čez celo leto.

Mestno jedro bi moralo biti samo peš cona, kot v večini starih mestnih jeder povsod v Italiji na primer. Urediti bi morali vse peš površine in predvsem poskrbeti za red in čistočo v vseh ulicah, tudi v tistih manj obljudenih. Več poudarka bi moralo biti na antične palače in njihovo ohranjenost. Vsa "modernizacija" bi morala biti "usklajena" z antično podobo mesta.

POGLEDI NA TURIZEM – strokovna javnost

Aktivna - enogastro - kulturno - zgodovinsko - prireditvena destinacija ambiciozna - aktivna Capodistria.

Koper vidim kot aktivno mediteransko destinacijo, ki se uspešno povezuje regijsko in tudi čezmejno. Odlično sodeluje tudi z STO-jem in učinkovito izkorišča svojo geostrateško pozicijo. **Poudarek na destinaciji je predvsem kakovostno in aktivno preživljanje prostega časa, prijazni domačini, trajnostna usmeritev in pristna lokalna gastronomska ponudba.**

Vse zadeve temeljijo na kakovosti, regijskem povezovanju in pogumu. Pri snovanju novih zgodbe smo drzni in dosežemo preboj na temu področju. Kot destinacija imamo svoj karakter in svojo identiteto, ponudniki nas spoštujejo in prihajajo s pobudami, želijo si sodelovati z nami. **Koper je prijazen tudi do lokalnih prebivalcev in se zaveda njihovega pomena za pristno izkušnjo na destinaciji. Gradimo pozitivno skupnost v kateri se vsi počutimo aktivni so-oustvarjalci našega prostora in omogočamo dobre priložnosti za mlajše generacije.**

Vzpostavljena je redna železniška povezava z Ljubljano, kar razbremeni primorsko avtocesto ter vpadnice v Koper. Zaledje Kopra je lažje dosegljivo z javnim prevozom, kar omogoča lažji obisk turistom, prav tako pa olajša prihod na delo domačinom. Prihod križark je omejen.

Turistično dobro razvito podeželje (ceste, visoko kakovostni ponudniki hrane in prenočitve), povezano z mestom preko turističnih produktov in povezav javnega prevoza, ki obratuje celo leto (primer hrvaška Istra). V mestu obstaja več hotelskih nastanitvenih kapacitet, ki omogočajo priprave športnikom v izvensezonskih mesecih (primer Umag).

Anketa 3:
STROKOVNA
JAVNOST

- ▶ Mesto se je razvilo v še bolj zelen in trajnosten kraj. Javni promet se je močno izboljšal in postal glavni način transporta prebivalcev in turistov, saj je kakovosten, hiter in lokacijsko ter časovno dostopen.
- ▶ Stanovanja so bolj dostopna in cenovno ugodnejša.
- ▶ Univerza se je razširila in še izboljšala in privabi več študentov. Po zaključenem študiju imajo študentje veliko možnosti za razvoj kariere v mesto in se odločajo ostati.
- ▶ Visoka poletna sezona je bolj trajnostna in manj masivna.
- ▶ Problem Badaševice se je uredil. Pripravljeni smo na morebitne suše čez poletje in ne zapravljamo vodo, če to ni potrebno.
- ▶ Vsi projekti so v skladu s trajnostjo in upoštevajo problem globalnega segrevanja. Še več dreves.

Ceste so urejene in speljana je obvoznica za vse mimoidoče turiste. Promet za luko Koper je tudi urejen mimo glavnih poti za prebivalce in turiste. Kolesarske poti so urejene, več je parkirišč za avtodome. Urejena je plaža Koper - Izola. Z novimi privlačnimi vsebinami. Več je visokokvalitetne enogastronomske ponudbe v samem mestnem jedru in na podeželju. Več je ponudbe domačih, lokalnih proizvodov in več je informacijskih točk za turiste. **Več je sodelovanja med nami vsemi z jasno vizijo.**

Koper naj se razvija najprej za potrebe domačinov in s tem bo naredila najboljši temelj za kakovosten turizem in to naj dela načrtno in legalno. Za množični turizem nimamo prostorskih in cestnih pa tudi ne realnih možnosti saj moramo sobivati in razvijati tudi gospodarstvo, saj smo center regije. Morali bi spodbujati povečevanje prenočitvenih kapacitet ter razvijati športni turizem za kar imamo naravne danosti.

Drzna in bogata kulturno - prireditvena in športna destinacija.

Koper (Istra) je zelena in aktivna destinacija, ki omogoča gostu, ki spoštuje in potrebuje "koktel" med naravnimi danosti (zeledje, morje) in lagodnim mestnim življenjem. Nastanitve, tako manjše, kot večje so sodobne in zadovoljijo potrebe gosta. S ciljanjem na različne starostne in interesne skupine je Koper dosegel celoleten turizem. Z zelenim integralnim transportom je dosegel povezovanje z ostalimi regijami in vsak dan drugačno doživetje (odprto morje, termična jama, visoke gore,...).

Koper postane center (kot je bil včasih = capo d'Istria) slovenske Istre. Skozi vse leto so načrtovani raznoliki dogodki: sejmi, festivali, kulturne, gastronomske in športne prireditve. Občasno tudi za maso (Koprška noč, novoletno praznovanje - z novim konceptom). Tudi ponuja dnevne in tedenske pakete aktivnosti za turiste. Med mestom in zaledjem obstaja dnevno več povezav javnega prevoza. Za tedenske obiskovalce so se vedno na voljo parkirišča po zmerni ceni. Na koprskih plažah (mestni in v Žusterni) je dobra ponudba manjših gostinskih lokalov in center vodnih športov.

Koper do l. 2030 ponuja veliko dodatnih storitev na podeželju, kulinaričnih dogodkov mednarodnih razsežnosti, wellness turizem z elementi narave, trajnostnega razvoja, gozdne kopeli, meditacije, "back to the nature". Mogoče več kvalitetnih glampingov v naravi. Center z vsakodnevnim živahnim utripom, večernim dogajanjem v z raznimi barčki ob obali, glasna v živo, mednarodne razstave, srečanja, dogodki. Žusterna kot družinska destinacija s prenovljenim hotelom ter en velik vodni park po vzoru hrvaške.

- ▶ Butična destinacija, ki združuje aktivnosti/dogajanje širšega okolja (Istra, Kras), usmerjena v trajnostni (domača kulinarika, oljke, vino,...) In športni vidik (kolesarjenje, izleti, pohodi). Oba vidika dodajata "domačnost" in pa povezujeta zaledje...lep primer so Marezige. Masovni turizem je/bo vedno bolj v zatonu, ker ljudje iščejo mir in sprostitve, in to vsekakor ni hotel s 500 sobami, ter se vračajo nazaj k/v naravo. **Sami smo omejeni (prostorsko - velikost, morska obala) zato se moramo povezovati, predvsem proti Istri in proti zamejskemu delu Italije.**
- ▶ Delati je potrebno predvsem na vsebini (to je težje) in ne samo na nastanitvenih kapacitetah (to je lažje).
- ▶ Športni turizem je tudi ena od opcij za zimsko sezono/zimske priprave, ker toliko možnosti kot jih ponuja Koper ne ponuja prav veliko destinacij (tenis, odbojka na mivki, nogomet, dvorana, bazen, plezanje, atletika,...).
- ▶ Tudi lokalno podnebje nam gre v tem pogledu na roko.
- ▶ Torej vprašati se je potrebno: zakaj bi prišel v Koper? Kaj bom delal v Kopru 5-7 dni? Ko greš npr. V Toscano, v kranjsko goro ali v Egipt je odgovor bolj jasn, če prideš v Koper trenutno ni (dovolj) jasnega odgovora. **Skratka menim, da je preveč "vsega po malem" brez dolgoročnega koncepta. V vse smeri se ne moremo razvijati in niti vsega imeti, potrebna je odločitev glede željenega scenarija, kot ste nenazadnje že sami zastavili vprašanje.**

Koper, slovensko pristanišče in turistična destinacija, ki:

- ▶ zagotavlja sobivanje lokalnega prebivalstva in turistov,
- ▶ ima razpršeno turistično ponudbo v starem mestnem jedru in zunaj njega,
- ▶ sledi načelu trajnosti in urejenosti,
- ▶ poudarja, da je destinacija varna in ohranja kulturno dediščino kraja in širšega obalnega pasu,
- ▶ ohranja in poudarja koncept butičnosti,
- ▶ povezuje mesto in podeželje,
- ▶ ponudniki nastanitvenih kapacitet aktivno sodelujejo pri ponudbi in razvoju kraja in jim mestna občina Koper/zavod za turizem nudi vse potrebne in pravočasno informacije o dogajanju v Kopru in dogodkih za eno leto v naprej,
- ▶ ima urejeno hitro logistično povezavo med obalnimi mesti,
- ▶ nudi domačinom in turistom "vodni avtobus" med obalnimi mesti.

POGLEDI NA TURIZEM – ponudniki

Anketa 2: PONUDNIKI

Upam, da bo Koper leta 2030 zeleno mesto z veliko drevesi in ostalimi zelenimi površinami, ki bodo v vročih dneh hladile mesto. Poleg tega naj bi imeli urejene kolesarske in peš poti tudi po vsem zaledju, javni prevoz v zaledju pa tak, da se ne bomo v mesto več vozili vsak s svojim avtomobilom.

Če se osredotočim na naš kraj (območje kraškega roba), bi rad bral članke:

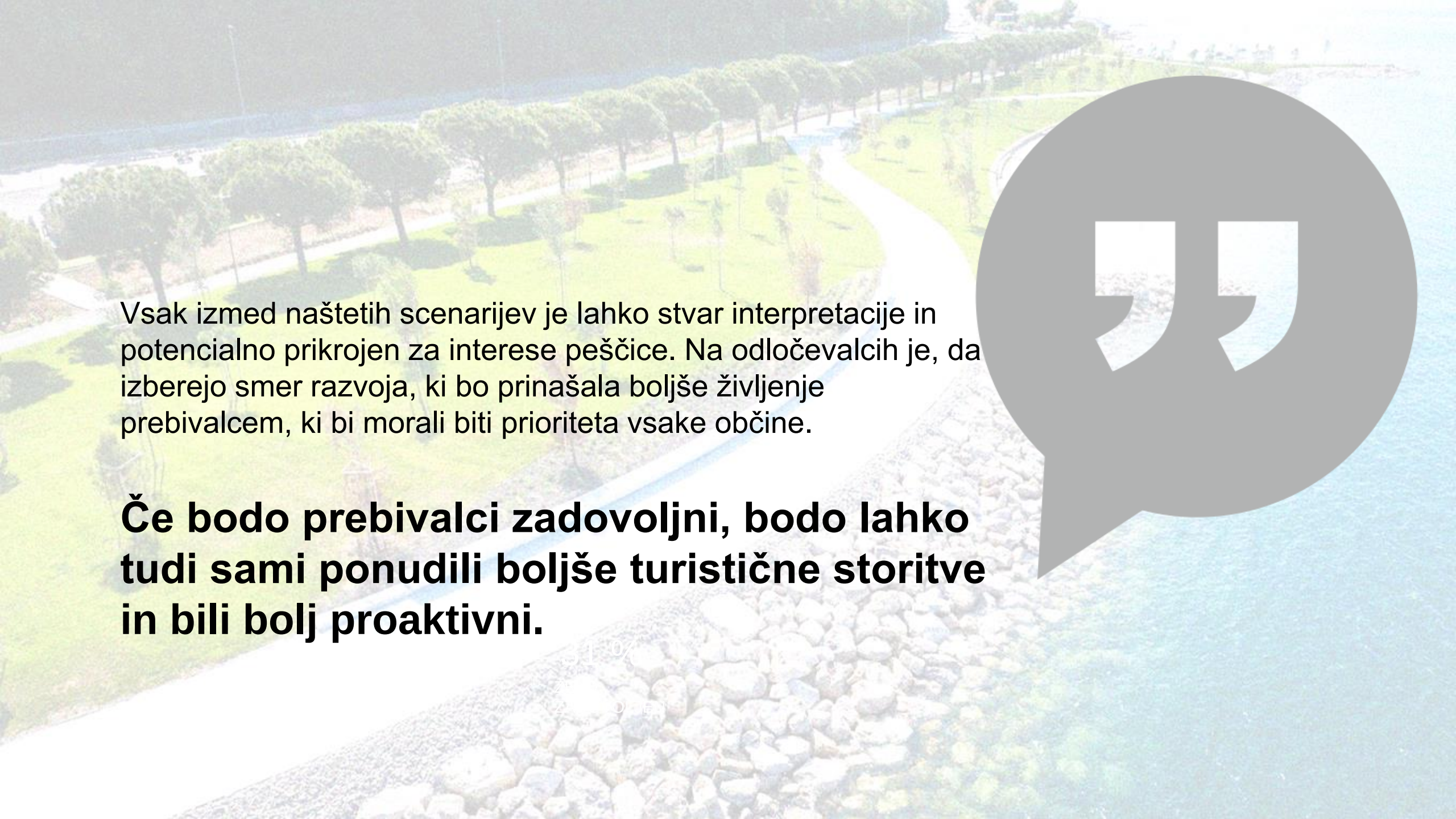
Odlično izkoriščena priložnost nadaljevanje pohodniške poti Alpe Adria Trail iz Trsta se pot nadaljuje v dveh smeri, ena prek Ankarana, druga prek doline, Ospa, Kraškega roba, Slavnika, Kojnika, Žbevnice, Učke do Rijeke oz. Opatije... - Koper se je končno prebudil, povezuje zelen turizem Italije in Hrvaške.

Koper do l. 2030 ponuja veliko dodatnih storitev kot družinska destinacija s prenovljenim hotelom ter en velik vodni park po vzoru hrvaške.

Čudi me, da anketa sploh ne upošteva/predvideva temeljno opredelitev Kopra kot kulturne destinacije. Mesto z unikatno zgodovino, beneško arhitekturo in historičnim jedrom je edinstveno v Sloveniji, njegov **večkulturni sredozemski značaj pa zagotovo zanimiv za goste.** Kakovostna kulturna in umetniška ponudba je tisto, kar bi Koper razlikovalo od podobnih, uniformiranih destinacij. Trume zbeganih gostov s križark, ki v centru lahko izbirajo med cenenimi kitajskimi artikli, fast foodom, zaprtimi lokali in počečkanimi fasadami, niso podoba mesta, ki bi si jo želela v prihodnosti. **Mestu življenje in ton dajejo predvsem njegovi prebivalci: če so ti zadovoljni, bodo to vzdušje začutili tudi gostje.** Sprejeti bi veljalo pravilnike o zunanji podobi ulic (klima naprave!), ustrezni grafični podobi izveskov in diskretnih tabel z zgodovinskimi podatki na kulturnih spomenikih in urbane opreme nasploh. Prav tako je potrebno sprejeti standarde in nadzor za sobodajalce, ki jih večinoma žene želja po zaslužku, o mestu in njegovi vrednosti pa žal ne vedo kaj dosti. Ko in če bo sprejet konsenz o tem, kaj sploh hočemo, bo lažje oblikovati strategijo turizma. **Želim si, da Koper postane droben mediteranski biser, kjer živijo omikani in gostoljubni domačini, ki se zavedajo dragocenosti prostora, v katerem živijo in so zato lahko tudi ponosni, prisrčni in kultivirani gostitelji.**

Koper, slovensko pristanišče in turistična destinacija, ki:

- ▶ zagotavlja sobivanje lokalnega prebivalstva in turistov,
- ▶ ima Koper/zavod za turizem nudi vse potrebne in pravočasno informacije o dogajanju v Kopru in dogodkih za eno leto v naprej,
- ▶ ima urejeno hitro logistično povezavo med obalnimi mesti,
- ▶ nudi domačinom in turistom "vodni avtobus" med obalnimi mesti.

An aerial photograph of a park with a winding path, green grass, and a row of trees. In the foreground, there is a stone wall and a body of water. A large grey speech bubble with white quotation marks is on the right side of the image.

Vsak izmed naštetih scenarijev je lahko stvar interpretacije in potencialno prikrojen za interese peščice. Na odločevalcih je, da izberejo smer razvoja, ki bo prinašala boljše življenje prebivalcem, ki bi morali biti prioriteta vsake občine.

Če bodo prebivalci zadovoljni, bodo lahko tudi sami ponudili boljše turistične storitve in bili bolj proaktivni.

ELEMENTI VIZIJE – kateri elementi so bili izpostavljeni v spletni anketi (prebivalci in ponudniki)

UREJENO MESTO

(prenovljeni objekti kulturne dediščine, urejene fasade, urejeni in programsko osmišljeni trgi, enotni označevalni izveski, enotna urbana oprema ...)

ŽIVAHNO MESTO

(kakovostna gostinska ponudba, bogate in kakovostne kulturne prireditve, manjše trgovinice, dostopnost lokalnih pridelkov in lokalne ponudbe v mestnem jedru ...)

SKUPNA (ENA) povezana DESTINACIJA KOPER-PODEŽELJE,

ki vsaka ponudi najboljše
(živahno zgodovinsko obmorsko mesto in zeleno podeželje s pristnimi istrskimi okusi)

BUTIČNO ZELENO PODEŽELJE,

z manjšimi nastanitvami in urejenimi vaškimi jedri, prijazno za življenje in prijetno za obisk

MESTO BREZ AVTOMOBILOV

(umik avtomobilov s trgov, zaprtje za promet)

MESTO PRIJAZNO DO DOMAČINOV,

mesto, na katerega so domačini **ponosni – in ki ga radi obiskujejo**

Z JAVNIM PREVOZOM DOBRO POVEZANO

(mesto- priemstje in podeželje)

UREJENA TEMELJNA INFRASTRUKTURA na podeželju

(ceste, kanalizacija, čistine naprave, širokopasovni promet)

Z urejenimi in dobro vzdrževanimi **POHODNIŠKIMI in KOLESARSKIMI** potmi prepredeno podeželje

OZELENJENO MESTO

(veliko dreves, senca, pitniki, pripravljeno na podnebne spremembe)

Mesto, ki zna pripovedovati in pokazati svojo **KULTURO in IZJEMNO ZGODOVINO**

PROGRAMSKO-PRODUKTNO POVEZANO mesto-podeželje

PODEŽELJE, kjer ima pri razvoju besedo **LOKALNA SKUPNOST**

OBLIKOVALI SMO 3 MOŽNE RAZVOJNE SCENARIJE,

ki nakazujejo krovni razvojni princip in odnos do turizma in strokovne javnosti vprašali, kateri je pravi

SCENARIJ 1

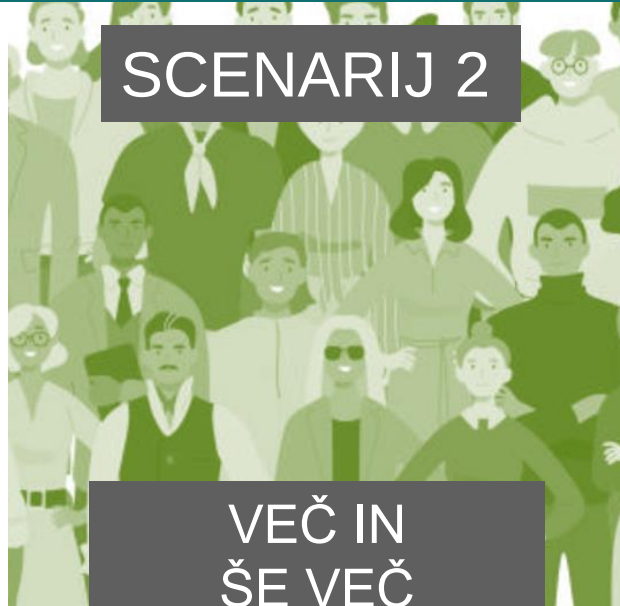
BUSINESS AS USUAL

BREZ
SPREMEMB
,Nadaljevanje‘

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

► Gre za počasen, zelo postopen, a varen model razvoja z naravno rastjo brez načrtnega pospeševanja turistične dejavnosti.

SCENARIJ 2



VEČ IN
ŠE VEČ
,Množično‘

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

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

SCENARIJ 3



NEKAJ VEČ IN
VELIKO BOLJE
,Uravnoteženo‘

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

► Gre za krepitev kakovosti, celoletnosti, lokalne ponudbe, dodane vrednosti in ravnovesja med mestom in podeželjem.

RAZVOJNI SCENARIJ – ponudniki in strokovna javnost

Oblikovali smo 3 možne razvojne scenarije turizma v MOK v prihodnje – med njimi izberite tistega, za katerega menite, da je pravi za Koper.

- **Kar 86 % vprašanih je izbralo scenarij 3: MALO VEČ IN VELIKO BOLJE**
- 5 % se je odločilo za SCENARIJ 2 (VEČ IN ŠE VEČ – MNOŽIČNO)
- 3 % pa SCENARIJ 1 (BREZ SPREMEMB)

Mesto Koper z dobro ohranjenim historičnim jedrom in podeželje bi se morala zapeljati vsak po svoje. Tudi ukrepi za njuno spodbujanje so povsem različni. Tlačenje v isto posodo škodi obema in potencialom razvoja turizma nasploh in pozicioniranje je neprepoznavno. Če bi se odločevalci vendarle sprijaznili s tem, da Koper ni obmorska destinacija tipa 3S po vzoru sosednjega Pirana.

