



Občina Ankarano
Comune di Ancarano

OBČINSKA UPRAVA | AMMINISTRAZIONE COMUNALE

ODDELEK ZA GOSPODARSKE DEJAVNOSTI
DIPARTIMENTO ATTIVITÀ ECONOMICHE

Odsek za turizem
Settore turismo

DATUM: 9. 11. 2022

NAŠ ZNAK: 3224-0001/2022-5

»STRATEGIJI NA POT«

Glavni nameni priprave načrta razvoja turistične destinacije (strategije) ANKARAN

- postaviti smer nadaljnjega razvoja turizma v destinaciji ANKARAN (v nadaljevanju destinacija) – usklajeno s strateškimi cilji in usmeritvami razvoja turizma na ravni Slovenije,
- oblikovati in sprejeti krovni dokument za načrtovanje turističnega razvoja destinacije,
- z opredelitvijo vizije razvoja turizma, oblikovanjem jasnih strateških ciljev in realnih ukrepov za njihovo uresničitev, določiti okvir za merljivo in sledljivo uresničevanje zastavljenega.

Dokument bo prinesel sledeče koristi:

- umestitev turistične dejavnosti v razvojno strategijo občine,
- vsem vključenim deležnikom bo nudil jasno smer razvoja turizma v naslednjih štirih letih,
- razvoju turizma bo dal večjo težo in pomen ter jasen fokus,
- izhajal bo iz obstoječega stanja turizma, hkrati pa usmerjal v priložnosti in potenciale za rast v prihodnje,
- z aktivnim vključevanjem turističnih akterjev in drugih ključnih deležnikov v procesu oblikovanja strategije bo dokument deležen njihove širše podpore in večje pripravljenosti za skupno doseganje zastavljenega.

Na osnovi strokovnih podlag ter v okviru delavnic in organiziranih srečanj s ključnimi deležniki, na podlagi individualnih pogovorov in osebnih srečanj na terenu ter na podlagi opravljenih anket bo ugotovljeno, katere potenciale destinacije – vezane na kulturno dediščino – snovno in nesnovno, gastronomijo in katere naravne vrednote, lahko destinacija vključi v strateške cilje kot razvojne potenciale, preko katerih bi obstoječo primarno ponudbo destinacija celostno povezala in preko sekundarne ponudbe nadgradila v obliki integralnih turističnih proizvodov in storitev. Izhajajoč iz te ključne ugotovitve bo pripravljen strateški dokument, ki bo vseboval: USMERITVE ZA HITREJŠI IN USPEŠNEJŠI TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA, VIZIJO, POSLANSTVO, CILJE, AKCIJSKI NAČRT ZA DOSEGO TEH. Ko govorimo o destinaciji, je ne dojemamo kot izolirane turistične destinacije, pač pa kot destinacijo, ki je del ponudbe širše turistične regije, predvsem v povezavi z ostalimi tremi občinami v slovenski Istri in širše. Turist namreč ne vidi in ne občuti meja občin, meja regij, meja držav, pač pa čuti in izkusi vse, kar sem mu na poti zgodi in dogaja (doživetja, izkušnje, občutenja). S tem dokumentom se bo postavila smer razvoja in omogočila vzpostavitev bolj učinkovite organiziranosti



turizma v destinaciji, kar bo osnova za celovitejšo in bolj povezano turistično ponudbo – znotraj destinacije in navzven, bolje promovirano ter posledično tudi trženjsko uspešnejšo.

Letos je stopila v veljavo nova Strategija slovenskega turizma

[https://www.gov.si/assets/ministrstva/MGRT/Dokumenti/DTUR/Nova-strategija-2022-](https://www.gov.si/assets/ministrstva/MGRT/Dokumenti/DTUR/Nova-strategija-2022-2028/Strategija-slovenskega-turizma-2022-2028-dokument.pdf2017–2021)

[2028/Strategija-slovenskega-turizma-2022-2028-dokument.pdf2017–2021](https://www.gov.si/assets/ministrstva/MGRT/Dokumenti/DTUR/Nova-strategija-2022-2028-dokument.pdf2017–2021), ki bo osnova za pripravo strategije destinacije.