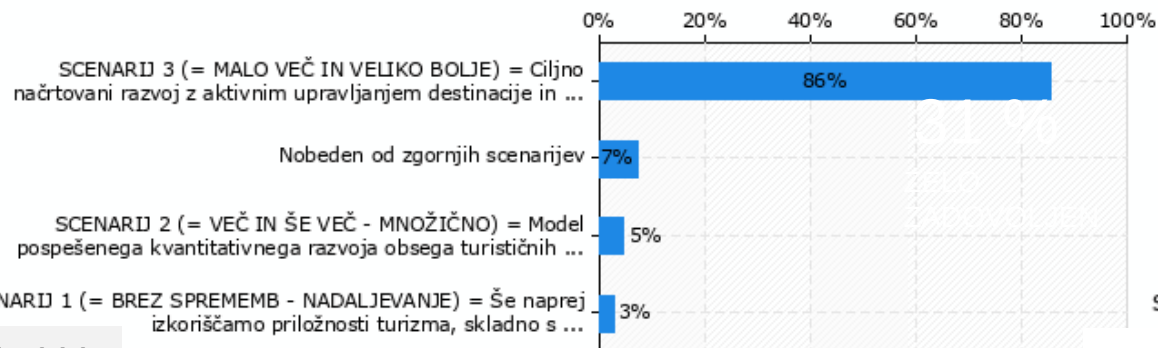
Nobeden ni realen. Izbrala bi kombinacijo med osnova 1 in vizija oziroma strategija za 3.

Opcija „NOBEDEN OD SCENARIJEV“ je bila izbrana v 7 oziroma 5 %, a ni bilo podanega videnja, kateri bi bil pravi. Iz podanih komentarjev smo vključili vse, ki se dotikajo pogleda na prihodnji razvoj – glej tudi naslednjo stran.



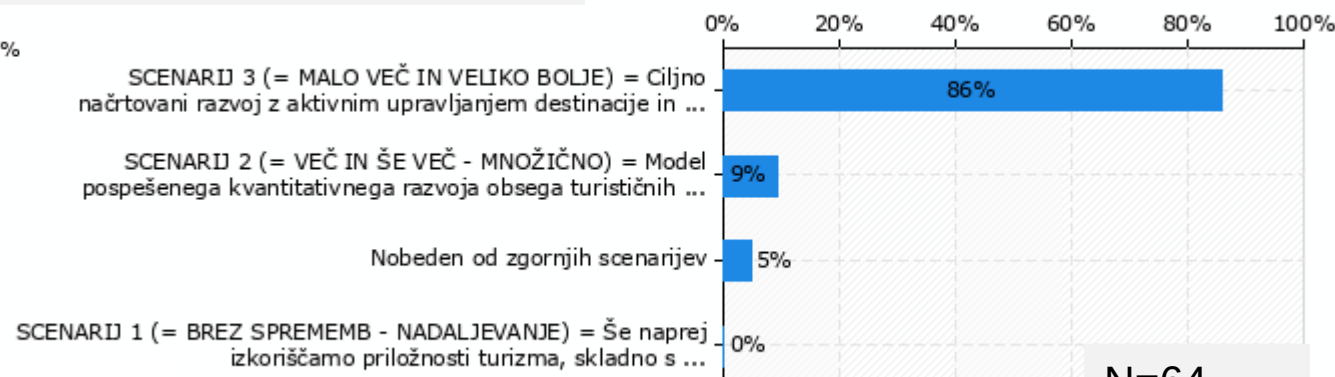
- Prav tako **86 % vprašanih je izbralo SCENARIJ 3: MALO VEČ IN VELIKO BOLJE**
- Nekoliko več kot pri ponudnikih (9 %) se je odločilo za SCENARIJ 2 (VEČ IN ŠE VEČ – MNOŽIČNO)
- Nihče ni izbral SCENARIJ 1 (BREZ SPREMEMB)

Anketa 2: PONUDNIKI



N=111

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST



N=64

IZBRAN RAZVOJNI SCENARIJ

SCENARIJ 1

BUSINESS AS USUAL

BREZ
SPREMENB
,Nadaljevanje'

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

► Gre za počasen, zelo postopen, a varen model razvoja z naravno rastjo brez načrtnega pospeševanja turistične dejavnosti.

NEKAJ VEČ IN VELIKO BOLJE

Uravnoteženost med
kakovostjo bivanja in obiskom
Trajnost

Dvig kakovosti
Celoletnost

Turizem kot perspektiva za
podeželje, mlade, delo doma
in dvig vrednosti lokalnim
pridelkom

število obiskovalcev kot posledice
zunanjih tržnih dejavnikov.

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

SCENARIJ 3

NEKAJ VEČ IN
VELIKO BOLJE
,Uravnoteženo'

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

► Gre za krepitev kakovosti,
celoletnosti, lokalne ponudbe,
dodane vrednosti in ravnovesja
med mestom in podeželjem.

Celoletni in uravnotežen zeleni

butični turizem,

ki krepi

visoko kakovost bivanja,
vrednost lokalnih pridelkov,
priložnosti za delo doma

ter

močno istrsko identiteto

*živahnega obmorskega zgodovinskega
mesta Koper*

in pristnega podeželja.

DELOVNI
NASTAVEK,
NA OSNOVI
izpostavljenih
elementov

2030+

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

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

CELOLETNI in URAVNOTEŽEN

ZELENI BUTIČNI turizem, ki krepi

Zaradi prijazne mediteranske klime in kakovostne športne infrastrukture ima Koper odlične možnosti bolj uravnotežiti sezone (okrepiti pomlad, jesen in zimo), prav tako mora bolje upravljati poletno sezono, za večjo vrednost, boljše izkušnjo ter manjši pritisk na obalni pas in naravo.

Trajnostni in odgovoren turizem, ki deluje v smeri podnebne nevtralnosti. Ponudbo uspešno prilagajamo na podnebne spremembe in z ukrepi blažimo njihov vpliv.

Zakaj razvijamo turizem? Kakšen turizem? Turizem, ki:
(1) V ospredje postavlja prebivalce in kakovost življenja (vsa infrastruktura ter oživljanje mesta in podeželja je temeljno namenjeno za prebivalce)
(2) Krepi vrednost lokalnih pridelkov, ki jih prodajamo doma, kmetijstvo pa tako pozicioniramo kot pomembno perspektivo
(3) Ustvarja kakovostna, kreativna in stabilna delovna mesta doma – na podeželju, v mestu, za mlade.

- visoko kakovost bivanja,
- vrednost lokalnih pridelkov,
- delovna mesta doma

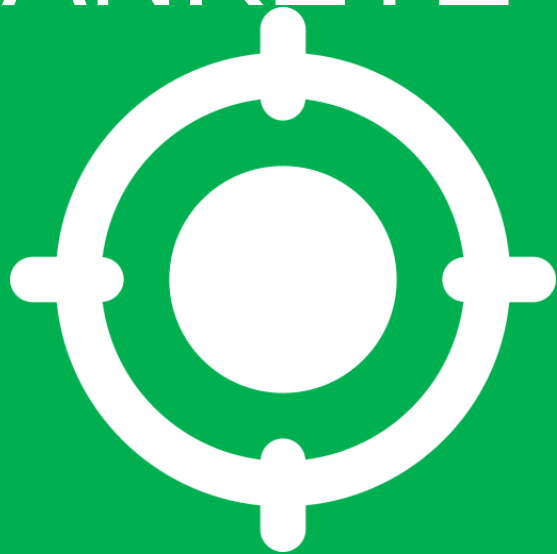
Koper ne razumemo kot destinacije, temveč v prvi vrsti kot prostor, kjer Koprčani radi in kakovostno živimo. Prizadevamo si za uravnotežen turizem – prijazno in dolgoročno vzdržno ravnovesje med kakovostjo bivanja in obiskom. Med mestom in podeželjem. Strinjamo se, da ne želimo množičnega turizma, Temveč predvsem **MALO VEČ IN VELIKO BOLJE.**

Kako razumemo BUTIČNOST? Predvsem kot zavezo k višji oziroma visoki kakovosti. Butičen ne pomeni ekskluziven, ampak jasno zavezo za kvalitete pred kvantiteto.

Skozi turizem krepimo pomen istrske identitete (prostora, krajine, zgodovine, ljudi) ter spoštovanje do tega prostora in ponos na Koper!

ter močno istrsko identiteto
živahnega obmorskega zgodovinskega mesta Koper in pristnega podeželja.

3. SKLOP ANKETE



POGLED NA MIKRO
DESTINACIJE, PRODUKTE,
SEGMENTE IN TRŽNO
POZICIONIRANJE

PROSTORSKI VIDIK RAZVOJA TURIZMA DESTINACIJE KOPER

(opredelitev razvojnih območij
oziroma mikro destinacij)

KAJ SESTAVLJA TURISTIČNO DESTINACIJO KOPER

Turistično destinacijo sestavljata dva prostorska dela
= MESTO KOPER (s priobalnim delom) in ZELENO PODEŽELJE,
ki sta vsebinsko zelo različna, vendar povezana.

Razlikovalnost in močnejšo pozicijo Kopra gradimo med drugim tudi skozi tesno povezanost z zelenim podeželjem, na drugi strani pa mesto Koper predstavlja močno gravitacijsko območje za obisk podeželja.

Hkrati se podeželje vse bolj krepi kot stacionarna destinacija, ki jo izberejo obiskovalci, ki želijo mir, odmaknjenost od turističnih tokov in prisotnost doživetij in zakladov Istre.

MESTO KOPER
s priobalnim delom

Zeleno
PODEŽELJE

Razvoj turizma v MOK Koper temelji na urejanju in oživljanju mesta Koper ter večanju privlačnosti podeželja, na ohranjenosti morja, narave in kulturne dediščine ter ustvarjenih danostih prostora, kot so obstoječe turistične točke, ureditve, območja kulturne dediščine, kulturna krajina v povezavi s kmetijstvom (vir OPN).

Na podeželju se načrtuje ne-množične in ne-agresivne oblike turizma, povezane z aktivnostmi v naravi, raziskovanjem kulturne dediščine in okušanjem lokalne ponudbe, ki ne pogojujejo velikih posegov in ne povzročajo bistvenih okoljskih obremenitev.

Pri ureditvah in umeščanju novih dejavnosti se izogibamo pretiranim koncentracijam programov in infrastrukture v prostoru.

Preprečuje se tudi razprševanje in velikopotezne ureditve izven naselij.

Za turistične namene se spodbuja re-urbanizacijo opuščenih in degradiranih urbanih območij, prednostno z reaktivacijo opuščenih ureditev in stavbnega fonda mesta Koper in podeželskih vasi.

IZHODIŠČA – ZAKAJ OBLIKUJEMO KONCEPT RAZVOJNIH OBMOČIJ

oziroma delovno interno poimenovanje t.i. MIKRO DESTINACIJ

DOSEDAJ V VEČJI MERI
V OSPREDJU MESTO
KOPER,
TODA V SKLADU Z OPN
IN TUS
SE KREPI
URAVNOTEŽEN RAZVOJ
MESTA IN PODEŽELJA

Dosedaj je razvoj turizma v MOK v veliki meri temeljil na ponudbi, razvoju kot tudi prepoznavnosti zgodovinskega mesta Koper. V skladu s TUS 2030 in OPN **sledimo cilju uravnoteženega razvoja celotnega območja MO Koper ter večanju privlačnosti podeželskega zaledja in zmanjšanje zgoščenosti obalnega območja.**

STRATEGIJA:

Vzporedno udeležamo usmerjen razvoj tako mesta Koper kot podeželja. Vsaka entiteta ima svoje značilnosti in razvojni koncept.

V ZADNJIH LETIH SE
PODEŽELJE KOPRA VSE
VSE BOLJ VZPOSTAVLJA
KOT TURISTIČNA
DESTINACIJA –
KREPI SE PONUDBA
IN OBISK

V zadnjih letih se je okrepilo število nastanitev in obisk na podeželju. Zaradi pomanjkljive temeljne infrastrukture (ceste, parkirišča, internet, ponekod tudi kanalizacija in čistilne naprave) in ne-usmerjanja tokov **prihaja do prometnih zamaškov, nepravilnega parkiranja, kampiranja v naravi, vožnje s kolesi v naravi, kar vodi v nezadovoljstvo prebivalcev in manjše finančne učinke turizma.**

STRATEGIJA:

Tokove usmerjamo tja, kjer je ponudba in ustrezna infrastruktura, in aktivno upravljamo razvoj turizma na podeželju. Turizem ne more sam vzpostavljati osnovne infrastrukture, lahko pa pospeši potrebo po urejanju.

ZDAJŠNJI KONCEPT
USMERJANJA NA
PODEŽELJE
TEMELJI NA POSAMEZNIH
RAZDROBLJENIH in
NEPOVEZANIH TOČKAH
OBISKA

Analiza stanja in odzivi ponudnikov na podeželju kažejo, da se obiskovalci težko znajdejo, točke obiska in poti niso ustrezno označene, hkrati je temeljna značilnost obsežnega podeželja ta, da ima zelo razdrobljeno kulturno dediščino (večinoma vaška jedra), **kar otežuje razumevanje prostora.**

STRATEGIJA:

Programsko (produktno) profiliramo posamezna zaokrožena območja podeželja, kjer je že določena koncentracija ponudbe, in usmerjamo tokove.

PROSTORSKI VIDIK TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN UPRAVLJANJA DESTINACIJE

Turizem se dogaja v prostoru, zato je njegovo ustrezno umeščanje, urejanje ter upravljanje tokov obiskovalcev eden pomembnejših dejavnikov privlačnosti in konkurenčnosti destinacije.

Skladno s trajnostnimi izhodišči razvojni model destinacije Koper v prostoru **zasleduje načelo uravnovešenega razvoja celotnega območja MO Koper**, krepitve privlačnosti podeželja (ob oživljanju in urejanju mesta), s ciljem razbremenitve obalnega pasu ter krepitve priložnosti za podeželje.

Na podeželje usmerjamo tokove tja, kjer je že **vzpostavljena infrastruktura** (ceste – dostopi in parkirišča) **in ponudba** (vsaj temeljna nastanitvena in gostinska ponudba) in ne na občutljive točke narave, kjer ni ustrezne infrastrukture.

Prostorski razvoj turizma v Kopru ne sme po številu ležišč in obiskovalcev preseči bivanjske funkcije naselij oziroma števila prebivalcev v posameznih naseljih ter ogrožati narave in dediščine prostora.

DELOVNI NASTAVEK

Oblikovali smo

4 programsko in geografsko zaokrožena območja,

kjer aktivno upravljamo razvoj ponudbe in vzpostavljamo modele upravljanja – vendar pa se ta 4 območja **ne tržijo** kot samostojne mikro destinacije.

A. Primarno razvojno turistično območje je
(1) MESTO KOPER
(s primestnimi naselji)

B. Drugo razvojno območje je **PODEŽELJE**,

kjer smo glede na že obstoječo vzpostavljeno ponudbo, infrastrukturo in trende obiska **oblikovali 3 zaokrožena območja**, ki jih umeščamo v prostor, vendar pa njihovih mej ni smiselno in mogoče natančno načrtati:

(2) KRAŠKI ROB z dolino Rižane,

ki je pomemben tako kot zaokroženo območje kot tudi kot geografski pojem, ki v naravi predstavlja konec kraškega sveta in vstop v Istro.

Razteza se od Socerba (ob slovensko-italijanski meji) do Mlinov (ob slovensko-hrvaški meji).

(3) OSRČJE ISTRE

(Dekani - Škocjan – Vanganel – Pobegi - Čežarji, Sv. Anton – Marezige)

(4) DOLINA REKE DRAGONJE

(dolina reke Dragonje in gričevje v povirju Dragonje kot naravno zeleno zaledje z razloženimi naselji na liniji Šmarje – Boršt – Gradin)

KRAŠKI ROB

Kraški rob je eden osrednjih nosilcev krajinske identitete in prepoznavnosti Metne občine Koper (poleg Kraškega roba so to še morje in morska obala in flišnato Šavrinsko gričevje).

KRAŠKI ROB z dolino Rižane je pomemben tako kot zaokroženo območje kot tudi kot geografski pojem, ki v naravi predstavlja konec kraškega sveta in vstop v Istro. Razteza se od Socerba (ob slovensko-italijanski meji) do Mlinov (ob slovensko-hrvaški meji).

To območje je v OPN predlagano kor KRAJINSKI PARK.

PROGRAMSKI KONCEPT OBMOČJA, ki se nakazuje skozi poglede:
Aktivno doživljanje narave, istrskih vasic in okusov Istre.

Kraški rob označuje pokrajino, kjer pride do prehoda med celinskim in primorskim delom Slovenije, kjer se kraška planota prevesi v flišno pokrajino slovenske Istre in tako predstavlja geološko in podnebno mejo.

Gre za geografski pojem, ki v naravi predstavlja konec kraškega sveta in vstop v Istro.

Razteza se od Socerba (ob slovensko-italijanski meji) do Mlinov (ob slovensko-hrvaški meji).

Gre za naravno občutljiva območje (Natura 2000).

To pokrajino poznamo tudi pod imenom BREG oziroma BRŽANIJA in predstavlja pravo geološko, geomorfološko in podnebno mejo.

Usmerjamo
obisk in bolje
upravljamo
outdoor
dejavnosti v
prostoru.



KJE SMO DANES

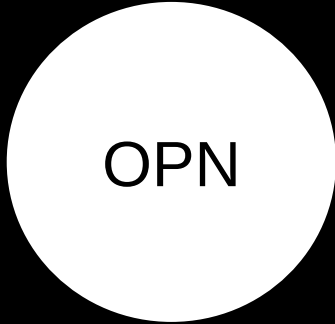
VSE VEČJI OBISK – DANES NE-REGULIRAN oziroma NE-UPRAVLJAN ►

gneča, spanje, parkiranje, kolesarjenje ... v naravi, vse bolj izraziti konflikti
plezalci-kolesarji-pohodniki-domačini

► Degradacija prostora, smeti, obremenjena okoljska in lokalna
infrastruktura, ni finančnih učinkov, nezadovoljni domačini.



Izgradnja
DRUGEGA
TIRA



OPN

KRAŠKI ROB – pogledi sodelujočih v anketi

Kako vidite KRAŠKI ROB? Kako vidite vizijo tega območja? Kaj je ključno za trajnostni razvoj turizma na tem območju? Kaj je potrebno narediti - navedite ključne aktivnosti, projekte. Kot kakšno destinacijo (profil ponudbe in za koga)?

Kraški rob vidim kot zaključeno ponudbo v obliki krajinskega parka, kjer gost v vstopni točki ali prek spleta kupi enotno karto (vinjeto) za vstop.

Vizijo območja predvsem vidim kot destinacijo namenjeno pohodništvu, odkrivanju naravnih lepot, plezanju in odkrivanju idiličnih vasic ter gastronomskih ponudnikov.

Pomembno je, da se na območju izvaja vzdržni turizem z mislijo na ohranitev narave in kulturne dediščine.

Profil ponudbe za popotniški turizem, kolesarstvo, plezalce, ljubitelje pohodništva, konjenišva.

Kraški rob vidim kot destinacijo za plezalce in pohodnike.

Projekti naj bodo zasnovani čim bolj trajnostno brez prevelikih, predrastičnih posegov v okolje. Posegi naj bodo "z okusom" za arhitekturo in urbanistično planiranje. Zaledje mora ohraniti svoj "utrip".

Ponudba bi morala biti usmerjena v ciljno skupino ljubiteljev narave, v drugi vrsti pa tudi športa, vendar v omejenem obsegu.

Športne aktivnosti (plezanje, padalstvo), tematske poti, adrenalinski park, kulinarika ter razgledne točke (v smislu za meditacijo, za sproščanje, za jogo ipd.) Ter za piknike.

Zeleni aktivni turizem z urejenimi peš in kolesarskimi potmi.

Na kraški rob bi morali vabiti predvsem obiskovalce, ki cenijo naravo in se znajo v njej obnašati. Gojiti bi morali pohodniški turizem, po možnosti z usposobljenimi vodniki, s spremljevalno gostinsko-zgodovinsko-etnološko ponudbo.

Plezanje - gravel kolesarjenje - pohodništvo - kampiranje - povezave s krasom (mobilnost & vsebine).

Zavarovati kraški rob kot krajinski park. Izdelati OPPN za območje Bržanije.

Zavarovati kraški rob kot krajinski park. Izdelati OPPN za območje Bržanije

Kraški rob vidim kot športni center plezalcev, kolesarjev, pohodnikov s primernimi gastronomskimi in nočitvenimi zmogljivostmi.

kraški rob ima tudi bogato zgodovino, naselbinsko dediščino, zanimive jame, bogato tradicijo in običaje, izjemno mediteransko klimo in prekrasno pokrajino z vsem njenimi tipikami krasa.

kraški rob ima tudi bogato zgodovino, naselbinsko dediščino, zanimive jame, bogato tradicijo in običaje, izjemno mediteransko klimo in prekrasno pokrajino z vsem njenimi tipikami krasa.

Zaščita kot krajinski park.

Turistične produkte je potrebno vezati na zeleno neokrnjeno naravo; kulturno in naravno dediščino; tipe območja kraškega roba in porečja Rižane;

Vstopna točka za aktivnosti na prostem (plezanje, kolesarjenje, pohodništvo), ureditev in legalizacija športnih aktivnosti, povezava ponudnikov gostinstva in manjših namestitve ter upravljanja v smiselno celoto

Vaška arhitektura je edinstven spoj istrske in kraške, v nekaterih vaseh (Podpeč, Zazid, Smokvica, Hrastovlje itd.) Je še odlično ohranjena. Graditi bi bilo treba na revitalizaciji te dediščine in vzpodbuditi kolesarske in pohodniške poti, ki smiselno povezujejo te točke.

Kraški rob je krajina, ki je zaradi edinstvenih naravnih značilnosti unikum v Sloveniji. Ima tudi pestro zgodovino in številne kulturne spomenike, ki bi jih bilo smiselno obnoviti, prezentirati in povezati v enotno kulturno pot.

Izpostavljena 2 ključna pogoja:

Vključevanje lokalnih prebivalcev v razvoj turizma.

Urejena infrastruktura za obisk.

Načrtovana vstopna točka bi morala ponujati informacije obiskovalcem, hkrati pa zagotavljati tudi osebe, ki bi nadzorovale obnašanje obiskovalcev.



Območje KS
Marezige, Sv.
Anton, Dekani,
Pobegi - Čežarji,
Škocjan in
Vanganel

STRATEGIJA:
Izogniti se
moramo
množičnosti,
krepi butičnost
in povezanost
območja.

OSRČJE SLOVENSKE ISTRE

MAREZIGE – pogledi sodelujočih v anketi

Kako vidite MAREZIGE? Kako vidite vizijo tega območja? Kaj je ključno za trajnostni razvoj turizma na tem območju? Kaj je potrebno narediti - navedite ključne aktivnosti, projekte. Kot kakšno destinacijo (profil ponudbe in za koga)?

Marezige - gurmani in ljubitelji oddiha, miru. Dobro vino, dobra hrana in počitek z razgledom na koper. Možnost aktivnega oddiha, ma poudarek na relaxu in selfnesu.

Kolesarstvo, vinarstvo, kulinarika, lokalne prireditve

Razvoj vinske destinacije z ustrezno ponudbo, kot jo lahko vidimo npr. V Provansi.

Marezige kot majhen kraj naj razvijajo še naprej ponudbo z lokalnimi turističnimi proizvodi in naj ohranijo svojo "istrskost" dodatna ponudba za kolesarski turizem, ki je v vzponu. Promocija kolesarjenja po zaledju.

Zeli dobro zastavljena zgodba ki dejansko funkcionira.

Se že razvija odlično z gradnjo lastne blagovne znamke in komplementarnih storitev Ter upošteva sodobne trende v turizmu.

Marezige - vinska dežela.

Marezige imajo že same vizijo, morda je treba le se kulinariko dodelati, da bo bolj lokalno obarvana in ne prilagojena masi ljudi.

Tukaj bi morali delati na gastronomski ponudbi, vinarji, osmice, kmetije ... in paziti, da ne bo vse na enem mestu, temveč bolj razpršeno.

Zeleni aktivni turizem z urejenimi peš in kolesarskimi potmi.

Marezige so veliko naredile v zadnjih letih. Naj nadaljujejo s prireditvami: praznik refoška, martinovanje...

Ključno za Marezige je, da se omeji prevelike posege v okolje. Nastanitve naj bodo diskretne.

Center v Marezigah (podeželski TIC) - od tu se pošilja goste naprej v vinske kleti, turistične kmetije, itd.

Marezige so z vinsko fontano dobile status vinskega in kulinarčnega središča. Mogoče bi bilo potrebno urediti kakšno postajališče za kolesa in urediti okoliške kolesarske in pešpoti.

Ureditev parkirišč, prometnega režima in zelenih oblik prevoza iz mesta do podeželja. Glasbeni festivali, kulinarika.

Na tem območju bi bilo smiselno razvijati gastronomski turizem s poudarkom na lokalnih vinih - nadaljevati z razvojem lokalne gostinske ponudbe, ki naj se osredotoči na ponudbo lokalnih specialitet, narejenih iz pridelkov slovenske istre. Območje je primerno za kulturni turizem - organizacija različnih prireditev, ki se navezujejo na promocijo domačega kulturnega izročila, pa tudi izvedba drugačnih prireditev kot je npr. Marezijazz. Ta destinacija se lahko prvenstveno trži kot gastronomska in kulturna destinacija, pa tudi kot območje, primerno za aktivno preživljanje prostega časa (kolesarjenje, pohodništvo). Je bolj primerna tudi za nekoliko bolj množični turizem. Vsekakor pa bi pri slednjem morali upoštevati želje lokalnega prebivalstva. Ciljne skupine bi lahko bile: turisti s potniških ladij, ljubitelji dobre hrane, glasbe, pohodniki, kolesarji.

Marezige že sedaj veliko ponujajo. Potrebno ostale vasi "zbuditi". Ena od opcija bi lahko bila mobilni istrski slow food", kot neka povezana kulinarčna izkušnja, hladna predjed v eni vasi, topla v drugi, glavna jed v tretji in sladica v četrti. Tipične istrske jedi, pečenice, fužics tatrtufi, golaž boškarina ipd...

Marezige so kot središče dežele refoška že sedaj uveljavljene kot osrednja vinska destinacija v občini in regiji. Glede tega potekajo že številne prireditve, gre tudi za eno izmed močnejših gastronomskih točk na podeželju, če ne najmočnejšo. Ta status je potrebno ohraniti, posebnega razvoja v to smer pa ni treba potencirati, saj bi s pretirano množičnim turizmom lahko prišli do zasičenosti destinacije, kar bi bistveno zmanjšalo kvaliteto življenja domačinov.

Marezige so kot središče dežele refoška že sedaj uveljavljene kot osrednja vinska destinacija v občini in regiji. Glede tega potekajo že številne prireditve, gre tudi za eno izmed močnejših gastronomskih točk na podeželju, če ne najmočnejšo. Ta status je potrebno ohraniti, posebnega razvoja v to smer pa ni treba potencirati, saj bi s pretirano množičnim turizmom lahko prišli do zasičenosti destinacije, kar bi bistveno zmanjšalo kvaliteto življenja domačinov.

Marezige vidim predvsem kot kulinarčno destinacijo z lepimi razgledi. Gre predvsem za ponujanje vina in ostalih lokalnih dobrot ... Ciljna skupina so po mojem mnenju osebe, ki si želijo sprostitev ob dobri hrani z lepimi razgledi. Menim, da je tem osebam pomembna dobra dostopnost.

MAREZIGE – pogledi sodelujočih v anketi

Kako vidite MAREZIGE? Kako vidite vizijo tega območja? Kaj je ključno za trajnostni razvoj turizma na tem območju? Kaj je potrebno narediti - navedite ključne aktivnosti, projekte. Kot kakšno destinacijo (profil ponudbe in za koga)?

Najprej je treba vzpostaviti tic na območju med bertoki in marezigami, ki bi bil ključnega pomena kot vstopna točka za predstavitev možnosti uživanja podeželja. Turiste zanima gastronomija (dobre lokalne gostilne, vinske kleti, oljčna olja) pohodniške in rekreacijske poti nakup lokalnih izdelkov

Vinarska destinacija z razgledom.

Območje je najbolj znano po svojem velikem številu ponudnikov vin in oljčnega olja. Vedno več je tudi gostinskih ponudnikov in ponudnikov raznih nastanitvev. Urediti je potrebno številne lokalne ceste, med katerimi mnoge vodijo do "manj znanih" ponudnikov, katere je treba v sklopu "vinske poti" tudi bolje oglaševati. Dobro bi bilo tudi, da bi se uredilo javni prevoz iz mesta do teh krajev - trenutno je organiziran samo prevoz do vinske fontane. Ker je

Marezige so zgodovinsko pomemben kraj in to bi se moralo poudariti, narediti manjši muzej o tem.

Marezige je sama po sebi postala vidna/znana turistična točka z veliko privatno iniciativo, v kolikor se bodo v mestu in na podeželju zgledovali, je to merilo. Sedaj pa bi morali od Marezig naprej naplesti "pajkovo mrežo turističnih ponudnikov" oz. potencialov, da se ta "mreža" širi...

Edina mikro destinacija - ki je izkoristila danost refoška - vina in ja naj gradi na temu.

Marezige ima dobro lastno strategijo in odlično ponudbo. Zaradi slabe povezave z mestom, je potrebno na vse prireditve z osebnim avtomobilom. Kjudni problem je slaba povezanost koprskega zaledja z mestom.

V Marezigah je zastavljena prava smer razvoja destinacije, samo tako naprej in ne preveč v masovnost sicer lahko nastane problem z prebivalci ki niso vključeni.

Ponudba na tej destinaciji naj bo usmerjena v butični turizem v povezavi s pohodništvom, kolesarjenjem oz. Primerna za aktivno preživljanje prostega časa in ne za množični turizem z avtobusi.

Gastronomska destinacija, sprehodi med vinogradi, turistične kmetije, delavnice, tastingi ...

Bolj enogastronomski turizem v povezavi z izletniškim, kolesarjenjem. Butične, avtentične nastanitve. Marezige so dovolj urejene, naj še naprej promovirajo domača vina in olja ter hrana. Tudi prireditve so primerne.

Marezige kot destinacijo za ljubitelje gastronomije /vinskega turizma. Ključno za trajnostni razvoj je upoštevanje možnosti / kapacitete - kvaliteta pred kvantiteto.

Obiskovalec mora občutiti, da je v deželi refoška - to je posebnost tega območja na kateri je vredno graditi - razmisliti o atraktivnem muzeju - predstavitvenem prostoru , ki prikazuje to trto, vino-refošk ipd.. - kanava je premalo izkoriščena - praznik refoška se mora preoblikovati in približati nivoju sorodnim prireditvam v sosednjih občinah, regijah.

Butična destinacija za ljubitelje dobre hrane in vina. Vzpostavitev tematskih poti s postanki v vinskih hišah in vaških gostilnah (degustacije).

Območje marezig se je v zadnji letih zelo razvilo, vendar je treba najti pravo usmeritev in ohraniti trajnostni vidik. Aktualna ponudba postaja preveč komercialna, tudi infrastruktura postaja bolj podobna zabaviščnemu parku kot zelenemu avtohtonemu kotičku ...

Marezige vidim kot dobro lokacijo za vrata v istro. Tukaj se lahko raziskovanje šele začne in še dolgo za tem ne konča...marezige se mi zdijo odlično izhodišče za raziskovanje podeželja, predvsem pristnih lokalnih kantin in zgodb domačinov.

Najprej je potrebno urediti povezavo z zaledjem (kvaliteten/dostopen javni prevoz!)....ne bo vsak gost obale z lastnim avtomobilom (!)...in tudi tisti, ki bo prišel z avtom, si ne bo želel izgubljati čas na cesti in po parkiriščih! Pohodništvo, kolesarstvo, gastronomija....



Območje
KS Šmarje, Boršt
in Gradin

STRATEGIJA:
Ohraniti naravo
in zelo
premišljeno
usmerjati tokove.

DOLINA REKE DRAGONJE

(dolina reke Dragonje in gričevje v povirju Dragonje kot naravno zeleno zaledje z razloženimi naselji na liniji Šmarje – Boršt – Gradin)

Širše območje Dragonje je območje ohranjanja in vzdrževanja kulturne krajine, naravnih kakovosti in biotske raznovrstnosti v povezavi s sonaravnim kmetijstvom in aktivnim, kulturnim, doživlajskim in gastronomskim trajnostnim turizmom.

To območje je v OPN predlagano kor KRAJINSKI PARK.

DOLINA DRAGONJE

PROGRAMSKI KONCEPT OBMOČJA, ki se nakazuje skozi poglede:
Umirjeno zeleno raziskovanje neokrnjene narave, istrskih vasic in okusov Istre.

DOLINA DRAGONJE – pogledi sodelujočih v anketi

Kako vidite DOLINO DRAGONJE? Kako vidite vizijo tega območja? Kaj je ključno za trajnostni razvoj turizma na tem območju? Kaj je potrebno narediti - navedite ključne aktivnosti, projekte. Kot kakšno destinacijo (profil ponudbe in za koga)?

Območje naj se razvija sonaravno, s poudarkom na vsebinah za ohranjanje narave.

Pustite neokrnjeno naravo.

Neokrnjena narava...izleti, pohodništvo, kolesarjenje.

Dolina reke Dragonje je super za razvoj camping turizma. Obdanost gozdov, mir in relativna oddaljenost od gužve je super za tiste, ki bi radi spoznavali okoliško istrsko pokrajino na drugačen način.

Menim da v dolini reke Dragonje ni potrebnih posegov. Tam naj bodo označbe za kolesarje in pohodnike ter kakšno kamnito zatočišče za primer močnega sonca ali dežja. Res ni potrebe, da vsa področja urbaniziramo. Ljudje radi kolesarimo tam kjer je veliko zelenja in malo ali nič prometa.

Doživljajski turizem.

Rezervat, opazovanje divjadi.

Dolina Dragonje mora ostati neokrnjena. Treba pa je urediti sprehajalne in kolesarske poti ob strugi reke. Do Mazurinovega mlina ali izvira in morja na drugi strani. Kolikor je mogoče urediti, da imajo obiskovalci postaje, okrepčevalnice, ob upoštevanju mirnosti doline.

Doline reke Dragonje sploh ne vidim kot potencialne turistične destinacije. Ohraniti moramo tudi območja, kjer se lahko prebivalci mesta spočijemo od turizma, za katerega bi morali ugotoviti, če res prinaša toliko dobrega, da odtehta vse slabo (gneča, hrup, smeti, ...)

Dolina Dragonje naj ostane taka kot je, za pohodnike in kolesarje, s prepovedjo vožnje z motoriziranimi vozili

Dolino Dragonje je potrebno zavarovati in omejiti dostopnost samo na ključne lokacije (prepovedati razne zabave na prostem).

Poudarek na naravovarstvenih temah, biotski raznovrstnosti, ureditev parka za obiskovalce, skupaj z ustrezno ponudbo.

Zaščita območja. V dolini Dragonje poleti na črno bivajo turisti s kamperji, nihče jih ne preganja, ob tem da tukaj ni infrastrukture. Dolino reke Dragonje bi bilo potrebno ohraniti v čim večji meri.

Ključno za trajnostni razvoj turizma na tem območju je postaviti v ospredje varstvo narave in upoštevati nosilno zmogljivost prostora. Ključne aktivnosti: redno skrbeti za vzdrževanje in dobro označenost tematskih poti; zagotoviti sredstva za naravovarstvene nadzornike, ki bi po vzoru krajinskega parka Strunjan pregledovali teren (obnašanje obiskovalcev, odlaganje odpadkov, nedovoljeni posegi v naravo); zagotoviti gostinsko ponudbo za manjše skupine ali mimoidoče; organizirati vodene ogleds znamenitosti za manjše skupine. Območje Dragonje naj bi se promoviralo kot zeleno območje, ki je namenjeno ljubiteljem narave (pohodnikom, kolesarjem), "počasnega" turizma, družinam, ki želijo otrokom približati naravo. Nasprotujem usmerjenosti v masovni turizem in pretirani turistični promociji.

Krajinski park Dragonja in Krajinski park Kraški rob - ureditev poti - novi produkti

Obuditi pot mlinov na Dragonji od Belega kamna do Škrilin. Približati popotnikom obisk slapov pod Trebešami in Supotskega slapa. Poskušati reaktivirati prireditveni prostor na poljanah pri Šmarjah.

Ključno je, da se vanj ne posega. Ni potrebno, da je vsaka lokacija tudi turistična.

Sprehajalna pot, morda kot pot sožitja s sosedi. Pa seveda kakšne značilnosti, predvsem s področja rastlinstva, morda skok do bližnjih vasi na "hribu" - nekaj je arhitekturno zelo zanimivih,...za vsak projekt pa se je treba "zapeljati" do domačinov, jih povprašati o zanimivostih, zgodbah, bajkah in o tem, kje se pri projektu vidijo.

Obuditev mlinov, lokalna kulinarika, pohodništvo, prireditve. Dolina Dragonje je prelepa, vse dejavnosti bi morale upoštevati mir.

Destinacija za turiste, ki želijo "polno potopitev" v naravo in življenje v Istri.

Ohraniti v čim večji meri neokrnjeno Ustanoviti krajinski park z upravljavcem.

Ohraniti v čim večji meri neokrnjeno Ustanoviti krajinski park z upravljavcem.

Dolina reke dragonje - pohodniki in gurmani, ljubitelji dobrega vina, izvajanje teambulidingov za manjše organizacije. Usmerjenost v zeleni turizem, trajnostni turizem in km 0.

DOLINA DRAGONJE – pogledi sodelujočih v anketi

Kako vidite DOLINO DRAGONJE? Kako vidite vizijo tega območja? Kaj je ključno za trajnostni razvoj turizma na tem območju? Kaj je potrebno narediti - navedite ključne aktivnosti, projekte. Kot kakšno destinacijo (profil ponudbe in za koga)?

Dolina reke dragonje je krajinski in biodiverzitetni dragulj, ki pa ga pestijo številne težave. Tu je predvsem problem zaraščanje, prek katerega je gozd požrl že skoraj vse tradicionalne istrske terasaste krajine. Tu bi bilo res ključno aktivno upravljanje celotnega območja z namenom revitalizacije tradicionalnega in ekološkega kmetijstva, kar bi lahko pripomoglo k revitalizaciji krajine in z omejitvijo širjenja gozda. Ekološko oljkarstvo in sadjarstvo, ki bi se vzpostavljalo v sozvočju z obnovo suhozidov, teras in tradicionalnih vodnih virov bi bilo lahko osnova za razvoj novih turističnih kmetij z bogato gastronomsko ponudbo in namestitvami na podeželju. Problem same doline je tudi njena zaraščenost, odsotnost/uničenost mostov in splošna neprehodnost, kar onemogoča povezljivost pohodniških in kolesarskih poti, ki bi lahko območje bolje povezale in zaobjele. Sama reka Dragonja in njeni pritoki bi s številnimi slapovi in brzicami lahko privlačila pohodnike in rekreativce. Potem imamo tu še številna lepo ohranjena vaška jedra, ki bi jih bilo mogoče s različnimi etnološkimi, kulturnimi in gastronomskimi prireditvami oživiti (Krkavče, Koštabona, Pomjan, Topolovec, Labor ipd...). Pozornost seveda bi bilo treba nameniti tudi pazljivi obnovi kulturne dediščine, saj so tudi vsa vaška jedra izpostavljena tveganju degradacije zaradi neprimernih gradbenih posegov. Strokovna in angažirana ekipa bodočega javnega zavoda za upravljanje krajinskih parkov Kraški rob in Dragonja bi bila temeljnega pomena za spraviti vse navedene ideje v življenje.

Dolina Dragonje je še zadnji košček divje narave na obali. Tukaj bi merila predvsem na družine, ki iščejo razne poučne poti, torej lahko pohodništvo + izobraževanje. Veliko je tudi kolesarjev. Potrebno bi bilo urediti poti, dostop do reke, postaviti več informativnih tabel. Mogoče urediti kakšen voden ogled naravnih znamenitosti.

Pustiti dolino reke Dragonje neokrnjeno in čim manj posegati v njo ter graditi. Naj pa se uredi in določi ter uradno začrta razne tematske pešpoti v vse zemljevide (gmaps, mapy.cz ...), ter postavi smerne table in info table o zgodovini, favni, flori. Postavi kakšna lesena počivališča za kolesarje (z orodji za popravilo) in pohodnike.

Krajinski park Dragonja in Krajinski park Kraški rob - ureditev poti - novi produkti

Boljša predstavitev lokalnih ponudnikov na tem območju (vinarji, gostinske storitve...), v povezavi s pohodniškimi potmi in kolesarskimi trasami. Predstavitev tudi kulturne dediščine - spomenikov, da postanejo ti kraji zanimivi tudi z gledišča svoje zgodovinske pestrosti.

Predlagam, da se najprej vzpostavi kraški rob, energije (časa in ne denarja) za oboje ne bo. Vse tri destinacije imajo enake temelje za razvoj turizma in sicer, naravo, lokalno gastronomijo, ki temelji na vinu, oljčnemu olju in sedaj že oblikovani blagovni znamki istrske /mediteranske kuhinje, imajo identiteto in bogato zgodovino ter svojo kulturo in velike možnosti za športne aktivnosti v naravi. V pomenu turistične destinacije so zelo majhne, zato ne vidim velikega pomena drobljenja in identificiranja za določen tržni segment. Dejstvo je, da bi morala celotna destinacija t.i.slovenske Istre izkoristiti svojo geografsko pozicioniranost, ki je - za vso Evropo smo najbližja mediteranska destinacija, ki ohranja svojo kulturno in naravno avtentičnost in jo obiskovalcem ponuja skozi nišne produkte, ki temeljijo na temelji na vinu, oljčnemu olju, tartufih in sedaj že oblikovani blagovni znamki istrske /mediteranske kuhinje, kar velja tudi za nastanitvene kapacitete in velike možnosti za športne aktivnosti v naravi.