Destinacija bo k oblikovanju prvega takšnega strateškega dokumenta za razvoj turizma na nivoju destinacije pristopila odgovorno in bo v pripravo dokumenta – že od vsega začetka – aktivno vključila vse ključne deležnike v destinaciji, s poudarkom na turističnih ponudnikih, kajti njihovo sodelovanje je temeljno za ponovno vzpostavitev celovitega turističnega razvoja v destinaciji.

Prebivalci in prebivalci-ponudniki so z vidika turistične ponudbe in z vidika zagotavljanja pristnega doživetja in izkušnje, osrednji deležniki turizma, zato jim bo v strategiji namenjena osrednja vloga. Posebna pozornost bo namenjena tudi prebivalcem, ki niso ponudniki, a so hote ali nehote vključeni v življenje v turistični destinaciji in so – ko govorimo o celoviti izkušnji turista/obiskovalca, prav tako pomemben deležnik, saj velikokrat so izkušnje, vtisi, zadovoljstvo in vračanje obiskovalcev idr. v veliki odvisni prav od gostoljubnosti in prijaznosti vseh prebivalcev, ne le ponudnikov. Da pa bi bila ta gostoljubnost pristna, morajo vsi prebivalci turiste sprejeti kot »dodano vrednost« za celotno destinacijo oz. občino in vse občane, tudi če ti od turizma nimajo neposrednih, ampak zgolj posredne učinke. Prav zato je pomembno, da se – tako v pripravo strategije, kot tudi v sam razvoj turizma vključuje vse prebivalce in se jih sprotno seznanja s cilji, programi (kratkoročnimi in dolgoročnimi) in neposrednimi učinki. Zato bo v omenjenem dokumentu prebivalcem namenjena osrednja pozornost – tako v povezavi z vizijo, poslanstvom, cilji razvoja turizma kot tudi z oblikovanjem ponudbe oz. produktov, s katerimi želimo obiskovalce prepričati o svoji pristnosti in jih očarati z našimi neprecenljivimi naravnimi vrednotami in dragoceno kulturno dediščino ter navdušiti nad avtohtono gastronomijo in gostoljubnostjo prebivalcev/ponudnikov. V aktualnem dokumentu bo pozornost namenjena tudi vodnikom, turističnim agencijam kot tudi ostalim ključnim gradnikom turistične ponudbe v destinaciji, ki kakorkoli prihajajo v stik z obiskovalci oz. turisti. Seveda bodo kot ključni deležnik posebej obravnavani tudi obiskovalci/turisti.

1.1. METODOLOGIJA DELA IN STRUKTURA DOKUMENTA

Osnovna metodologija za pripravo strateškega dokumenta z akcijskim načrtom bo kombinacija »ex cathedra« raziskovanja na podlagi strokovnih podlag in dokumentov in delavnic ter poglobljenih intervjujev z odločevalci in turističnimi ponudniki v občinah oz. destinaciji.

Metoda »ex cathedra« raziskovanja bo uporabljena predvsem v fazi priprave analitičnih podlag. Oblikovanje strateških usmeritev, razvojno-trženjskega modela in akcijskega načrta pa bo – z namenom čim bolj aktivne vključitve odločevalcev in turističnih ponudnikov v sam proces priprave strateškega dokumenta, že v izhodišču temeljilo na delavnicah in poglobljenih intervjujih ter anketah.

Skupaj s turističnimi deležniki bomo identificirali ključne usmeritve na področju trženja v aktualnem strateškem obdobju. Poleg tega bomo tudi preverili temeljne strateške usmeritve, razvojni in trženjski model ter nakazali prioriteta področja, katerim je treba v tem strateškem obdobju posvetiti posebno pozornost, če želimo narediti razvojni preboj med prepoznavne turistične destinacije v Sloveniji in širše.