To območje naj ostane divje in zaščiteno, kot naravna dediščina. Mogoče se lahko organizirajo vodeni izleti po dolini dragonje, dostopne točke z kmečimi turizmi. Nikakor to področje ni primerno za množični turizem.

Ta dolina je lepa sama po sebi in bi jo pustila tako kot je (naravno!!). Morda bi bilo potrebno izboljšati določene poti in jih lepše označiti - vsekakor pa ne asfaltirati, graditi in modernizirati. Tukaj bi videla ponudnike za izlete v naravi, morda nekoga, ki bi nudil ekskurzije s 4-kolesniki, konji, itd. (tako kot to počnejo v hrvaški Istri). Na dostopni lokaciji bi postavila "info točko" (npr. Manjšo kamnito hiško tipičnega istrskega izgleda) in bi (vsaj v sezoni) nudila napotke in informacije v zvezi z potmi/možnostmi izletov. V istem sklopu bi lahko bil zelo "majhen bar", ki bi poleg pijače nudil izključno domače izdelke (sir, pršut, olje, domače sokove, vina, itd.).

DOLINA DRAGONJE – pogledi sodelujočih v anketi

Kako vidite DOLINO DRAGONJE? Kako vidite vizijo tega območja? Kaj je ključno za trajnostni razvoj turizma na tem območju? Kaj je potrebno narediti - navedite ključne aktivnosti, projekte. Kot kakšno destinacijo (profil ponudbe in za koga)?

Naj ostane kot `neokrnjena narava`.....urediti nekje glavno `vstopno točko` (dostop z avtomobili in javnim prevozom)... od tam dalje pa pohodniške in kolesarske poti....kraj, kjer se lahko človek `izgubi` in pozabi na vsakdan... Na posameznih točkah pa ponuditi dodatne vsebine.... parki, muzeji, gastronomija....da ima obiskovalec lahko poln dan aktivnosti.

Dobro označene izletniške pohodniške in kolesarske poti, obiski kmetij, torkl in možnost nakupa lokalnih proizvodov, degustacije olja, vina, itd.

Dolina reke dragonje tako kot kraški rob zahteva drugačen pristop razvoja turizma. Vsebine naj bodo povezane z športnimi aktivnostmi - pohodništvo, kolesarjenje, gastronomija. Smiselno bi bilo obe območji zavarovati v smislu krajinskega parka.

Dolino reke dragonje vidim predvsem kot destinacijo za aktivne družine, raziskovalce in iskalce miru in gastronomskih užitkov. Tudi tu je veliko možnosti za lepe zgodbe, ki temeljijo predvsem na iskanju miru, užitku in detoxu v naravi. Pomembno je da povežemo obstoječe ponudnike, ki že zagotavljajo tako ponudbo in dopolnjevamo le to z novimi butičnimi produkti. Spet se mi zdi predvsem ključno povezovanje, v tem primeru še posebej regionalno.

Območje naj ostane relativno mirno, nedotaknjeno - obiskovalci (peš, s kolesom), ki želijo počasi odkrivati skrite kotičke - problem je cesta, ki se (žal) uporablja tudi kot obvoznica - razmisliti ali bi cesta bila namenjena le prebivalcem, ne za ostale (režim, nadzor); manjše namestitvene enote (tudi glampingi) - zelo umirjen razvoj

Aktivno preživljanje prostega časa: pohodništvo, kolesarjenje, oddih v naravi ... Urediti vstopne točke in parkirna mesta, označbe poti, preprečiti onesnaževanje, ozaveščanje ljudi o spoštljivem ravnanju v naravi ...

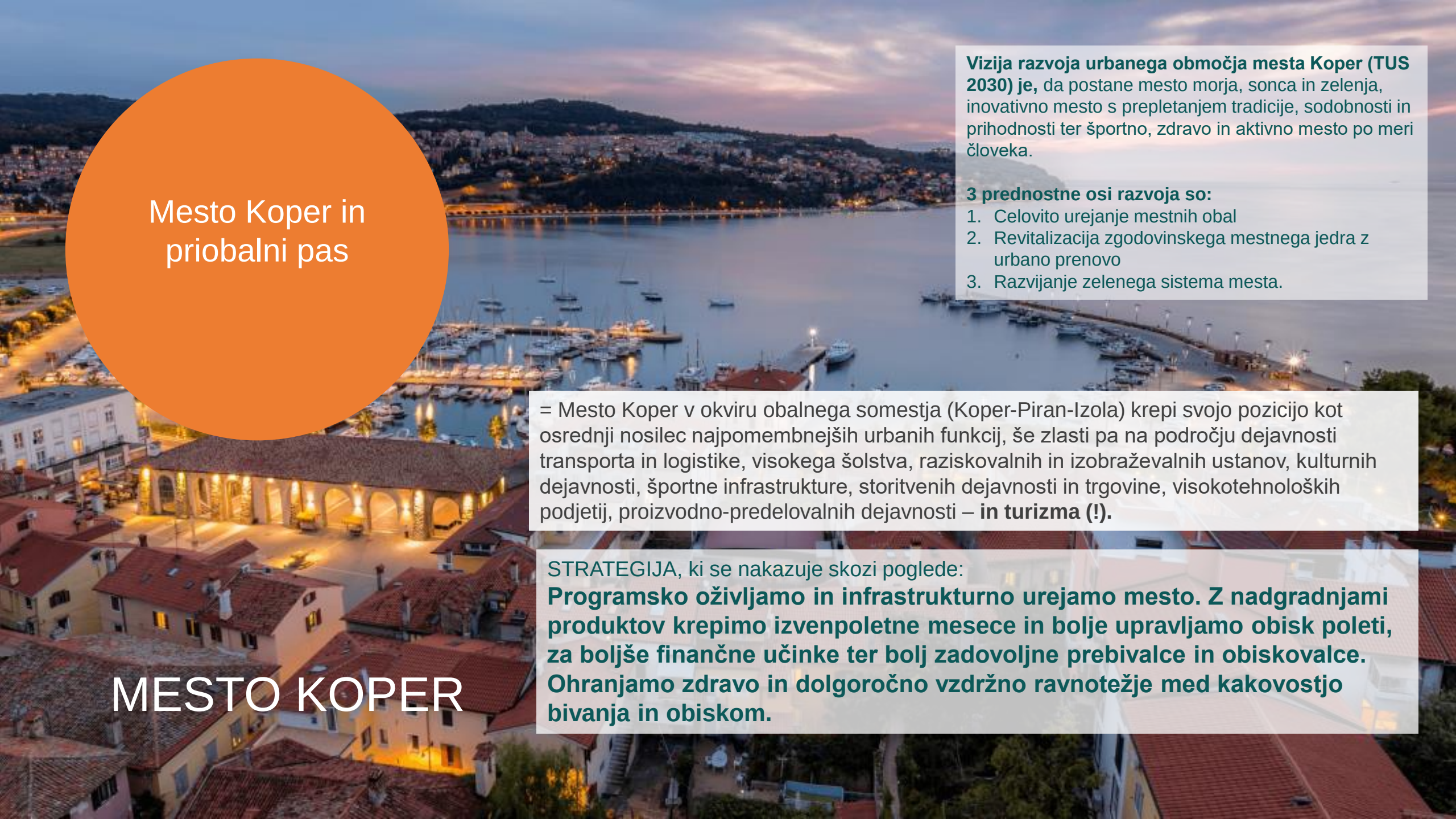
Zeleno zanimiv, velik zeleni potencial, predlagam vstopno točko kot v logarski dolini, a lepše

Kot destinacijo za ozaveščene ljudi, ki ne smetijo, ampak se primerno obnašajo. Nikakor ne za množični turizem.

Dolina reke dragonje je primerna za aktivne raziskovalce. Ponudba na tem območju trenutno ni dovolj dodelana, prav tako je to območje med lokalnim prebivalstvom razumljeno kot `naravno območje`, ki ni namenjeno množičnemu obisku. Prav tako na tem območju manjka primernih nastanitev in gostinske ponudbe.

Dolina reke dragonje naj omogoča manjši kamp za prenočitve, saj so trenutno tam velik problem šotorišča na črno; zagotavljanje pohodnih in kolesarskih poti ob sami reki; morda se tam izvaja tečaj muharjenja oz. Lovljena rib boljša informiranost obiskovalcev o območju in dostopa do njega.

Tu predvsem bolj gastronomski turizem s poudarkom na tartufih, poudarek tudi na reki dragoniji in njeni čudoviti naravi. Izletniški turizem.

An aerial night photograph of the Koper harbor and surrounding town. The harbor is filled with numerous sailboats and yachts. The town's lights are visible on the hills and along the waterfront. A large orange circle is overlaid on the left side of the image.

Mesto Koper in priobalni pas

Vizija razvoja urbanega območja mesta Koper (TUS 2030) je, da postane mesto morja, sonca in zelenja, inovativno mesto s prepletanjem tradicije, sodobnosti in prihodnosti ter športno, zdravo in aktivno mesto po meri človeka.

3 prednostne osi razvoja so:

1. Celovito urejanje mestnih obal
2. Revitalizacija zgodovinskega mestnega jedra z urbano prenovo
3. Razvijanje zelenega sistema mesta.

= Mesto Koper v okviru obalnega somestja (Koper-Piran-Izola) krepi svojo pozicijo kot osrednji nosilec najpomembnejših urbanih funkcij, še zlasti pa na področju dejavnosti transporta in logistike, visokega šolstva, raziskovalnih in izobraževalnih ustanov, kulturnih dejavnosti, športne infrastrukture, storitvenih dejavnosti in trgovine, visokotehnoloških podjetij, proizvodno-predelovalnih dejavnosti – **in turizma (!).**

STRATEGIJA, ki se nakazuje skozi poglede:

Programsko oživljamo in infrastrukturno urejamo mesto. Z nadgradnjami produktov krepimo izvenpoletne mesece in bolje upravljamo obisk poleti, za boljše finančne učinke ter bolj zadovoljne prebivalce in obiskovalce. Ohranjamo zdravo in dolgoročno vzdržno ravnotežje med kakovostjo bivanja in obiskom.

MESTO KOPER

MESTO KOPER – pogledi sodelujočih v anketi

Kako vidite MESTO KOPER? Kako vidite vizijo tega območja? Kaj je ključno za trajnostni razvoj turizma na tem območju? Kaj je potrebno narediti - navedite ključne aktivnosti, projekte. Kot kakšno destinacijo (profil ponudbe in za koga)?

Odlično staroveško mesto, ki ga pogosto spregledamo, pa ga zaradi njegove izjemne arhitekture in zgodovine ne bi smeli. Kulturna in zgodovinska destinacija v pravem pomenu besede, z ramo ob rami Dubrovniku, Trstu, Kotorju, Splitu. Kot tak bi rabil lasten town center menedžment in ne splošne občinske administratorje. Z jasno distinkcijo med podeželjem in mestom bi vsi dosti pridobili. Če pridem v Koper, potem pridem zaradi njega, dobro, lahko tudi namočim noge v morje. Moji prijatelji radi prihajajo v Koper, samo ne vedo vedno, kaj bi tam počeli. Bogatiti je treba ponudbo staromestnega jedra, obogatiti zanimive točke (point of interest) in ustvarjati nove. Obiskovalcem je vedno mogoče predstaviti nove plati pogleda na mesto, kar gre vštric z informacijsko tehnologijo.

Izhodiščna točka za dostopanje do zaledja in ostalih delov s. Jadrana (Istra, Benetke....)

Velik kulturno zgodovinski potencial- potrebo veliko dela in truda, da se lokalno prebivalstvo in občina z roko v roki zavedata, da je potrebno aktivno mestno vodenje in upravljanje z vizijo. Dvigniti nivo gostinske ponudbe- ana roš v stari luški kapetaniji - to je cilj. Urediti mesto z odloki in predpisi. Čistoča in urejenost ulic ter izložb vsaj na glavnih ulicah.

Osredotočiti se na povrnitev življenja v mestno jedro, ureditev in posodobitev mesta v skladu s smernicami ohranitve kulturne dediščine.

Koper je zelo lepo mesto, ki ima ogromen zgodovinski pomen. Menim, da bi se lahko njegovo kulturno dediščino bolje trži. Lepo bi bilo, če bi staro mestno jedro bolj zaživelo - npr. Poleti organizirani manjši koncerti na titovem trgu in pogosti manjši sejmi, na katerih bi se lahko turistom predstavili ponudniki iz podeželja (vinarji, oljkarji...), še posebej takrat, ko so v kopru križarke, saj bi bilo to zelo zanimivo tudi za obiskovalce iz križark. Ključnega pomena je tudi organizacija prevozov turistov iz mesta do podeželja (lahko bi se celo organiziralo enodnevne ali poldnevne "kulinarične izlete" na podeželje, z degustacijami vin v vinskih kletah in kosilom/večerjo v kateri izmed lokalnih turističnih kmetij).

Vsekakor je mesto koper tista točka iz katere bodo turisti obiskovali podeželje in ne kraški rob. Turisti potrebujejo bazo, kjer bodo nastanjeni, jedli, uživali in iz nje nato odhajali na raziskovanje okolice. Turistov, ki želijo izključno počitnikovati na podeželju, je mogoče 10% ... Način razvoja mora biti obraten, trenutno se pa vse osredotoča na podeželje in na koncu ne bo na v mestu in ne na podeželju uspeha. Sama statistika nočitev jasno pokaže, kje je težišče obiska.

Predlagam več prireditev in dogodkov z zgodovinsko tematiko (Nazarijev teden, Carpacijev teden, beneški teden, srednjeveški sejem, glasbeni teden - festival starih istrskih melodij ipd ...).

Koper je mesto!!! In koper se mora razvijati v smer večje urbanizacije ne ga spreminjati v vas s podeželskimi vsebinami. Mesto naj ostane mesto in podeželje naj ostane podeželje! Razvoj naj bo ločen. Ker obiskovalci mesta želijo doživeti mesto in obiskovalci podeželja želijo doživeti podeželje. Imeti oboje in prehajati med obema okolji je največja vrednost.

Koper je tesno povezan s podeželjem, saj je podeželje prišlo v mesto in v urbano okolje prineslo svoje navade in način življenja. A to so že antropološke in demografske teme. Koper rabi skrbno prenovu kulturnih spomenikov in palač ter premišljeno namembnost le-teh. Okrepiti kulturno in umetniško ponudbo in jo prijazno in učinkovito promovirati. Najprej med prebivalci samimi. Oblikovati ulične, četrtne skupnosti stanovalcev, spoznavanje sosedov, ki sodelujejo pri manjših akcijah: ulične fešte, delavnice za otroke, starejše. Znižati najemnine trgovcem, ampak točno določiti katere dejavnosti naj bodo v središču mesta. Vrniti morje mestu: uvesti lokalni (po)morski promet, prostor razbremeniti premnogih elementov(ljubiteljski "kipi" v mandraču, nasadi oleandrov, zaradi katerih ne vidiš morja, nepotrebne in kičaste semaforske svetilke javne razsvetljave) primerno osvetliti titov trg, ki je zdaj zvečer najtemnejši del kopra in zato ljudi odvrača od hoje v središče mesta. Posebej poudariti pročelja pretorske palače, stolnice, loggie in armerije.

Izhodiščna točka za dostopanje do zaledja in ostalih delov s. Jadrana (Istra, Benetke....)

MESTO KOPER – pogledi sodelujočih v anketi

Kako vidite MESTO KOPER? Kako vidite vizijo tega območja? Kaj je ključno za trajnostni razvoj turizma na tem območju? Kaj je potrebno narediti - navedite ključne aktivnosti, projekte. Kot kakšno destinacijo (profil ponudbe in za koga)?

Koper mesto predstavlja kontrast med starim in novim, kontrast med industrijo z luko na eni strani, ter parki in športno infrastrukturo na drugi. Pomembno je da se spodbuja, ohranja domače prebivalstvo v centru mesta. Spodbuja butične dejavnosti, umetniške ateljeje in kulturne dogodke. V mestu primanjkuje električnih polnilnic za avtomobile, "vlakec za prevoz turistov iz mestnega jedra na novo plažo od Žusterne do Izole, manjkajo pomoli za dnevne goste z jahtami. ...

Menim, da žal ni zadostnega poznavanja zgodovine kopra s strani prebivalcev, zlasti mladih. Zanimiv bi bil projekt, ko bi se mladi seznanili z zgodovino in posebnostmi kopra, zato da bi lahko potencialno bili "lokalni vodič", kajti brez zavedanja svoje zgodovine s strani prebivalcev, postaja mesto sterilno, sploh če se ne zavedamo o prednostih in danostih, ki nam jih tukajšnja zgodovina ponuja.

Koper je mesto!!! In koper se mora razvijati v smer večje urbanizacije ne ga spreminjati v vas s podeželskimi vsebinami. Mesto naj ostane mesto in podeželje naj ostane podeželje! Razvoj naj bo ločen. Ker obiskovalci mesta želijo doživeti mesto in obiskovalci podeželja želijo doživeti podeželje. Imeti oboje in prehajati med obema okoljema je največja vrednost.

V zadnjih letih mestno jedro ogroža tudi apartmanizacija in izginjanje stalnega prebivalstva, kar pomeni počasno spreminjanje mestnega jedra v mrtvo turistično kuliso - kljub temu proces ni še tako daleč, da se ga ne bi dalo primerno omejiti. Predvsem treba pristopiti k aktivni obnovi (tudi infrastrukturni - odvodnjavanje, napeljave itd) in revitalizaciji mestnega jedra. Dolgoročno bi bilo smiselno se osredotočiti na kvalitetno kulturno ponudbo - tako visoko kulturo (gledališče, kino, koncertna prizorišča, festivali) kot tudi alternativno kulturno ponudbo (cmk, veliki priložnosti sta libertas in bastion). Veliko večjo pozornost bi bilo treba usmeriti v skrbno izbiro programov ob osrednjih mestnih ulicah, kjer bi bilo smiselno krepiti umetniško in kulturno ponudbo (knjigarne, galerije, ateljeji ipd.) In raznoliko gostinsko ponudbo (gastronomska ponudba v mestnem jedru je zelo omejena). Paradni konj revitalizacije mestnega jedra bi morala biti ena večja kulturna prireditev ali festival (ali morda dve z povsem različno ciljno publiko), ki bi koper postavila na slovenski in mednarodni zemljevid kulturnih festivalov. Strateško bi bilo treba razvijati različne lokacije v mestnem jedru z namenom razvoja različnih formatov prireditev (koncertov, razstav, predstav ipd.), za kar bi bilo treba aktivirati različne trge, ulice, zapuščene stavbe, dvorišča, cerkve ipd. Območje izven mestnega jedra lahko ostane fokusirano na šport in ob potencialni izgradnji sejmišča na obrobju tudi na sejmski turizem.

Mladi naj bodo fokus za mesto, če ne se bodo vsi odselili. Drug fokus pa naj bo business gost. Rabimo nova, mlada podjetja. Če ne delaš v špediciji ali gostinstvu, je mlademu težko dobiti kak pametno službo.

Zgodovinski center mesta ne more biti le apartmajsko naselje vikendašev in študentske sobe. Nekaterne javne službe, banke ipd namestiti v stare izpraznjene koprskeske stavbe.

Koper ima izredno bogato dediščino, ki jo mora ustrezno ovrednotiti in predstaviti, vendar ne tako, da bo mesto muzej. Temveč mesto, ki živi, ki povezuje. Mesto mora ostati mesto s svojo mestno kulturo in podeželje podeželje s svojimi danostmi, prednostmi, kijih mesto e more ponuditi. Morata biti komplementarna in tako tudi razvijati svoje potencile. Trenutno največjo oviro vidim v nepovezanosti z javnim prevozom.

Kot že navedeno, se ne strinjam z vašo vizijo, da je potrebno najprej urediti podeželje. Koprsko podeželje je preveč raznoliko in razpršeno, da bi lahko iz njega štartali z razvojem destinacije, saj je destinacija koper v smislu turizma v začetni razvojni fazi. Zato bi po mojem mnenju bilo potrebno začeti z intenzivnim razvojem in promocijo turizma v centru, ko bi bila destinacija razpoznavna, pa bi lahko razvoj in promocijo turizma intenzivno širili tudi v zaledje.

Velik kulturno zgodovinski potencial - potrebo veliko dela in truda, da se lokalno prebivalstvo in občina z roko v roki zavedata, da je potrebno aktivno mestno vodenje in upravljanje z vizijo. Dvigniti nivo gostinske ponudbe - Ana Roš v stari luški Kapetaniji - to je cilj. Urediti mesto z odloki in predpisi. Čistoča in urejenost ulic ter izložb vsaj na glavnih ulicah.