Vključevanje deležnikov s področja turizma v destinaciji iz javnega, društvenega in zasebnega sektorja zagotavlja, da strategija v veliki meri upošteva njihova videnja nadaljnega razvoja turizma v destinaciji, kar ustvarja veliko gotovost, da bodo turistični ponudniki tudi aktivno sodelovali pri njeni izvedbi. To pa je ključni dejavnik za zagotavljanje dejanskega uresničevanja zastavljenih strateških ciljev.

Struktura dokumenta bo predvidoma naslednja:

1. Poglavlje

V Analizi stanja bomo odgovorili na vprašanja, kje smo, kdo smo in kaj smo. V skladu s tem bomo podali pregled obstoječe primarne in sekundarne turistične ponudbe destinacije, glavnih turističnih ponudnikov in turističnih proizvodov, ki jih destinacija danes nudi turistom. Ugotovljamo, kakšna je pozicija destinacije na globalnem turističnem trgu in kakšni so njeni potenciali za nadaljnji razvoj turizma. Analizo stanja bomo postavili v širši kontekst razvoja turizma v svetovnem merilu in predvsem v kontekst razvoja slovenskega turizma ter glavnih usmeritev na tem področju v prihodnjih petih letih.

2. Poglavlje

V izzivih destinacije bomo predstavili SWOT analizo, ključne trende in jih povezali z izzivi, ki nas čakajo v prihodnje. Skušali bomo najti odgovor na vprašanje: »Kaj ti izzivi pomenijo za prihodnje strateško obdobje?«.

3. Poglavlje

Ugotovitve analize stanja bodo služile kot podlaga za opredelitev vizije, poslanstva, ciljev in temeljnih strateških usmeritev, s katerimi bomo odgovorili na vprašanje, kaj in kdo želimo biti, kako se vidimo v »turistični prihodnosti«.

4. Poglavlje

Temeljne strateške usmeritve bomo prevedli v razvojno trženjski model, ki podrobneje predstavlja poti za sledenje strateškim usmeritvam in doseganje zastavljenih strateških ciljev in odgovarja na vprašanja, kako bomo uresničili strateške usmeritve, s katerimi produkti, za koga in na kakšen način.

5. Poglavlje

Na podlagi opredeljenih strateških usmeritev, razvojnega in trženjskega modela v strateškem obdobju bomo določili koncepte, kazalnike ter prednostne ukrepe po strateških področjih, z izvedbo katerih bomo dosegli strateške cilje. Prednostna področja bodo predstavljala jedro akcijskega načrta, v katerem bomo odgovorili na vprašanja, kaj je treba konkretno narediti, kakšne ukrepe in aktivnosti je treba izvesti in kdaj.



GREGOR STRMČNIK
ŽUPAN



Občina Ankaran
Comune di Ancarano

OBČINSKA UPRAVA | AMMINISTRAZIONE COMUNALE



ODDELEK ZA GOSPODARSKE DEJAVNOSTI
DIPARTIMENTO ATTIVITÀ ECONOMICHE

Odsek za turizem
Settore turismo

DATUM: 11. 11. 2022

NAŠ ZNAK: 3224-0001/2022-4

Smernice za pripravo Strategije trajnostnega razvoja turizma destinacije Ankaran

	ORGAN	DATUM	ODGOVORNA OSEBA	PODPIS
IZDELAL	Odsek za turizem	11. 11. 2022	Nina Jurinčič	
ODOBRIL	Vodja oddelka za gospodarske dejavnosti	11. 11. 2022	Elvis Vižintin	
SPREJEL	Župan	11. 11. 2022	Gregor Strmčnik	
SKRBNIK	Odsek za turizem	11. 11. 2022	Nina Jurinčič	