TRŽNO
POZICIONIRANJE –
kot kakšna destinacija
naj bo prepoznaven
koper



POZICIONIRANJE KOPRA KOT TURISTIČNE DESTINACIJE

Kot kakšno destinacijo vidite Koper v prihodnje - na čem naj MO Koper gradi svojo ponudbo, identiteto in razlikovalno pozicijo (sploh v odnosu do drugih treh občin slovenske Istre)?

Anketa 1: PREBIVALCI

Možna do 2 odgovora



Zelo enotni odgovori vseh 3 javnosti

N=203

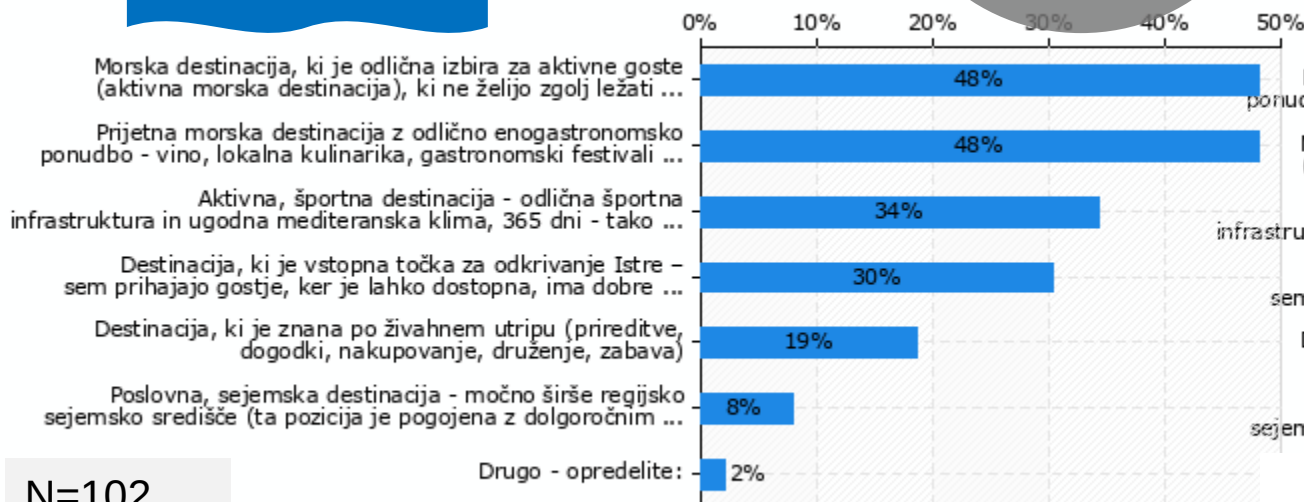
Najbolj izpostavljen
1-DRUŽABNI
(ENOGASTRONOMSKI in uživaški)
ter **2-AKTIVNI** karakter
MORSKE
DESTINACIJE.

Visoko tudi kot
3-ŠPORTNA
DESTINACIJA in
Kot 4-VSTOPNA TOČKA
raziskovanje cele Istre

NAJVIŠJE DELEŽE ODGOVOROV STA DOBILA:

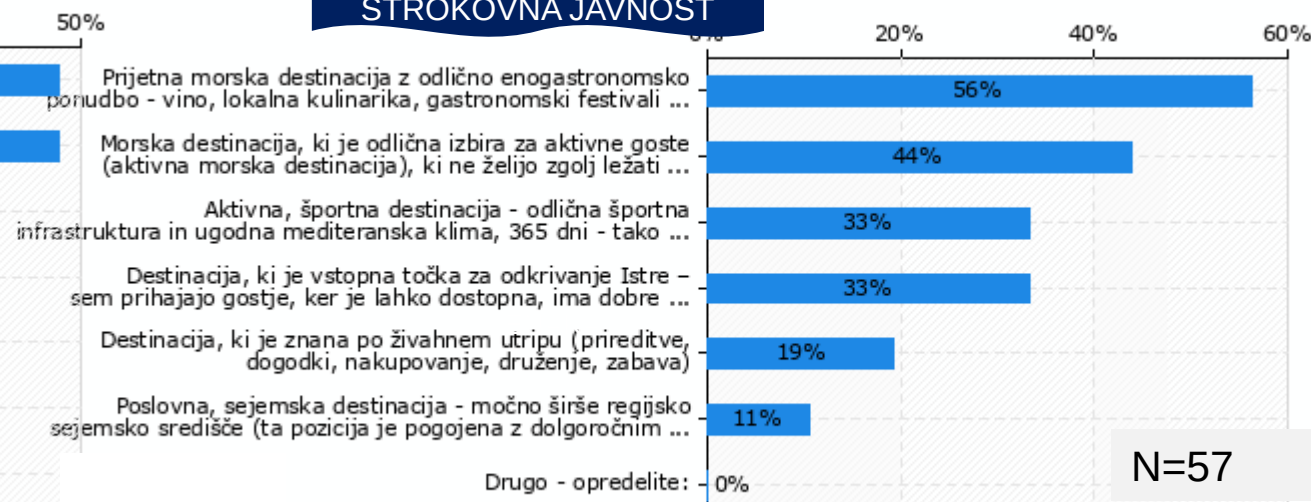
1. **Prijetna morska destinacija z odlično enogastronomsko ponudbo - vino, lokalna kulinarika, gastronomski festivali in drugo dogajanje (tako v mestu kot na podeželju) - kamor prideš na uživanje in druženje**
2. **Morska destinacija, ki je odlična izbira za aktivne goste (aktivna morska destinacija), ki ne želijo zgolj ležati na plaži, ampak biti aktivni (sprehodi, pohodniške in kolesarske ture, odkrivati podeželje, uživati v hrani, obiskovati prireditve ...)**

Anketa 2: PONUDNIKI



N=102

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST



N=57

POZICIONIRANJE KOPRA KOT TURISTIČNE DESTINACIJE

Zanimalo nas je, kateri vidik profila ponudbe vidijo prebivalci in ponudniki kot najbolj izstopajoč in potencialen za razvoj in gradnjo TRŽNE POZICIJE:

Podali smo naslednje opcije – ki med seboj se ne izključujejo, vendar pa vsaka izpostavi določen vidik:

1. Prijetna morska destinacija z odlično enogastronomsko ponudbo - vino, lokalna kulinarika, gastronomski festivali in drugo dogajanje (tako v mestu kot na podeželju) - **kamor prideš na UŽIVANJE in DRUŽENJE**
2. Obmorska destinacija, ki je odlična izbira za aktivne goste (**AKTIVNA OBMORSKA DESTINACIJA**), ki ne želijo zgolj ležati na plaži, ampak biti aktivni (sprehodi, pohodniške in kolesarske ture, odkrivati podeželje, uživati v hrani, obiskovati prireditve ...)
3. **Destinacija, ki je vstopna točka za odkrivanje Istre** – sem prihajajo gostje, ker je lahko dostopna, ima dobre povezave in od tu je mogoče raziskovati druge destinacije slovenske Istre, Hrvaško, čezmejno ...
4. Aktivna, športna destinacija - odlična športna infrastruktura in ugodna mediteranska klima, 365 dni - **tako za rekreativne obiskovalce kot športnike, ki pridejo sem na priprave**
5. **Destinacija, ki je znana po živahnem utripu** (prireditve, dogodki, nakupovanje, druženje, zabava)
6. **Poslovna, sejemska destinacija** - močno širše regijsko sejmsko središče (ta pozicija je pogojena z dolgoročnim projektom vrhunskega sejmišča)



POZICIONIRANJE KOPRA KOT TURISTIČNE DESTINACIJE - pogledi

Anketa 1: PREBIVALCI

Anketa 2: PONUDNIKI

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST

NAVEZUJE NA ŠIRŠE OBMOČJE: Pomembno bi bilo, da se Koper promovira kot destinacija, ki se navezuje na sosednja območja. Mesto svojim obiskovalcem ponuja dovolj, da jih zadrži na svojem območju, hkrati pa ponuja dober dostop do drugih slovenskih regij in sosednjih držav.

Drzna in bogata kulturno-prireditvena in športna destinacija.

NE SMEMO BITI TRANZITNA DESTINACIJA: Koper se ne bi smel pozicionirati kot spalno predmestje Pirana ali pa tranzitna točka do Hrvaške. **Koper je prva izbira za vse, ki jim je pomemben šport in hrana.** Vinske degustacije in lokalna kulinarika pridejo v poštev predvsem na podeželju. Prireditve, festivali, športne aktivnosti na morju pa v mestu. Naša družinska prijateljica iz Švice, ki že desetletja prihaja na dopust na slovensko Obalo, je lani po dolgem času bivanje v hotelu v Portorožu zamenjala s koprskim podeželjem s pogledom na morje. **Koper jo je prepričal z urejenim obmorskim parkom, koprsko podeželje pa z naravo in zelenjem. Proč od mestnega hrupa in gužve.**

KOMBINACIJA: Dejansko je možno kombinirati vse zgornje elemente. Pri tem bi bilo najboljšo čim bolj zminimalizirati funkcijo kopra kot nakupovalnega središča (kar ni turizem v polnem pomenu besede in od tega kot skupnost, razen prometnih zamaškov, nimamo ničesar). Enogastronomska festivalska ponudba pa ni dovolj, potrebno je razvijati tudi kvalitetno kulturno ponudbo (glasba, film, gledališče, likovna umetnost) in po možnosti tudi nočno življenje (koncertna in plesna prizorišča), ki je v zadnjih letih povsem zamrlo.

Potrebno je delati na jasni identiteti in še pomembneje na dostopnosti storitev ter znamenitosti, ki so del te identitete (mesto/podeželje). Če je, npr. Identiteta aktivno mesto s široko ponudbo športnih aktivnosti, morajo te aktivnosti biti urejene tako, da je za turista čim bolj enostavno (urejenost kolesarskih poti/pešpoti, ponudba športne opreme...), obiskovalec ne sme naleteti na probleme, kot so slabo označene poti, pomanjkanje opreme. V kolikor Koper želi postati celoletna destinacija, mora imeti tudi celo leto ponudbo. Turist, ki v Koper pride 1. Oktobra se ne more peljati z ladjico do Pirana, ne more si izposoditi športne opreme ali izvajati športnih aktivnosti v centru active Koper (razumljivo, da ni opreme za večino vodnih športov, a obstajajo alternative). Prav tako so pomanjkljivosti pri ponudbi dogodkov, ki so organizirani sporadično (poletje, zimski dogodki - predvsem december), premalo je izkoriščen potencial jesenskih ter spomladanskih dogodkov.

Zaradi luke Koper bo turizem v Kopru zmeraj sekundarna dejavnost in nič ni narobe s tem. Naj luka poskrbi za stanovalce, kot tudi turiste/obiskovalce, pripravi kakšen muzej zgodovine luke Koper, vodene ogleda... Naj nudi finančno pomoč turizmu in drugim panogam, ker je vodilna sila na državni ravni. Nosi veliko odgovornost. Mora poskrbeti za zaposlene, domačine in priseljence. In krepiti turizem, sicer bo poniknil.

Koper je bil po 2. svetovni vojni določen za industrijsko območje in jaz se, če bi bila tu turistka, res ne bi želela kopati z mega dvigali na dosegu roke, ko obstaja avtentična narava nekaj 10 km južneje. Je pa Koper – caput histriae v širši regiji izstopajoč po svoji kulturni dediščini. Z živo dediščino smo pa zelo šibki.

Na podeželju vzdržnost zelenega rekreativnega trajnostnega turizma, ki sloni na ohranjanju kulturne in naravne dediščine, tradicije in vaških običajev, enkratnih posebnih doživetij. V mestu pa večje prireditve, morje sonce,...

POGLED NA
POMEMBNE
TURISTIČNE
PRODUKTE + KATERI
IMAJO POTENCIAL



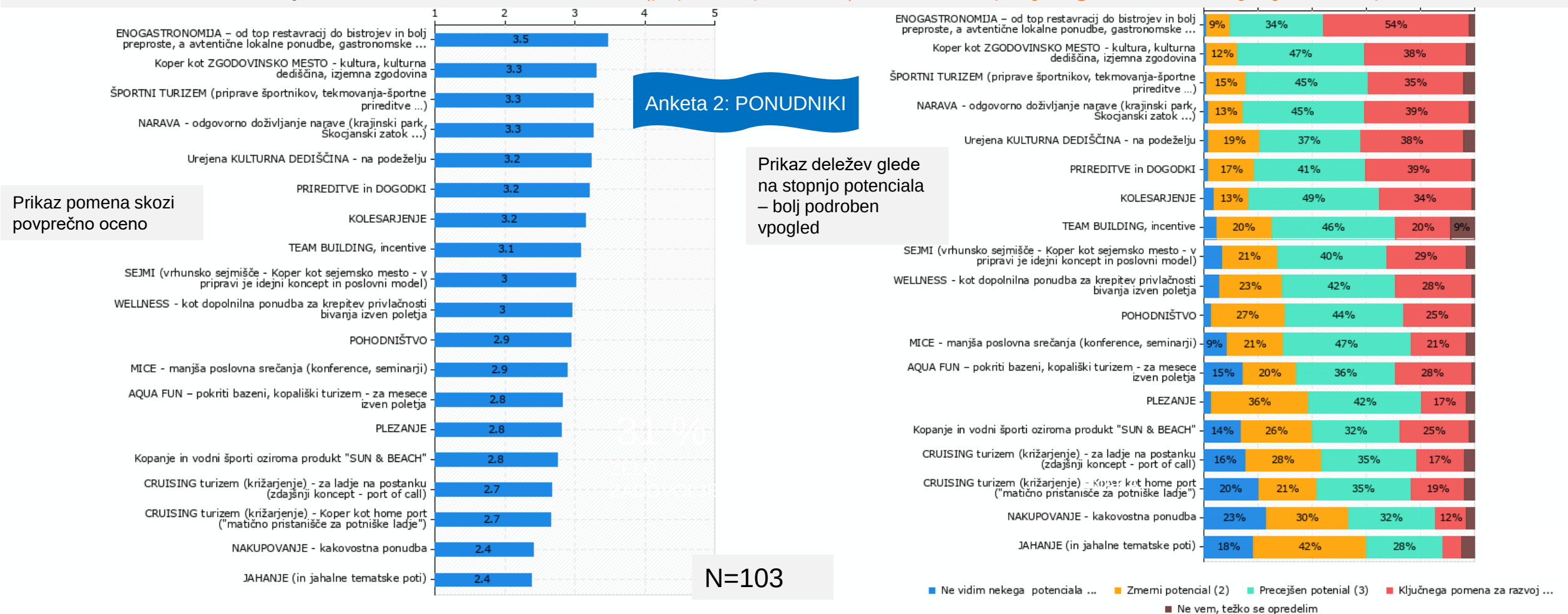
TURISTIČNI PRODUKTI - ponudniki

Ocenite pomen posameznih produktov za prihodnji razvoj in okrepitev pozicije/konkurenčnosti destinacije.

PRODUKT Z NAJVIŠJIM POTENCIALOM in statusom „Ključnega pomena za razvoj turizma in okrepitev pozicije Kopra:
ENOGASTRONOMIJA (od top restavracij do bistrojev in bolj preproste, a avtentične lokalne ponudbe, gastronomske prireditve, vino, oljkarstvo ...)

Na drugem mestu: **Koper kot ZGODOVINSKO MESTO** - kultura, kulturna dediščina, izjemna zgodovina

Na tretjem mestu: **ŠPORTNI TURIZEM** (priprave športnikov) in **NARAVA** (bolj odgovorno doživljanje narave)



TURISTIČNI PRODUKTI – strokovna javnost

Ocenite pomen posameznih produktov za prihodnji razvoj in okrepitev pozicije/konkurenčnosti destinacije.

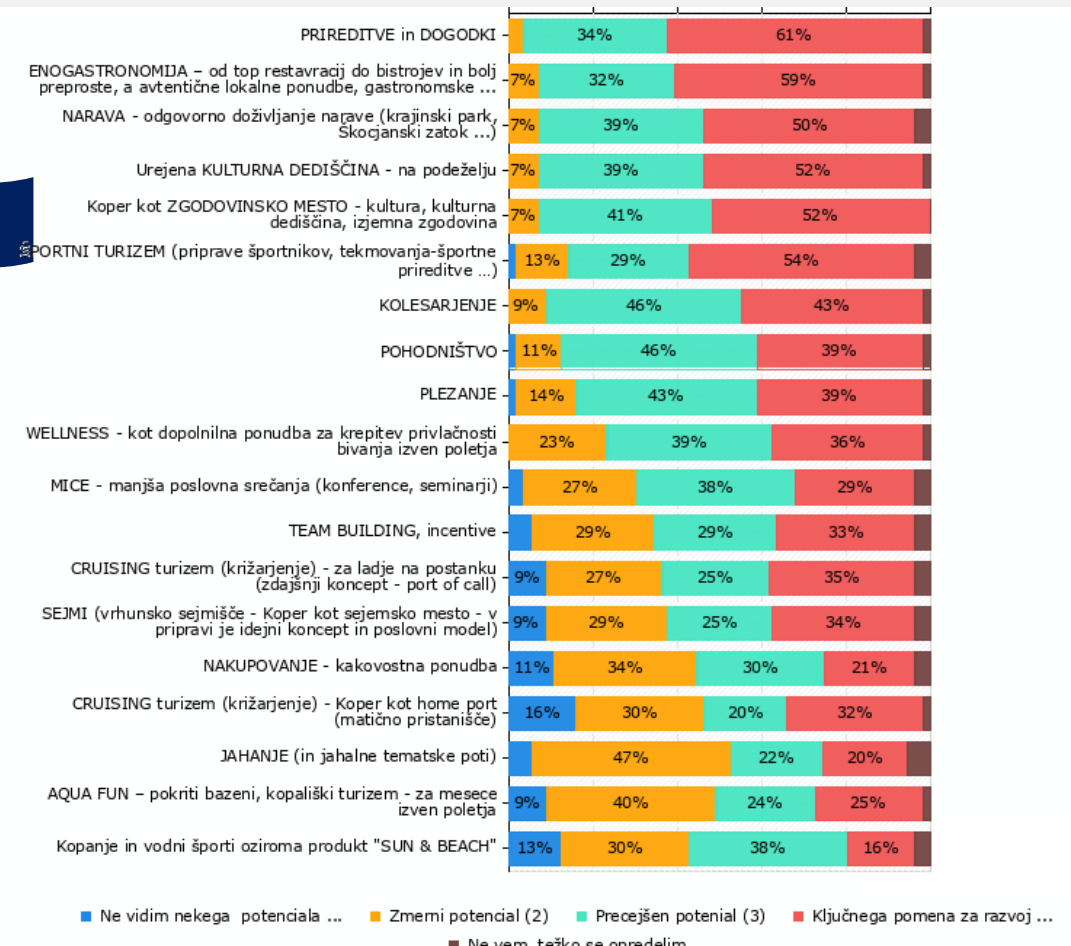
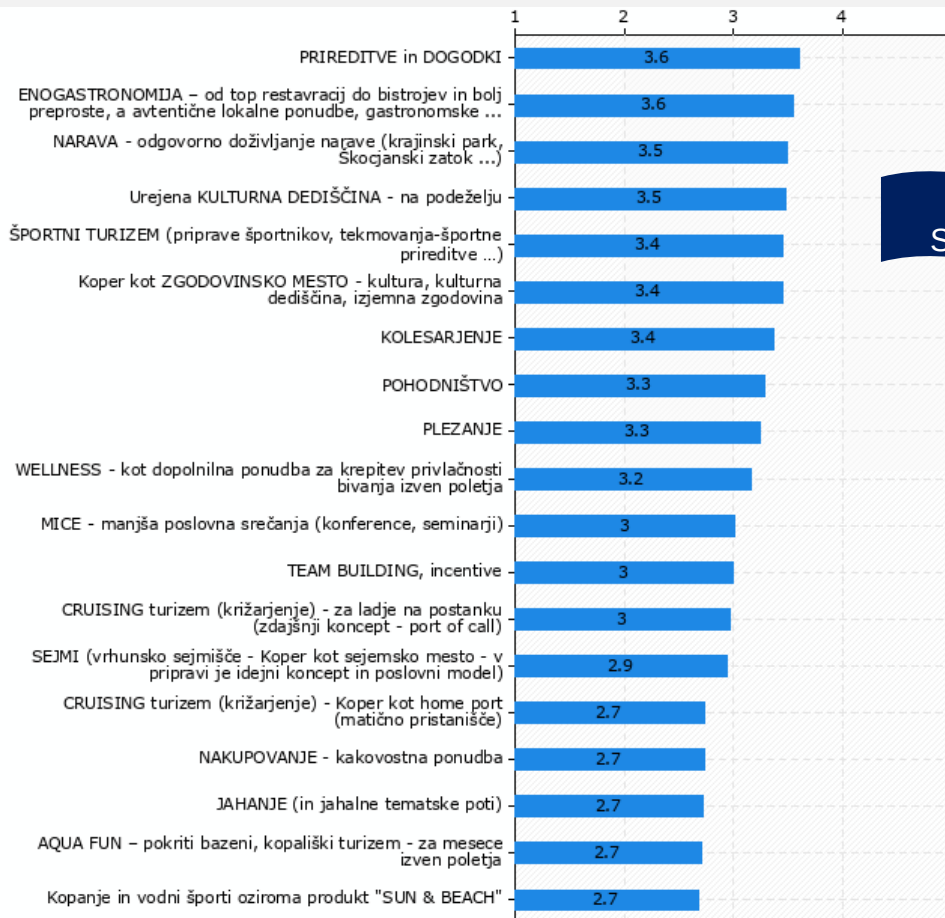
PRODUKT Z NAJVIŠJIM POTENCIALOM in statusom „Ključnega pomena za razvoj turizma in okrepitev pozicije Kopra: PRIREDITVE in DOGODKI

Na drugem mestu: **ENOGASTRONOMIJA**

Na tretjem mestu: **NARAVA (bolj odgovorno doživljanje narave) in KULTURNA DEDIŠČINA NA PODEŽELJU in Koper kot zgodovinsko mesto, zelo blizu si sledijo športni turizem, KOLESARJENJE, POHODNIŠTVO**

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST

N=56



PRODUKTNI KONCEPT KOPRA (delovni nastavek)

MOTIVI PRIHODA

(vidik, zakaj nekdo pride v Koper – kaj je njegov glavni motiv prihoda)

* Motiv je mediteranski oddih – pri čemer se gostje, ki želijo bolj mir, odločijo za bivanje na podeželju

NOSILNI PRODUKTI

(kaj ponujamo – kaj tvorijo osrednji motiv prihoda)

HORIZONTALNI POVEZOVALNI PRODUKTI

(ki so vpeti v vse produkte in motive prihoda – vendar glede na osrednji motiv v različnem obsegu)

3 OSREDNJI MOTIVA PRIHODA

AKTIVNI MEDITERANSKI ODDIH 365

(sprostitve, kopanje, vodni športi, pohodništvo, kolesarjenje, prireditve, gastronomija, raziskovanje)

= POČITNICE
NA MORJU ali PODEŽELJU*

RAZISKOVANJE

(kultura, prireditve, raziskovanje mesta in podeželja, sproščene aktivnosti v naravi, kulinarika)
KOPER, slovenska Istra, čezmejno

= TOURING

AKTIVNOSTI V NARAVI

(kolesarjenje, pohodništvo, plezanje, vodni športi, jahanje ...)