Vsebina

ANALIZA STANJA.....	3
Svetovni trendi.....	3
Trženjski koncept in produkti Mediteranske Slovenije.....	3
Destinacija Ankaran.....	6
Spletna stran Visit Ankaran.....	6
Družbena omrežja.....	7
Destinacijska zgodba.....	7
Vsebinske in uredniške usmeritve.....	8
Nosilne tematike.....	8
KAJ JE CILJ?	8
Vizija turizma destinacije Ankaran.....	9
Vrednote, ki jih je treba zasledovati.....	10
Ključne značilnosti, ki jih je treba izkoristiti.....	10
Temeljni cilj.....	10
Razvoj posameznih vrst turizma.....	11
Razvoj ekoloških in trajnostno naravnanih nastanitvenih kapacitet.....	13
Hotelska nastanitev.....	13
Razpršeni hotel.....	14
Kampiranje.....	14
KAKO DOSEČI CILJ?	16
Kakšno je stanje.....	17
SWOT analiza turizma.....	17
Kaj je cilj.....	18
Kako je mogoče doseči cilj.....	18
Akcijski načrt in vrednotenje.....	19
Izvajanje strategije.....	19
Spremljanje izvajanja strategije.....	20



ANALIZA STANJA

Svetovni trendi

Turizem je področje gospodarstva, ki ima v Ankaranu največji potencial rasti in posredno vpliva na razvoj skupnosti, saj ima ob dobro zastavljenem trajnostnem razvoju pozitivne učinke na razvoj podjetništva, odpiranje novih delovnih mest, ponuja priložnosti za mlade, tako da ostajajo v domačem okolju in si lahko ustvarijo kakovostno življenjsko okolje. Turizem je postal zaradi konstantne rasti, širitve in raznolikosti v zadnjih desetletjih ena najhitreje rastočih gospodarskih panog v svetu. Danes se s turizmom ustvari 9 % svetovnega BDP, na tem področju pa je zaposlenih pribl. 347 milijonov ljudi. Za naslednje desetletje je napovedana 2-% povprečna letna rast v Evropi in 4-% povprečna globalna letna rast.

Skladno s trenutnimi trendi je današnji popotnik pripravljen potrošiti več, kot je vredno, potovanja so zanj pomemben del dobrega počutja in kakovosti življenja, ne zaupa slepo ponudnikom, temveč sam preverja mnenja drugih turistov na različnih socialnih platformah, išče nova doživetja, želi spoznavati nove kulture, odprt je za stvari, ki niso klasične, želi spoznavati lokalno okolje, tradicije, pri tem pa se vse bolj zanaša na mobilne naprave in tudi od ponudnikov na destinaciji pričakuje, da bodo sledili trendom na področju digitalizacije.

Splošno gledano svetovni trendi trenutno zajemajo porast starejših generaciji, pa tudi porast števila mladih turistov (predvsem generacije Y oz. milenijci in generacija Z); naraščajoč srednji razred; oblikovanje novih destinacij; politično nestabilnost in terorizem. Svetovni trendi na strani ponudbe vključujejo tehnološko revolucijo, digitalne kanale, nove principe lojalnosti, pomen zdravja in zdravega načina življenja ter trajnost in ekološko usmerjen življenjski slog.

Trženjski koncept in produkti Mediteranske Slovenije

Strateška vizija slovenskega turizma Slovenijo opredeljuje kot globalno zeleno butično destinacijo za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi (Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021, STO, 2017). V skladu z zastavljeno vizijo so poudarjena edinstvena, avtentična doživetja vrhunske kakovosti, ki sledijo cilju zelene butične destinacije za 5-zvezdična doživetja.

Slovenija je majhna turistična destinacija, a izkustveno raznolika in bogata, zato mora stremeti k visoko vrednostni turistični filozofiji pri razvoju turizma ter se izogniti konkuriranju na trgu z nizkimi stroški in filozofijo množičnega turizma. Slovenski turizem se je zato usmeril v trajnostni, zelen in odgovoren razvoj. Živahen, poglobljen in interaktiven zeleni, trajnostni turizem je namreč ključna prednost destinacije. Skladno s tem vsi ključni deležniki slovenskega turizma podpirajo ohranjanje in varovanje naravnih ter kulturnih danosti in dediščine ter odgovorno in trajnostno turistično valorizacijo. Slovenija postaja atraktivna in prepoznavna zelena destinacija za zahtevne obiskovalce in je v zadnjih letih prejela nekaj prestižnih nagrad na področju razvoja trajnostnega turizma.