= OUTDOOR

POSEBNI INTERESI

CRUISING

POSLOVNA SREČANJA
(MICE)
(manjše konference, incentive, team-building)

ŠPORTNIKI NA PRIPRAVAH,
ŠPORTNE PRIREDITVE

KULTURA

(zgodovinsko mesto, kulturne prireditve, kulturna dediščina na podeželju)

AKTIVNOSTI V NARAVI - OUTDOOR

(pohodništvo, kolesarjenje, plezanje, vodni športi ...)

POSLOVNA SREČANJA (MICE)

(manjše konference, incentive, team-building)

ŠPORTNIKI NA PRIPRAVAH,
ŠPORTNE PRIREDITVE

GASTRONOMIJA

(kulinarika, vino, avtentični lokalni pridelki in kulinarčni festivali)

RIBIŠKI TURIZEM

(izleti z ribiškimi barkami, ribji pikniki, ribja kulinarika ...)

DOŽIVETJE NARAVE

(odgovorno in bolj umirjeno doživljanje narave)

PIREDITVE

(mesto in podeželje)

DESTINACIJSKA (5*)
DOŽIVETJA

WELLNESS, SPA

(kot podpora ponudba za krepitev privlačnosti obiska izven poletja)

CRUISING – ki koristi ponudbo in doživetja v mestu, na podeželju in se odloča tudi za ponudbo izletov po Sloveniji

CILJNI SEGMENTI

Kateri segmenti so pomembni že danes in v katerih prepoznavamo priložnost v prihodnje

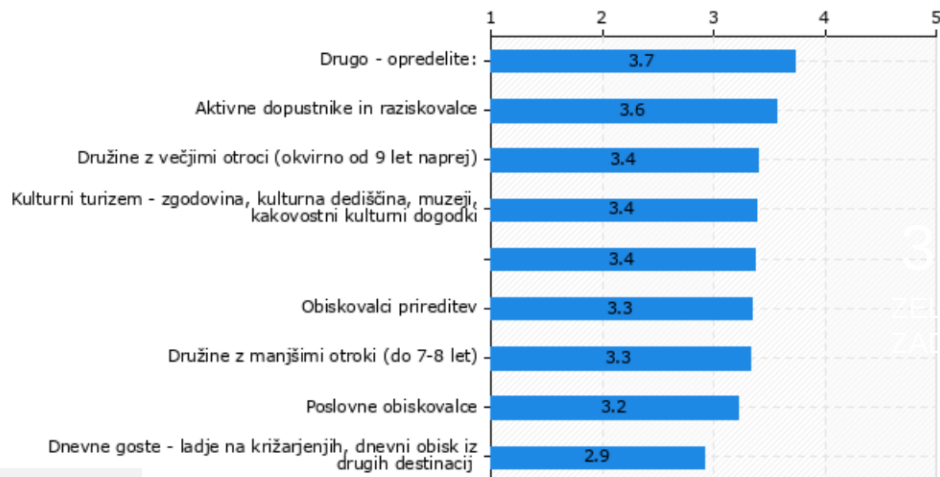
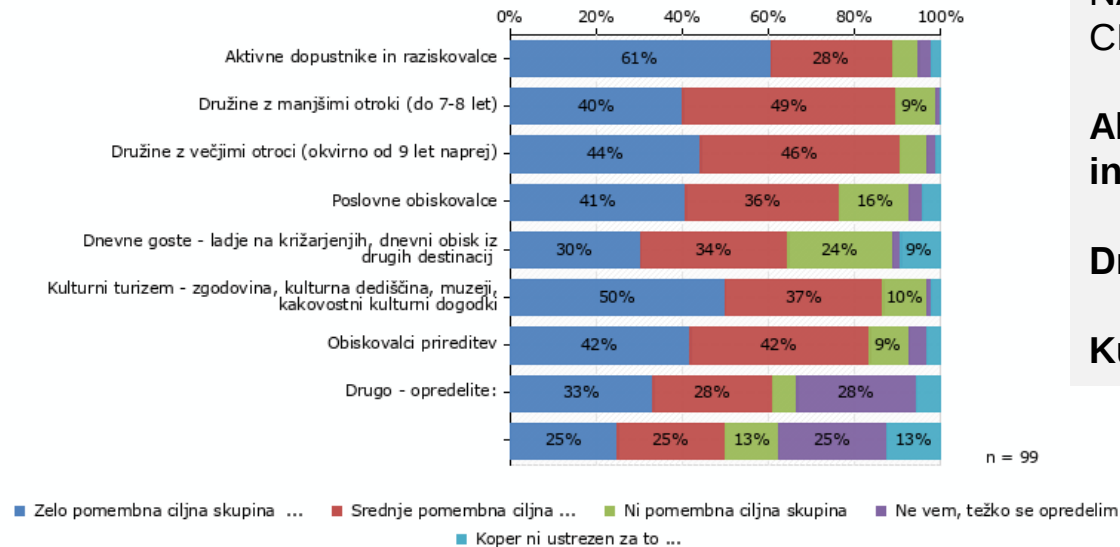


CILJNI SEGMENTI – KOGA ŽELIMO PRITEGNITI

Za koga je Koper kot turistična destinacija (torej celotno območje MOK)?

Anketa 2: PONUDNIKI

Možna do 2 odgovora



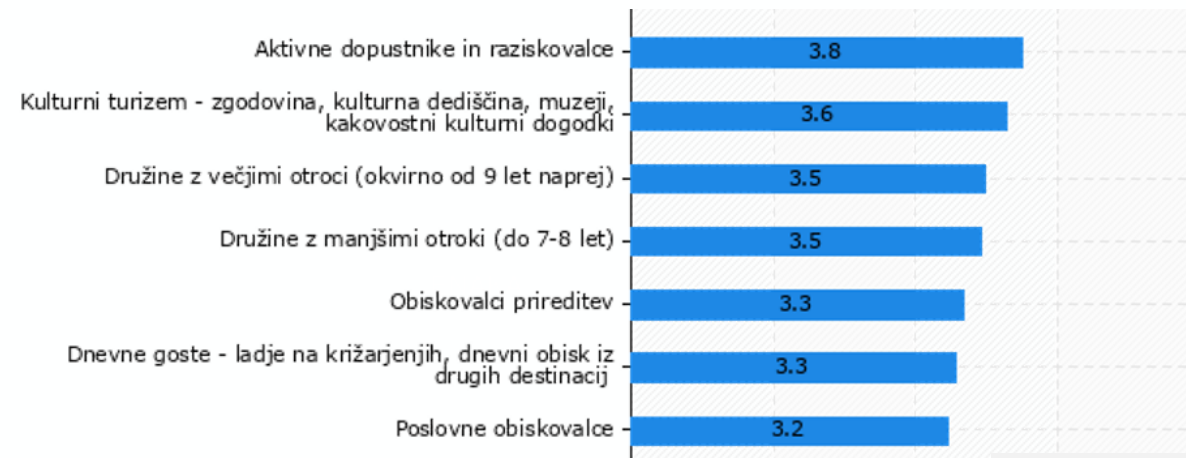
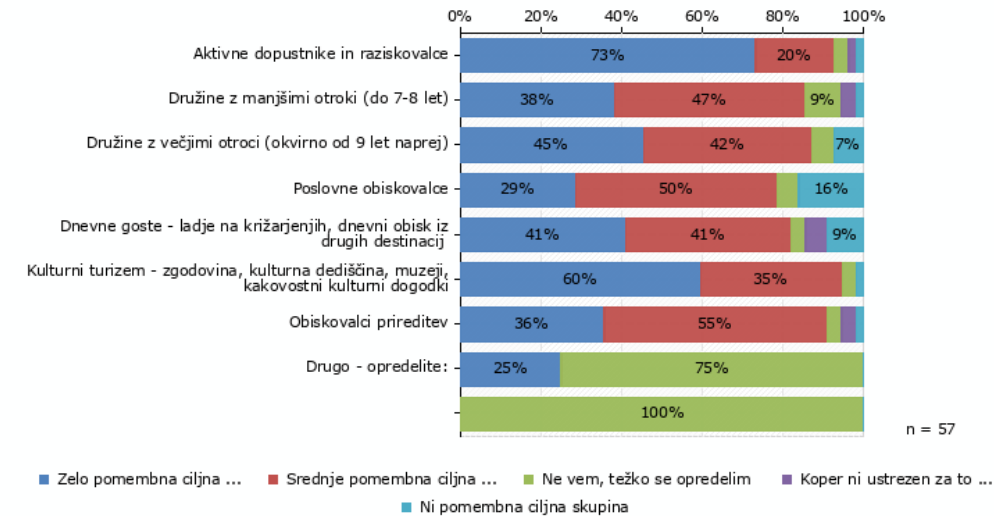
NAJPOMEMBNEJŠA CILJNA SKUPINA:

Aktivni dopustniki in raziskovalci

Družine

Kulturni turizem

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST



CILJNI SEGMENTI (delovni nastavek)

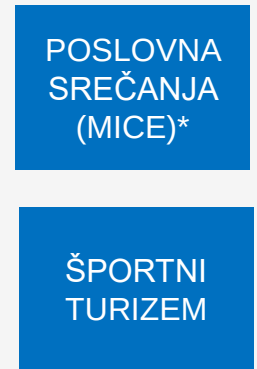
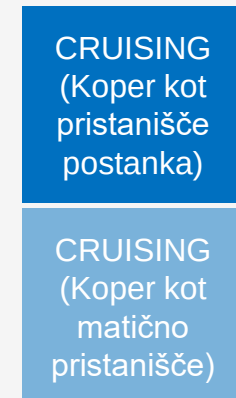
MOTIVI PRIHODA

(vidik, zakaj nekdo pride v Koper – kaj je njegov glavni motiv prihoda)

OSREDNJI MOTIVI PRIHODA

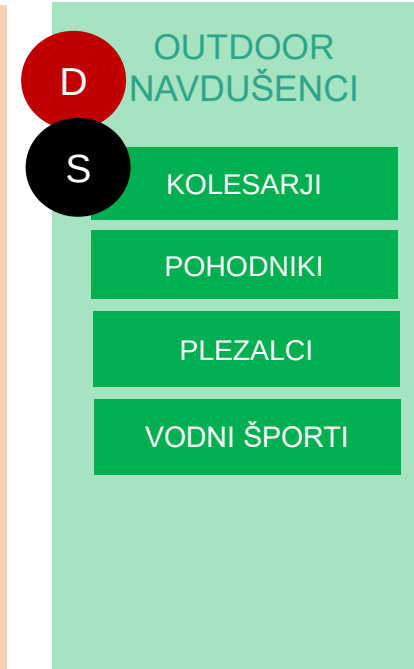
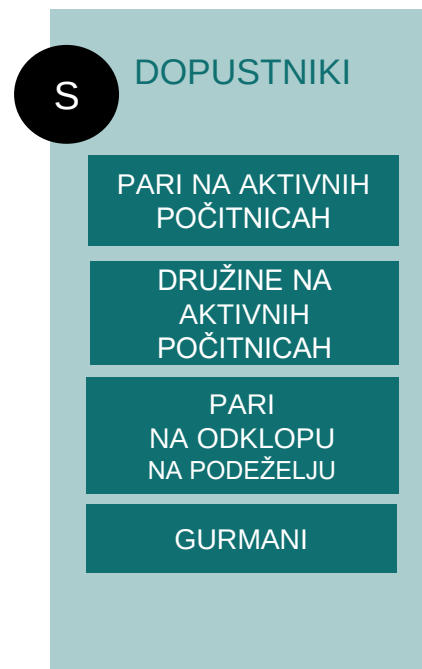


POSEBNI INTERESI



SEGMENTI

S STACIONARNI
D DNEVNI GOSTJE



POGLED NA
PRILOŽNOSTI
(in preverjanje podpore
nekaj identificiranim
večjim projektom)



POGLED NA PRILOŽNOSTI

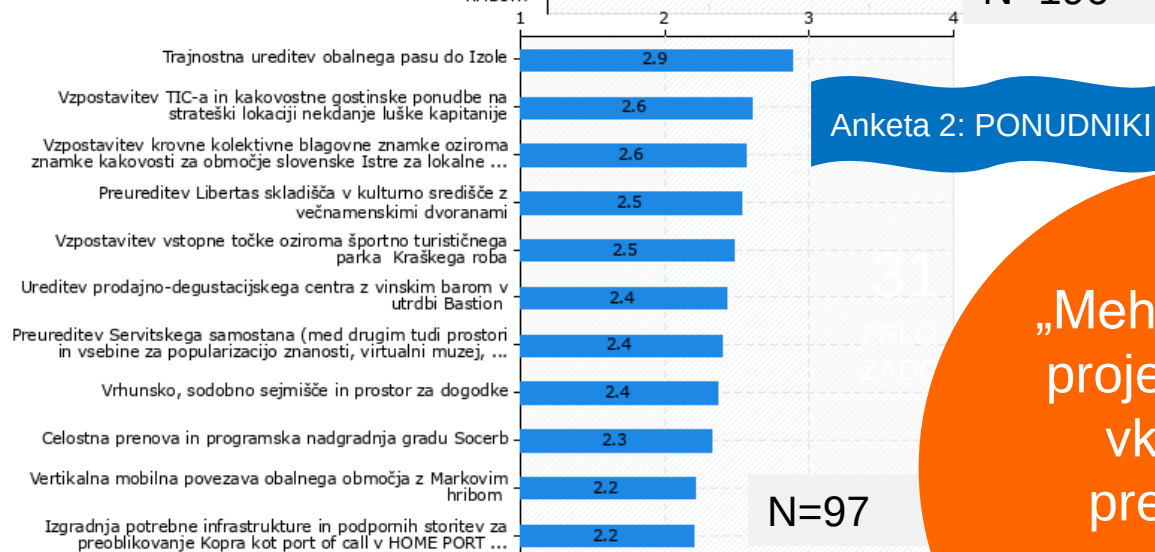
V nadaljevanju je navedenih nekaj identificiranih infrastrukturnih projektov, ki so pomembni za turizem, pa tudi širše (ki so sicer v različnih razvojnih fazah - od tega, da so nekateri že v teku, do nekaterih, ki so na ravni ideje) - prosimo za vaš pogled oziroma oceno pomena.



NAJVIŠJE DELEŽE ODGOVOROV STA DOBILA:

1. Trajnostna ureditev obalnega pasu do Izole
2. Na druge mestu celostna prenova in programska nadgradnja gradu Socerb
3. Prebivalci in ponudniki so na tretje mesto (strokovna javnost na četrto) dali **kolektivno blagovno znamko slovenske Istre**
4. Ostali projekti so dobili tudi kar enotno podporo

NAJNIŽJE JE BILA PODPORA projektu Kopra kot matičnega pristanišča



Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST



„Mehki in manjši projekti niso bili vključeni v preverjanje.“

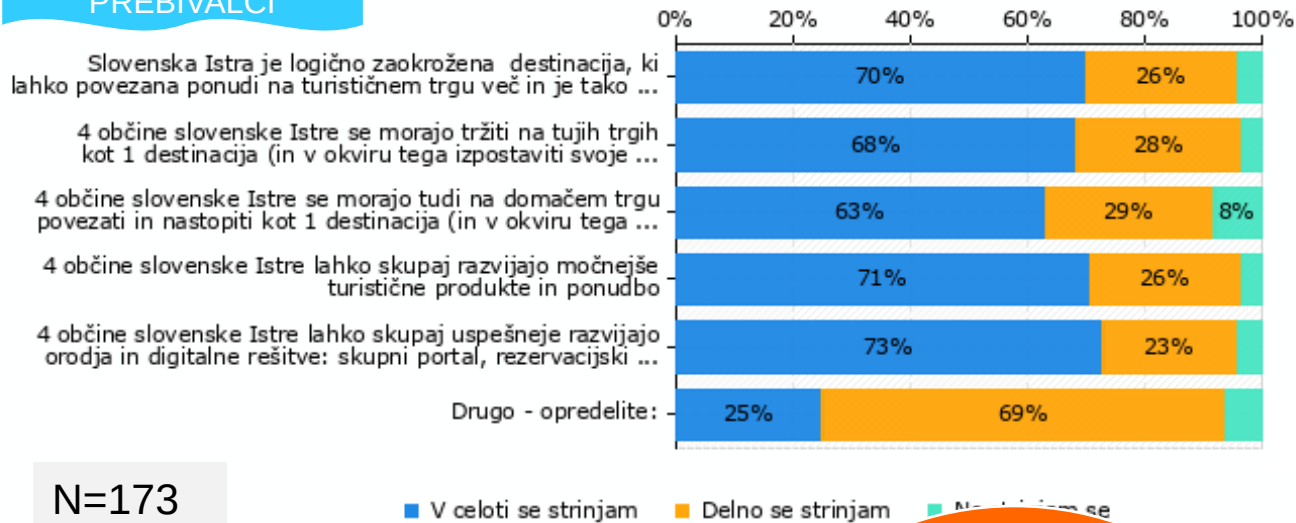
POGLED NA
POVEZOVANJE
(SLOVENSKA ISTRA)



POGLED NA POVEZOVANJE - ponudniki

Kakšen je vaš pogled na povezovanje in sodelovanje v okviru slovenske Istre (občine Ankaran, Izola, Koper in Piran)?

Anketa 1: PREBIVALCI



Pomen skupnega nastopa na trgu je bil izpostavljen tudi v številnih komentarjih.

Velika podpora sodelovanju in skupnemu nastopu na trgu kot slovenska Istra

► kar bo konkretizirano v skupni regijski strategiji turizma (v teku do pomladi 2024)

Visoke stopnje strinjanja z vsemi trditvami glede povezovanja v okviru SLOVENSKE ISTRE:

NAJVIŠJA STOPNJA STRINJANJA:

4 občine slovenske Istre lahko skupaj razvijajo močnejše turistične produkte in ponudbo.

JASNA PODPORA TUDI DRUGIM TRDITVAM:

- Slovenska Istra je logično zaokrožena destinacija, ki lahko povezana ponudi na turističnem trgu več in je tako bolj konkurenčna
- 4 občine slovenske Istre se morajo tržiti na tujih trgih kot 1 destinacija (in v okviru tega izpostaviti svoje različne identitete).

NAJNIŽJA STOPNJA STRINJANJA ZA TRDITEV – PRIČAKOVANO, a še vedno se 63 % strinja:

4 občine slovenske Istre se morajo tudi na domačem trgu povezati in nastopiti kot 1 destinacija (in v okviru tega izpostaviti svoje različne identitete).

POGLED NA POVEZOVANJE (več vprašanj) – ponudniki in strokovna javnost

Vaš pogled na povezovanje in sodelovanje v okviru slovenske Istre. Kje vidite ključne potenciale?

Visoko strinjanje glede sodelovanja v okviru slovenske Istre!

KJE KONKRETNO?