Smernice razvoja, povezane z vizijo slovenskega turizma, so pisane na kožo destinaciji Ankaran, ki je del makro destinacije slovenskega turizma – Mediteranske Slovenije, ki kaže svojo lepoto v soncu in zelenem podežlju z izvirno kulinariko ter divjimi rastlinami. Prav ugodna prisojna lega,

blaga klima in bujno sredozemsko rastlinje so vplivali na razvoj turizma v Ankaranu. Že v preteklosti so prihajali menihi iz drugih krajev, da so si nabirali moči v samostanu Sv. Nikolaja. Ankaran, ki leži na južnem pobočju miljskega polotoka, tik ob italijanski meji, od slovenske prestolnice pa je oddaljen le uro vožnje, obiskovalce očara s svojo naravo, morjem, zelenimi pobočji, vinogradi in oljčniki, ki ustvarjajo občutke domačnosti, sproščenosti in prijaznosti. Narava in blaga sredozemska klima, zaradi katere je tudi zima mila, kar vabita na plan, na sprehode in kolesarske izlete.

V skladu z novo Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 je torej Ankaran del Mediteranske Slovenije, ki vključuje slovensko Istro, Kras – matični Kras in zdajšnji Zeleni kras, Novo Gorico z Vipavsko dolino in Brda ter predstavlja enega od štirih produktnih oziroma izkustvenih clustrov – makro destinacij (turističnih območij Slovenije).

Preostale makro destinacije so:

- I. Alpska Slovenija, ki vključuje območje od Julijskih Alp, preko Karavank in Kamniško-Savinjskih Alp do vključno Pohorja;
- II. Termalna Panonska Slovenija, ki obsega severovzhodni in vzhodni del Slovenije ter vključuje nosilni produkt zdravilišč in
- III. Osrednja Slovenija & Ljubljana, ki sega vse do juga Slovenije, vključno s Kočevskim in Belo krajino.

Koncept makrodestinacij temelji na pomembni primerjalni prednosti Slovenije kot edine države v Evropi, kjer se na relativno majhnem območju stikajo Alpe, Mediteran s Krasom in Panonska nižina. Predlagani model makro destinacij ne temelji na administrativnih mejah in teritorialnih organizacijah. Tak način razdelitve Sloveniji po eni strani omogoča preprosto razumevanje, po drugi strani pa maksimiziranje učinkov za vse sodelujoče deležnike.

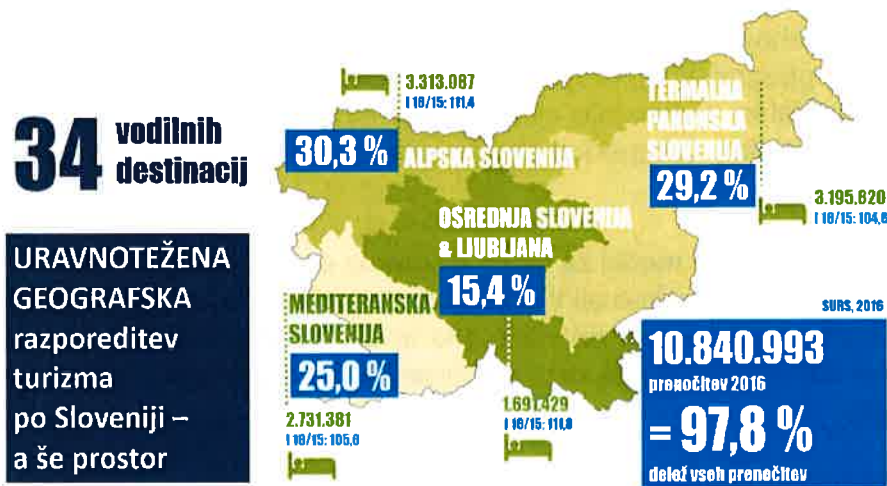
Za makro destinacijo so opredeljeni naslednji strateški sklopi:

- I. Vodilne destinacije so destinacije, ki so vodilne glede na obseg prenočitev v posamezni makro destinaciji (prednostno tujih) in glede na njihov vpliv na ustvarjanje prepoznavnosti makro destinacije in s tem Slovenije. V vsaki makro destinaciji je načeloma od šest do deset vodilnih destinacij. Upoštevana je tudi organiziranost destinacije oz. kompetentnost partnerja, ponudba oz. produkti ter zmožnost prispevanja sredstev v dodatnih kampanjah.
- II. Druge destinacije so destinacije, ki ustvarijo določen obseg prenočitev, vendar manj kot vodilne destinacije.
- III. Nosilni produkti so produkti, ki so osrednjega pomena tako glede obsega prenočitev in potrošnje kot vpliva na prepoznavnost makro destinacije. Ključen je tudi njihov pomen na oblikovanje prihodnjega potenciala za rast glede na privlačnost tega trga in konkurenčnost slovenskega produkta na tem trgu.
- IV. Podporni/sekundarni produkti so produkti z manjšim pomenom oziroma obsegom in manjšim vplivom na prepoznavnost in ugled. Gre za produkte, ki so pomembni kot podporni produkti za nosilne produkte.

- V. Doživetja so produkti (produkt mora imeti organizatorja, upravljavca in določeno stopnjo kakovosti), ki jih nudijo destinacije. Strategija opredeljuje pet TOP doživetij, ki imajo največji vpliv na razlikovalnost, prepoznavnost in ugled makro destinacije.

Skupaj je v Sloveniji 34 vodilnih destinacij, ki izpolnjujejo opredeljene kriterije iz Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021. Skupaj predstavljajo 97,8 odstotka vseh ustvarjenih prenočitev v Sloveniji.

Prikaz razporeditve prenočitev vodilnih destinacij po novem konceptu makro destinacij (vir: STO, 2017).



Prikaz glavnih značilnosti Mediteranske Slovenije, v kateri je 8 vodilnih destinacij (vir: Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021).

Makro destinacija **MEDITERANSKA SLOVENIJA**

(Slovenska Istra, Kras, Nova Gorica z Vipavsko dolino in Brda)

Vir: Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 (MGRT, 2017)

KONCEPT PONUDBE:

Vabljiva in lahko dostopna mediteranska mesteca, tesno povezana z zelenim istrskim in Kraškim podeželjem, podzemna doživetja svetovnega formata, ki jih dopolnjujejo avtentična kulinarika in vrhunska vina

2015
 Prihodi **0,9M**
 Prenočitve **2,6M**
 PDB **2,8**
 Skupaj sobe **11.508**
 Hotelske sobe **5.547**



VODILNE destinacije

- Portorož/Piran
- Izola
- Koper
- Ankaran
- Kras: Postojnska jama
- Kras: Škocjanske jame in Lipica
- Nova Gorica in Vipavska dolina
- Brda

PRIMARNI/NOSILNI produkti

- Poslovna srečanja
- Zdravje & Dobro počutje
- Sonce & Morje
- Gastronomija

SEKUNDARNI, PODPORNII produkti

- Outdoor
- Kultura
- Doživetja narave
- Športni turizem
- Turizem na podeželju
- Cruising & Yachting
- Touring
- Posebni interesi
- Igralništvo

DOŽIVETJA

Ob tem so identificirana TOP 5 in doživetja („Not to miss“), kjer se skozi konkretna doživetja/produkte predstavijo tudi manjše destinacije

Predstavljeni koncept je osnova za trženjske dejavnosti Slovenske turistične organizacije od leta 2017 dalje; makro destinacije bodo hkrati osnova za razvojne aktivnosti (Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021, MGRT, 2017).