Anketa 2: PONUDNIKI

PRIREDITVE
(usklajevanje in informiranje)

SKUPNI PRODUKTI

SKUPNI DIGITALNE REŠITVE

SKUPNI DIGITALNE REŠITVE IN rezervacije

SKUPNA KOLEKTIVNA BLAGOVNA ZNAMKA

SKUPNA KARTICA

ANALITIKA IN RAZISKAVE

Ob večjih prireditvah skupno trženje HOTELOV

SKUPNI MORSKI PROMET

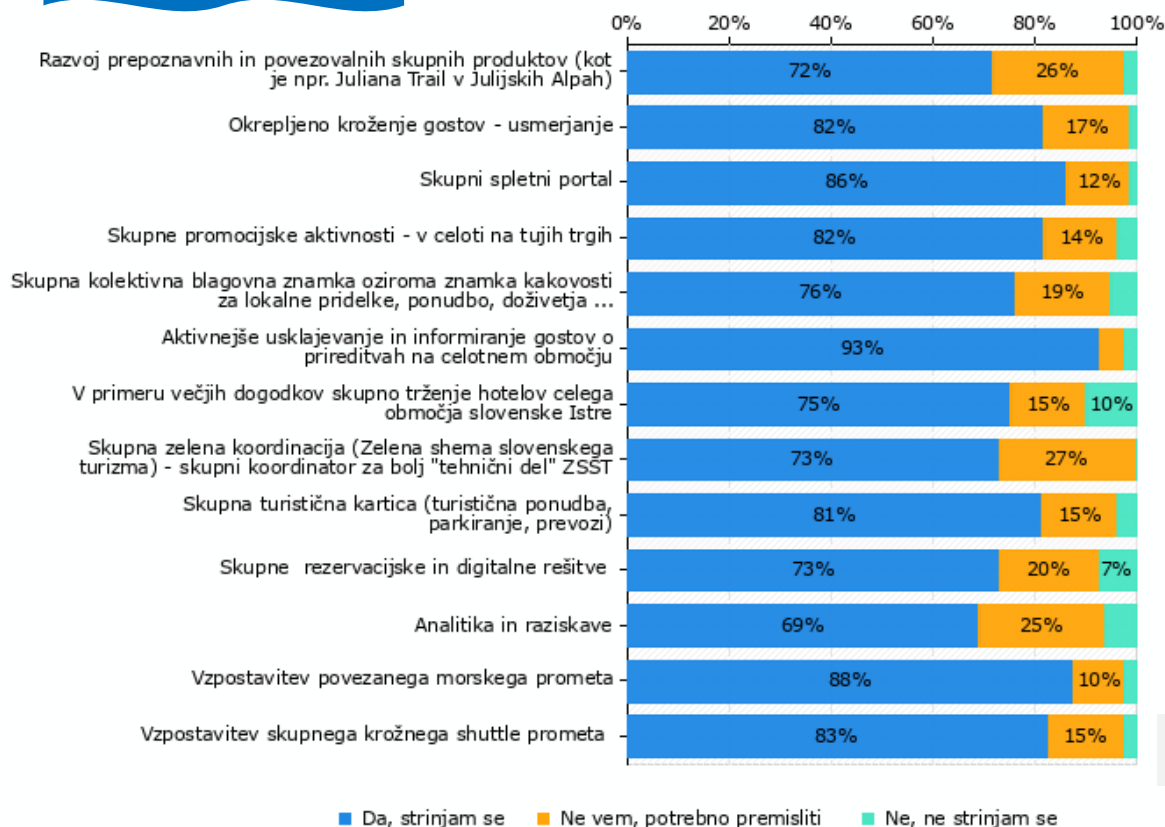
SKUPNI SPLETNI PORTAL

KROŽENJE GOSTOV (usmerjanje)

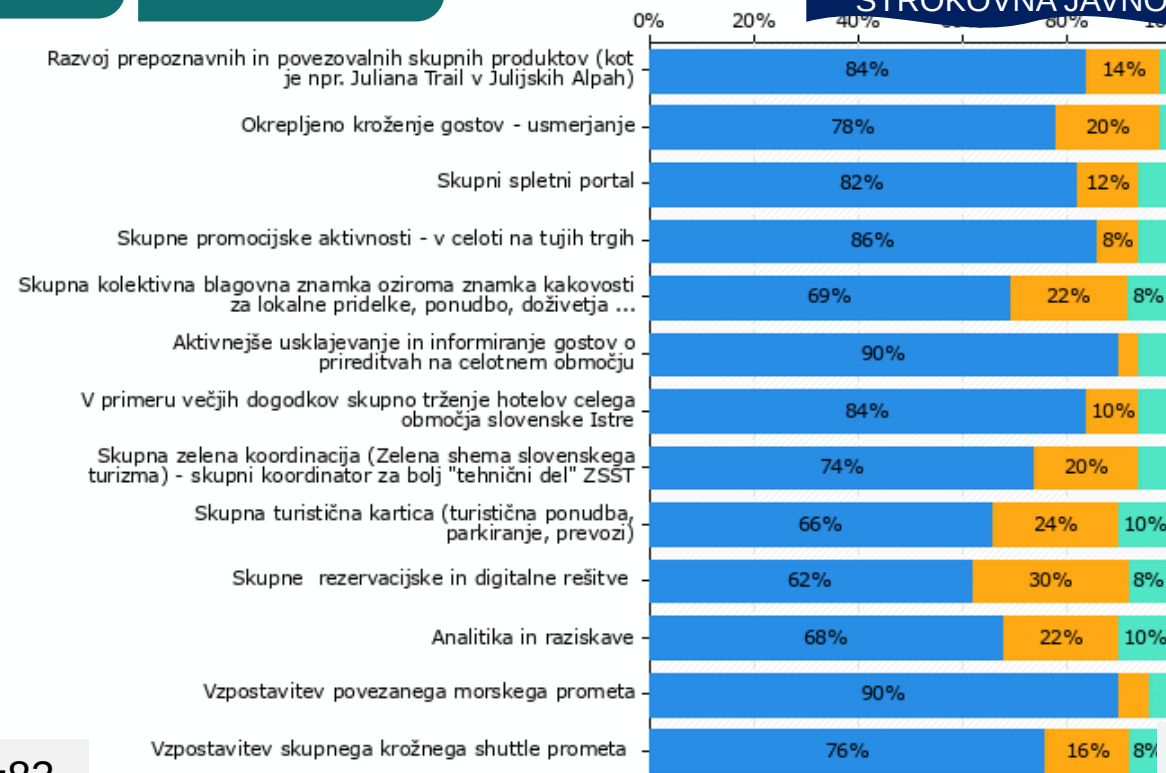
SKUPNA PROMOCIJA (v celoti tuji trgi)

SKUPNA ZELENA KOORDINACIJA

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST



N=83



N=50

Visoko strinjanje glede
sodelovanja v okviru
slovenske Istre!

SKUPNA ZNAMKA
SLOVENSKE ISTRE

LOVE ISTRIA

JE ŽE
VZPOSTAVLJENA

PRIREDITVE
(usklajevanje in
informiranje)

SKUPNI
DIGITALNE
REŠITVE

SKUPNA
KOLEKTIVNA
BLAGOVNA
ZNAMKA

KJE KONKRETNO?

SKUPNI
MORSKI
PROMET

SKUPNI
DIGITALNE
REŠITVE IN
rezervacije

SKUPNI
PRODUKTI

SKUPNI
SPLETNI
PORTAL

SKUPNA ZELENA
KOORDINACIJA

ZELO VELIKO
PROJEKTOV in
PRILOŽNOSTI.

**Ključne bodo
prioritete in fokusi.**

KROŽENJE
GOSTOV
(usmerjanje)

ANALITIKA IN
RAZISKAVE

SKUPNA
KARTICA

SKUPNA
PROMOCIJA (v
celoti tuji trgi)

ENAKA

Ob večjih prireditvah
skupno trženje
HOTELOV



SODELOVANJE V OKVIRU SLOVENSKE ISTRE – pogledi prebivalcev

Še vedno se ločujemo na slovensko Istro in s tem distanciramo od hrvaške Istre in ravno tako od Italije.

Morda bi kazalo razmišljati, koliko in do katere mere bi bilo smiselno povezovanje s hrvaško Istro pri predstavljanju in trženju destilacije v tujini?

Pomembno je tudi povezovanje s sosednjimi destinacijami. Slovenske regije oz. Deli regij so tako majhni, da je povezovanje nujno (s Krasom, hrvaško Istro, Furlanijo-julijsko krajino, Primorsko-notranjsko regijo, Goriško, Gorenjsko, prav tako pa tudi skupno trženje, pri čemer se izpostavlja svoje identitete.

Seveda se morajo vse občine povezovati, a morajo ohraniti svojo drugačnost in različnosti.

Istra je zelo prepoznavna regija doma in zunaj in je le 1. Ne vidim potrebe po dodatnem izpostavljanju slovenska Istra, ker bo potrebno veliko več energije in časa.

Prevelika osredotočenost na povezovanje Kopra z drugimi tremi občinami je lahko velika past in ovira pri ustvarjanju potenciala Kopra.

Pomorska povezanost mest čez celo leto kot identifikacija prebivalcev z morjem.

V vsako sodelovanje se vstopa iz različne pozicije - pazite, da ne bo potem samo Portorož in Piran zmagovalec takega sodelovanja.

Anketa 1:
PREBIVALCI

Se strinjam z vami, da pišete "slovenska (z malo!) Istra" v smislu, da je to del Istre, ki je v Sloveniji. Nikakor to ni geografski pojem, da bi ga morali pisati z veliko. Geografsko je to celotna Istra. Nič ne bi bilo narobe, da bi se v sodelovanju s Hrvati na tujem predstavila celotna Istra.



V ČEM JE KOPER POSEBEN, KAJ PRINAŠA V SLOVENSKO ISTRO – pogledi ponudnikov

Anketa 2: PONUDNIKI

Če pogledamo Koper, ocenjujem da je največja prednost lega oz. pozicija, ker smo dobesedno na sredini dogajanja = v radiusu 200 km zajamemo, Triglav, Benetke, celo Istro, ožje gledano pa zaledje Kopra in Kraški rob.

Hvala, da ste vprašali. Naj pomorski turizem 3s razvija piran, ki ima izkušnje. Koprčani pa naj promovirajo veliko mesto Koper, ki je samo njihovo. Če pa hočejo poseči v delitev dela med občinami, potem pa naj postanejo vodilna destinacija celotnega slovenskega istrskega podeželja, morda tudi širše, če se jim bo uspelo dokazati.

Ne rabi; zaradi plaze pridejo-a to imajo vsi. Prednost: živahna destinacija s številnimi dogodki in festivali, moderna in dostopna s prostranim podeželjem od koder izhaja avtohtono kulinarčna ponudba in kultura.

Drugačen je v tem da je največje mesto na obali in občina in ima največjo infrastrukturo in pestrost. Je najbližje mesto če prihajaš iz notranjosti, direktni avtocestni dostop.

Koper naj postane vodja destinacij v slov. Istri. Tako kot mu to prisoji.

Imamo super strateško pozicijo med Italijo in Hrvaško. Treba je okrepiti mednarodne povezave.

V vsako sodelovanje se vstopa iz različne pozicije - pazite, da ne bo potem samo Portorož in Piran zmagovalec takega sodelovanja.

Koper je lahko najbolj prepoznavna po: - prodaji sveže in posušene zelenjave, - domačih istrskih jedi (kot istrska odprta kuhna)

Koper naj razvija športno infrastrukturo

Naj ne bo Koper kot \'capo d\'istria\' le po imenu!!.....če obrnemo malo na hec.....).....\'"capo d\'istria: di nome e di fatto"....ali bolj po \'staro\'....\'nomen est omen\'.... Koper ima zgodovinsko 4 imena (!)....če tu ni dovolj materiala za trženje.....:)

V Kopru ne vidim potrebe po večjih hotelih, ker to ponuja Portorož. Ponudba nastanitev je dobra in dokaj raznolika - menim, da Koper ne bo nikoli 5 zvezdična destinacija. Delati bi bilo treba na ponudbi raznovrstnih aktivnosti, ki bi privabile obiskovalce skozi vse leto. Potem bi se tudi več mladih odločalo za poklice v turizmu, saj ne bi slo le za sezonsko delo.

V ČEM JE KOPER POSEBEN, KAJ PRINAŠA V SLOVENSKO ISTRO – pogledi strokovne javnosti

Anketa 3:
STROKOVNA JAVNOST

Koper ima pred ostalimi mesti v Istri prednost, da ponuja tako rekoč vse. Z novo plažo je končno poskrbljeno dostojno kopališče, mesto ima dobro urejene sprehajalne in kolesarske poti. Je dobra izhodiščna točka za obisk okoliških vasi, prav tako pa dražjega Pirana in Trsta.

Prednost Kopra je bogato zeleno podeželje in Kraški rob ter športna infrastruktura in prireditveno dogajanje. Menim, da se ne rabi osredotočati na kongresni turizem in poslovne dogodke, ker je ta segment močno razvit v destinaciji Portorož-Piran, prav tako ne rabi v ospredje postavljati segmenta sun&beach ter wellness turizma.

Koper lahko prevladuje na področju športnega turizma, ker ima dovolj potencialov za tovrstni razvoj. Vsekakor Koper ne sme postati destinacija, ki ponuja samo namestitev in plažo.

Koper mora postati Capodistria! Trend setter - vodilna vloga na področju enogastronomije - kulturne in zgodovinske dediščine ter razno raznih prireditev od športnih, kulturnih, zabavnih,...

Koper se lahko razvije v butično destinacijo s poudarkom na zgodovini

Koper je drugačen že zaradi pristanišča, ki pa ga moremo pravilno vključiti in uporabiti, ne nazadnje tudi kot turistični produkt. Morda bi bilo nesmiselno na hitro graditi velike hotelske komplekse in wellnes centre, ker le te že imamo v drugih občinah.

Koper ne potrebuje več trgovskih centrov in trgovin na obrobju mesta. Potrebno se je osredotočiti na oživljanje mestnega jedra in spodbujanje kulture mesta. Na podeželju sodelovati s krajski, urediti infrastrukturo, spodbujati delovanje društev, saj so pomemben element razvoja kulturnih prireditev, dediščine itd., urediti prostore za druženje, za dogodke in mlade, ter jih spodbujati, da ostanejo v kraju; povezovanje s starejšimi glede domače obrti - prenos znanja, razvijanje podjetniških veščin,

Je največji in že to je prednost, zlasti podeželje je bistveno večje in bolj raznoliko v primerjavi z drugimi tremi občinami - prisotnost univerze in študentov v mestu - pristanišče kot turistična atrakcija - po vzoru velikih pristanišč, ki še bolj tržijo ta produkt.

Destinacija za turiste s križark, zelo dobra športna infrastruktura, trgovsko središče slovenske Istre (potrebno pripeljati kvalitetne trgovine in znamke - pomanjkanje)

Je najbolj severno istrsko mesto, ima veliko pristanišče, je skorajda na izhodišču Paranzane, ima zelo bogato zgodovino itd. Na temu je potrebno graditi.

Koper lahko prevladuje na področju športnega turizma, ker ima dovolj potencialov za tovrstni razvoj. Vsekakor Koper ne sme postati destinacija, ki ponuja samo namestitev in plažo.

Mislim, da je Koper najmanj turističen in je zato lahko zelo pristen in drugačen, saj Koper v primerjavi z ostalimi obalnimi občinami še vedno ohranja več lokalnega prebivalstva. To bi bilo dobro, če je tudi naprej nadaljnja skrb kopra, saj turisti ne marajo kulise in se vedno bolj obračajo na pristne destinacije. Vsekakor je tu možnih še veliko izboljšav in spodbud. Veliki plusi so skrb za mlade, univerza, kakovostne možnosti zaposlitve, vendar je treba na temu še naprej graditi. Nujno povezovanje gospodarstva in turizma je lahko vsekakor velika prednost kopra. (primer Hamburga)

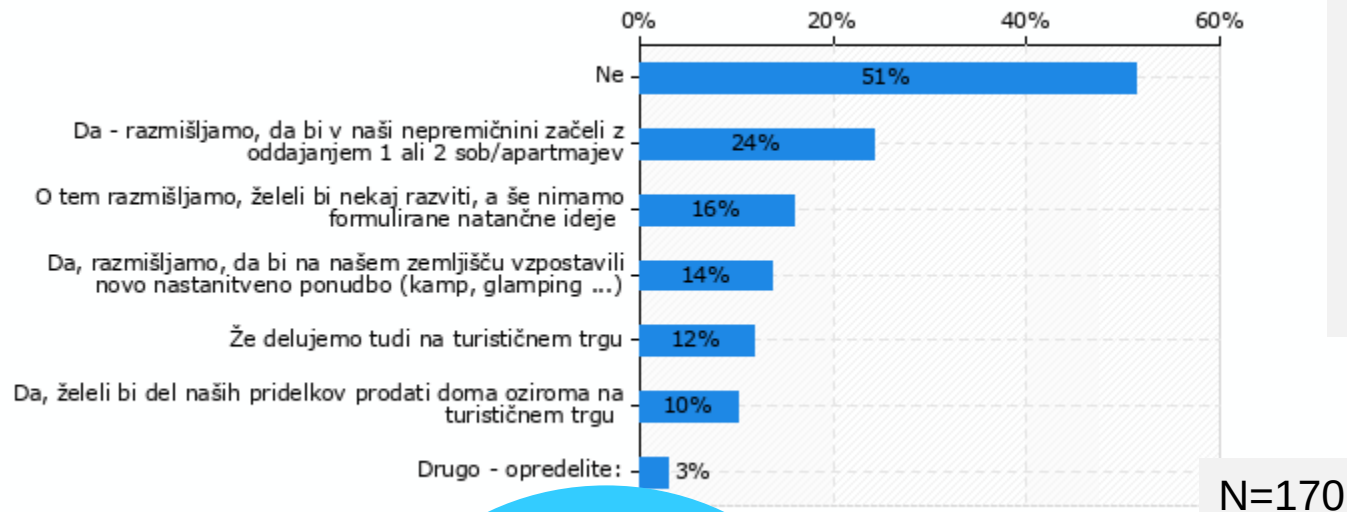
NAČRTI VLAGANJ V TURIZEM



NAČRTI ZA VLAGANJA V TURIZEM - PONUDNIKI

Zanima nas, ali morda razmišljate, da bi vašo storitev, pridelke ali nepremičnino ponudili na turističnem trgu?

Anketa 1: PREBIVALCI



Iz odgovorov je mogoče razbrati, da ljudje razmišljajo o potenciali turizma in s turizmom povezanih dejavnosti.

POD DRUGO SO OPREDELILI:

- Samo v miru živeti meščansko življenje
- Prestara
- Posebnosti zaradi staranja prebivalstva in klimatskih sprememb
- Želela bi sodelovati pri idejah
- Nimam nepremičnin, smo v najemu, živimo in delamo v Kopru, nismo turisti, poskrbite za nas

- 51 % je dejalo, da ne načrtuje a bi pridelke ali nepremičnino ponudili na turističnem trgu
- A kar četrtina je dejala, da razmišlja, da ni v svoji nepremičnini začeli oddajati z 1 ali 2 apartmajema
- Desetina pa bi želela svoje pridelke prodajati tudi na turistične m trgu

NAČRTI ZA VLAGANJA V TURIZEM

Zanima nas, ali morda razmišljate, da bi vašo storitev, pridelke ali nepremičnino ponudili na turističnem trgu?

PONUĐNIKI:

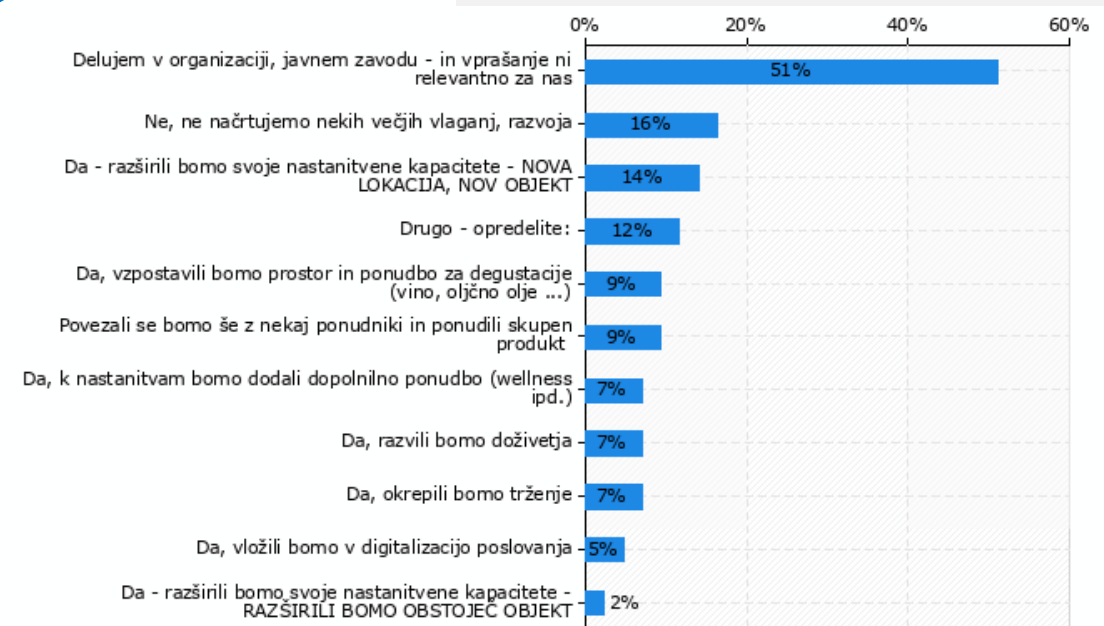
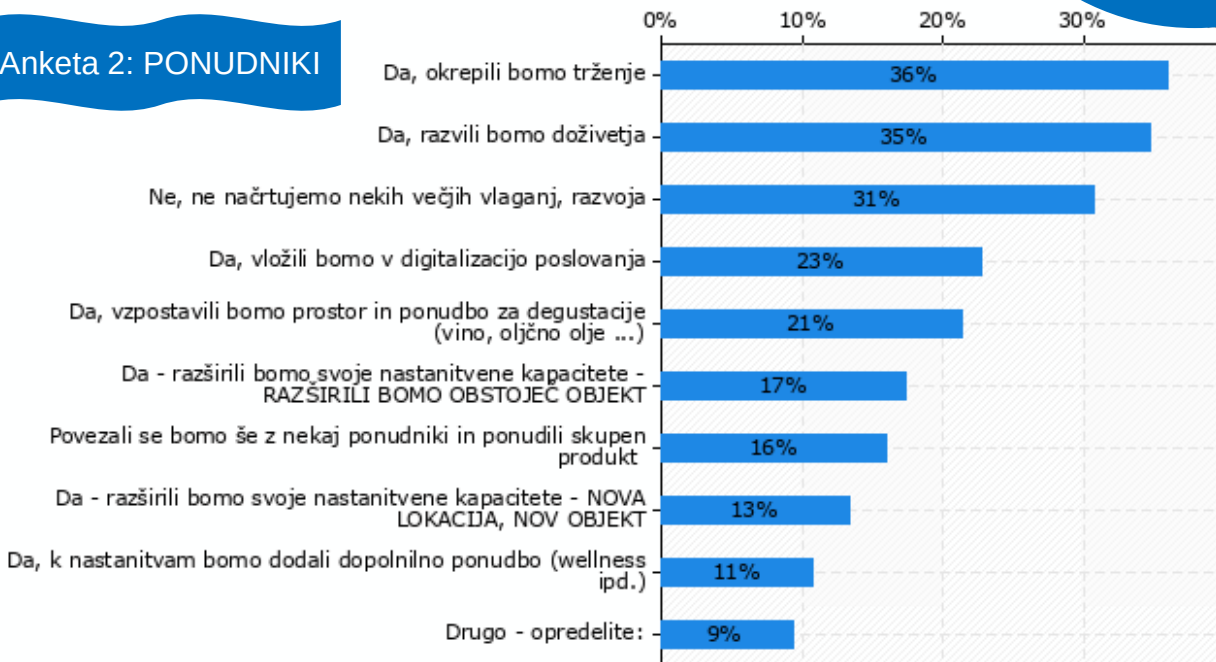
- Največji delež ima načrt okrepiti trženje (36 %)
- 35 % ima načrt razvijati doživetja
- 31 % ne načrtuje večjih vlaganj
- 23 % načrtuje vlaganja v digitalizacijo
- 21 % v prostore za degustacijo
- 17 % načrtuje širitev objekta
- 16 % povezovanje
- 13 % pa načrtuje nov objekt

**ZELO POZITIVNI
ODGOVORI –
saj gre za
vlaganja tudi v
produkte, dodatno
ponudbo, trženje,
digitalizacijo in ne
le nastanitve.**

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST

**Odgovori strokovne javnosti niso
toliko relevantni, saj je bil večinski
delež zaposlenih v javnem sektorju.**

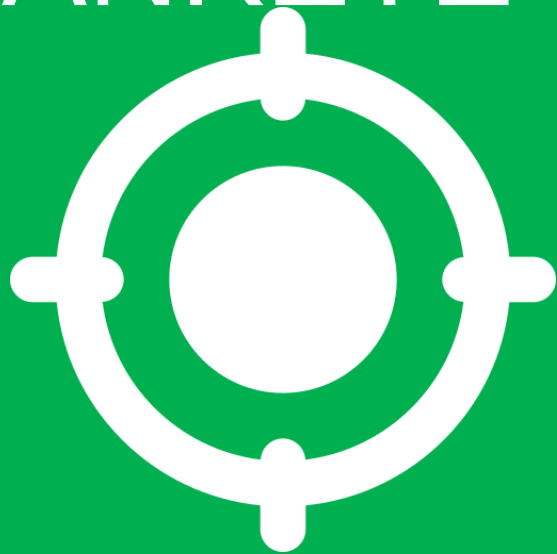
Anketa 2: PONUĐNIKI



n = 75

n = 43

4. SKLOP ANKETE

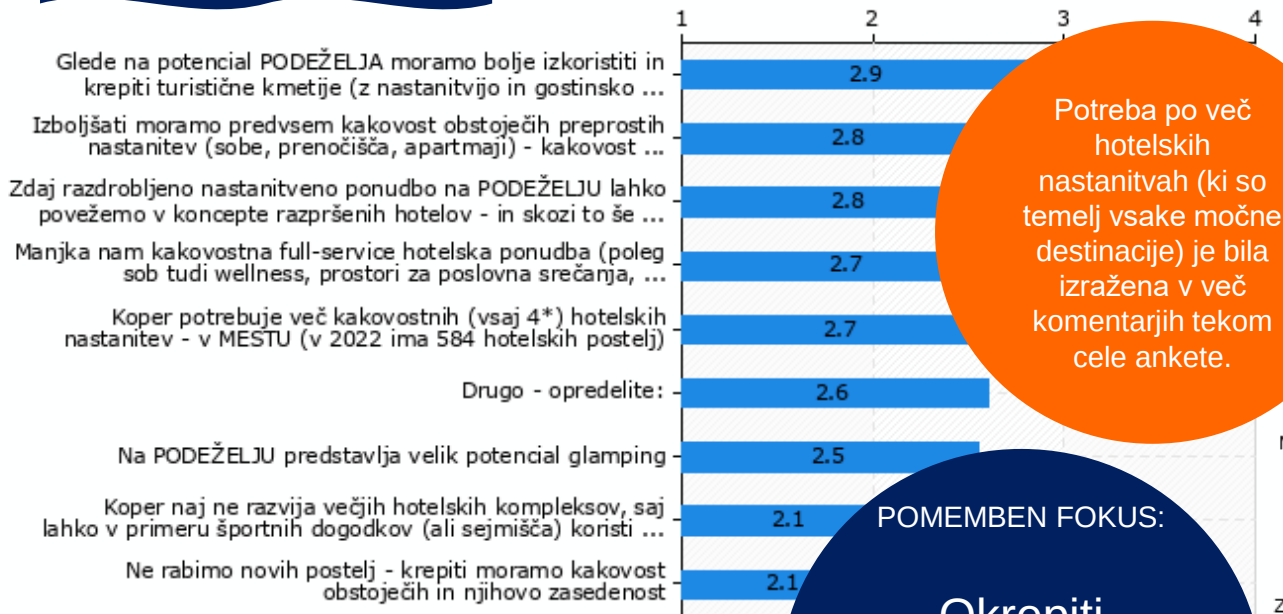


BOLJ POGLOBLJEN
POGLED NA POMEMBNE
STRATEŠKE SMERNICE
(samo strokovna javnost)

NASTANITVE

MOK ima po podatkih SURS v letu 2022 5.307 vseh ležišč (4.885 stalnih), kar je visoka rast od 1.821 vseh ležišč v letu 2015. Hoteli predstavljajo 13 % (70 % v kategoriji 3*), največji delež (32 %) pa apartmaji. V sredini junija je v RNO AJPES bazi registriranih 919 ponudnikov, a na dan 19.6.2023 je bilo od tega še vedno kar tretjina neaktivnih. V nastanitveni ponudbi je močen segment tudi sobodajalstvo (11,4 % v celotni ponudbi), sobe so v pretežni meri kategorizacije 1*, 2** in 3

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST



Precej nejasna opredelitev glede tega, ali Koper rabi več ležišč (NE RABIMO: 39 % se delno strinja, 31 % se ne strinja).

Potreba po več hotelskih nastanitvah (ki so temelj vsake močne destinacije) je bila izražena v več komentarjih tekom cele ankete.

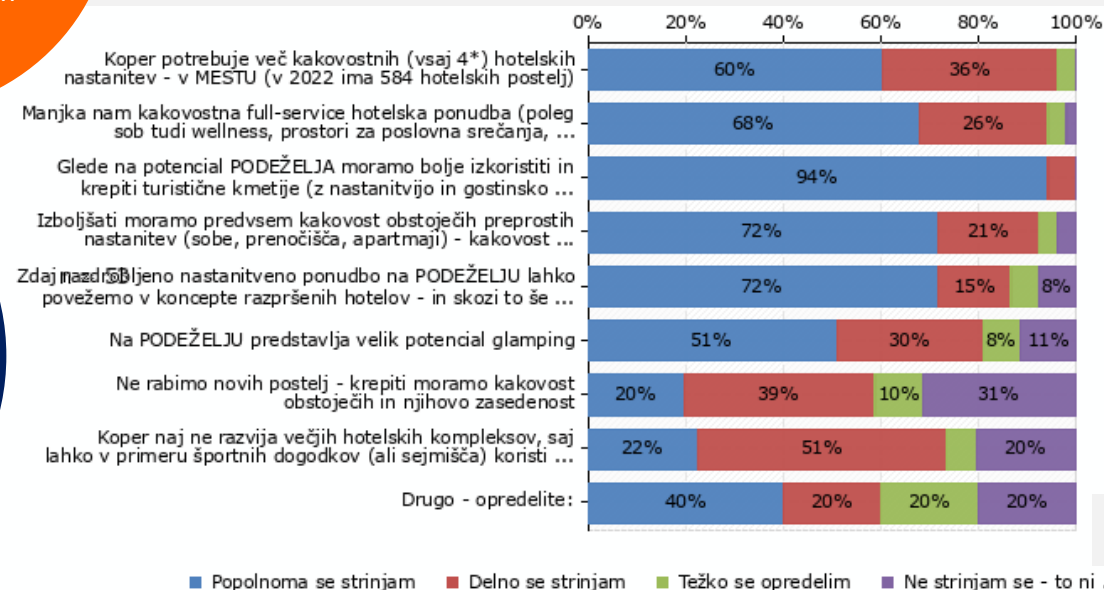
POMEMBEN FOKUS:

Okrepiti kakovost obstoječih preprostih nastanitev

KAJ POTREBUJEMO:

- Krepiti turistične kmetije na PODEŽELJU** (nastanitev z gostinsko ponudbo, potencial tudi glamping); potencial tudi v konceptu razpršenih hotelov

Kakovostna hotelska full-service ponudba (MESTO) oziroma več kakovostnih (vsaj 4**) nastanitev v mestu)**

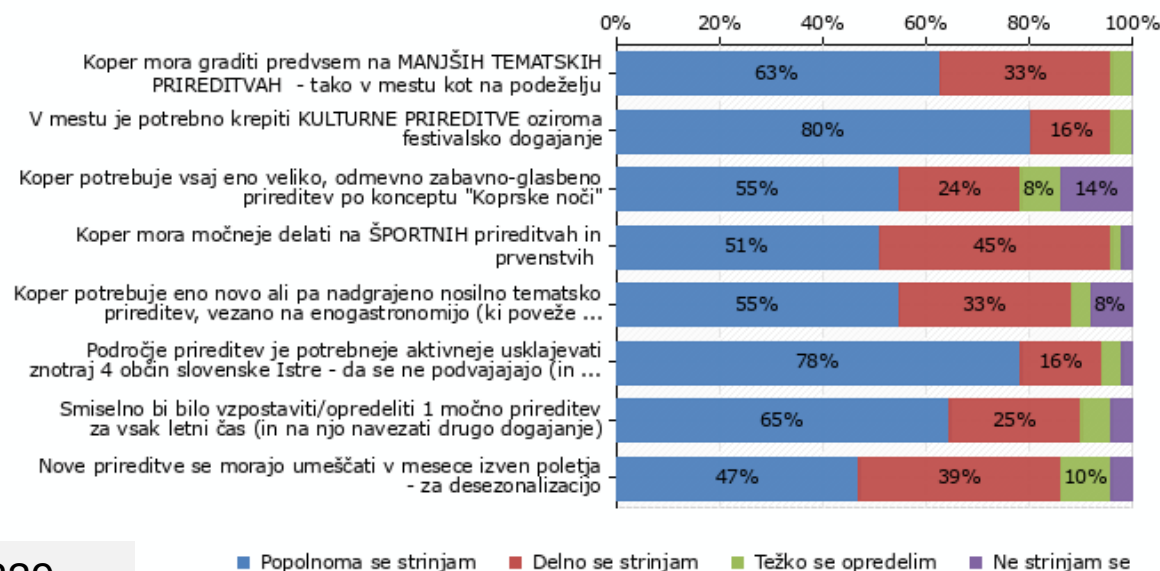
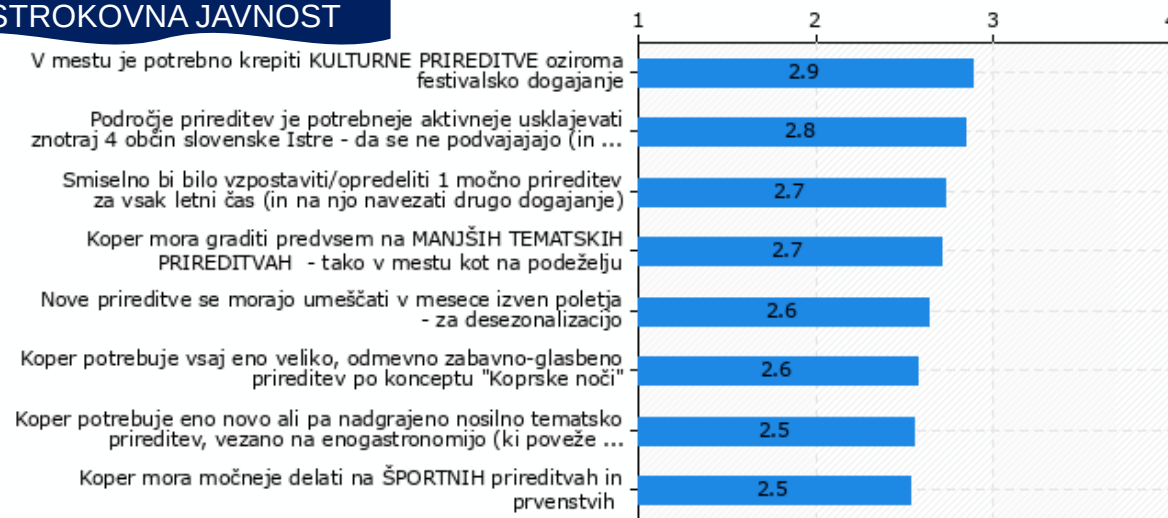


N=53

PIREDITVE

Želimo preveriti nekaj temeljnih principov na področju "turističnih prireditvev" - in ne celotnega kulturno-športnega programa MOK. Za vsako spodnjo trditev izberite stopnjo strinjanja.

Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST



NAJVIŠJA STOPNJA STRINJANJA:

- V mestu je potrebno krepiti KULTURNE PRIREDITVE in festivalsko dogajanje
- Da je to področje potrebno nujno usklajevati znotraj 4 občin slovenske Istre
- Smiselno bi bilo graditi na 1 močni prireditvi za vsak letni čas – in druge navezovati

PRILOŽNOSTI:

- Strinjanje tudi glede tega, da Koper gradi manjše TEMATSKE prireditve
- Umeščanje dogajanja v mesece izven poletja
- Ena nadgrajena močna gastronomska prireditev

Potreba po KULTURNIH PRIREDITVAH VIŠJE/VISOKE KAKOVOSTI je bila izražena v več komentarjih tekom cele ankete.

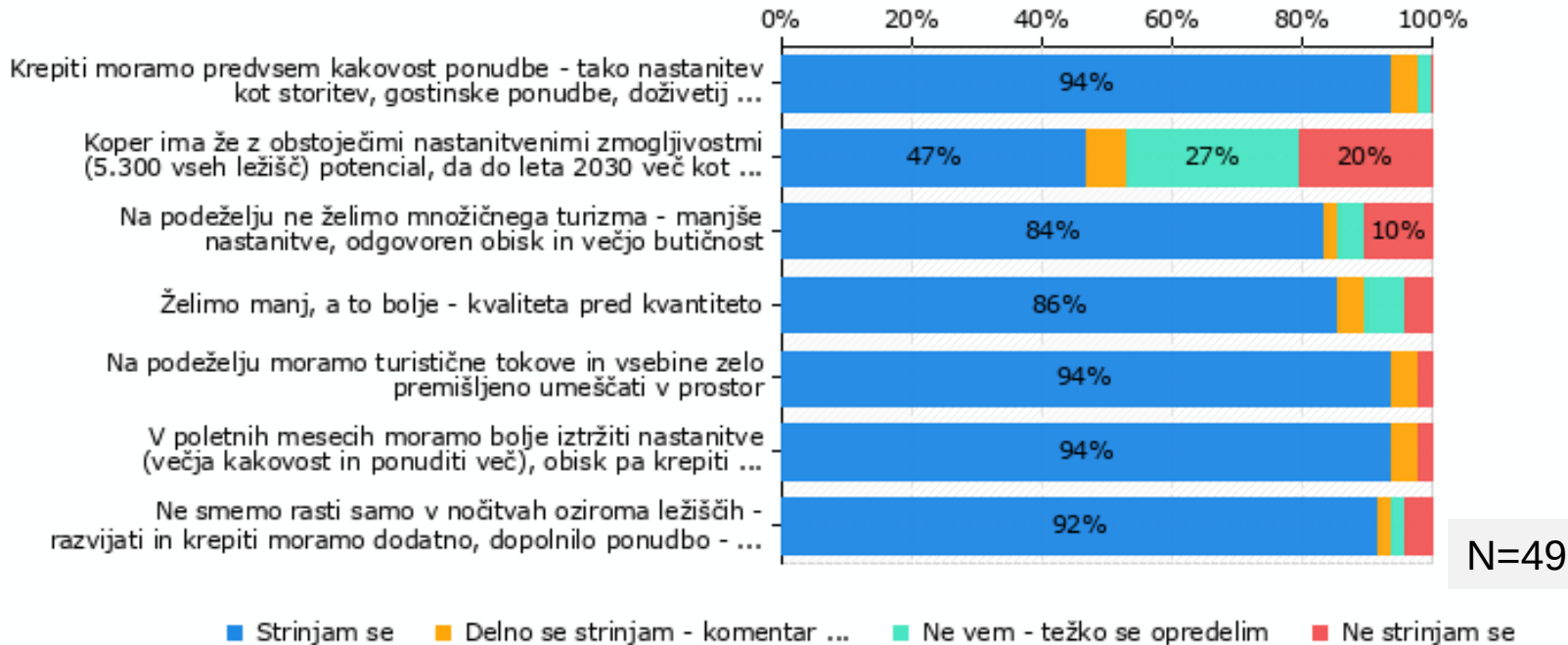
POGLEDI:

- Dogajanja je veliko – a velja splošno prepričanje, da se nič/premalo dogaja ► promocija/informiranje občan/turist
- Ponuditi tudi koncerte višjega ranga, lahko tudi plačljive

n = 51

OBSEG TURIZMA V MOK

Radi bi vas še malo konkretnije vprašali glede tega, koliko, kje in na kakšen način želimo rasti.



Anketa 3: STROKOVNA JAVNOST

NAJVIŠJA STOPNJA STRINJANJA:

- Da moramo tokove na podeželje usmerjati zelo premišljeno (94 % strinjanje)
- V poletnih mesecih moramo bolje iztržiti nastanitve (večja kakovost in ponuditi več), obisk pa krepiti predvsem v drugih letnih časih (94 % strinjanje)
- Enako strinjanje tudi za trgatev, da moramo krepiti predvsem kakovost celotne ponudbe
- Na podežlju ne želimo množičnega turizma! Manjše nastanitve, odgovoren obisk, večjo butičnost!

NAJNIŽJE STRINJANJE:

- Koper ima že z obstoječimi nastanitvenimi zmogljivostmi (5.300 vseh ležišč) potencial, da do leta 2030 več kot podvoji nočitve (iz 357.000 na vsaj 800.000)

KAKOVOST

!

KAKOVOST

!

KAKOVOST

!

Vsem, ki ste izpolnili spletno anketo, se iskreno zahvaljujemo za podana mnenja in priporočila. Skrbno smo jih preučili in jih bomo smiselno umestili v strateški dokument z akcijskim načrtom.

ZAVOD ZA MLADINO, KULTURO IN TURIZEM KOPER
November 2023