Destinacija Ankaran

Destinacija Ankaran z mestecem Ankaran in Krajinskim parkom Debeli rtič je eno izmed pomembnejših turističnih središč slovenske Istre. Na jugu je v celoti obdan z morjem, medtem ko na severu meji z Italijo in koprsko občino. To široko odprto okno v Sredozemlje že stoletja obiskovalce očara z izjemno lego in razgledi, naravnimi zalivi ter vinogradi in oljčniki. Prinaša jim občutke domačnosti, sproščenosti in stik z naravo. Sloves tukajšnjega podnebja, z blagodejnimi vplivi na zdravje, je prispeval k razvoju zdraviliškega turizma in zdravstva. Zelenje, ki se spušča do morja, mir in pristnost opisujejo tukajšnje vzdušje.

Turisti radi zahajajo v Ankaran, ker je okolje mirno, ne preveč poseljeno. Tukaj se lahko počutijo sproščeno, geografski položaj pa jim omogoča, da hitro prispejo v Koper, Trst ali Ljubljano. Na polotoku se lahko sprehajajo ali kolesarijo ali pa preživljajo čas na plažah, ki so v primerjavi z nekaterimi drugimi slovenskimi obmorskimi mesti bolj naravne in manj obremenjene z gostinsko infrastrukturo.

Med najpogostejšimi motivi za obisk Ankarana so športne aktivnosti v naravi, rekreacija, aktivno preživljanje časa z družino ali v paru (kolesarjenje), druženje s prijatelji, mirni trenutki z družino ali v paru, umik in pobeg od vsakdana in obveznosti, vračanje k naravi, zdravstvene storitve. Kraj ima tudi potenciala za razvoj kulinarike, za razvajanje čutov, razvoj wellnesa in lepotnih tretmajev.

Ankaran je bil v preteklih letih (pred 2015) turistično gledano (pa tudi z vidika domačinov) precej zanemarjen. Veliko kotičkov kulturne, zgodovinske in naravne dediščine je skritih in jih bo treba zdaj, z razvojem strategije turizma za to območje, razkriti ter jih primerno zaščititi. Pred tem pa je treba ciljne trge prepričati, da je Ankaran destinacija, ki si zasluži obisk in je idealna za preživljanje dopusta ter doživljanje slovenske Istre v svoji pristnosti.

Spletna stran Visit Ankaran

Konec julija 2019 je zaživela nova turistična spletna stran Visit Ankaran, ki na privlačen in interaktiven način predstavlja eno od vodilnih destinacij slovenske Istre, Ankaran. Stran je nastala na podlagi ugotovitev projekta, povezanega z oblikovanjem destinacijske znamke, ki je pokazal, da se ljudje v Ankaran radi vračajo zaradi narave, morja in miru, ki ga nudijo številni priljubljeni ankaranski kotički.

Turistična spletna stran Visit Ankaran je nastala z namenom, da bi lahko domačinom in domačim ter tujim obiskovalcem v strnjeni obliki nudili čim več informacij, kako na zanimiv način preživeti prosti čas na destinaciji, ki jo marsikdo zaradi neokrnjene, zaščitene narave doživlja kot »otok zelenih zakladov« slovenske obale.

Na novem spletnem portalu je destinacija predstavljena na zanimiv, privlačen način, z vrhunskimi fotografijami Jake Ivančiča, ki je tudi prvi ambasador Krajinskega parka Debeli rtič. Vsebine Visit Ankaran so pestre in raznolike, vključujejo doživetja ter turistično ponudbo, navigacija je preprosta, stran pa odzivno oblikovana v treh jezikih.

Nova spletna stran je poleg družbenih omrežij ključno digitalno orodje, s katerim so predstavljene usmeritve lokalne skupnosti, ki si želi vzdržnega, trajnostnega, zelenega, avtentičnega in ne množičnega turizma. Je tudi platforma, na kateri se lahko predstavijo lokalni turistični ponudniki, vzpostavljena pa je tudi povezava do spletne strani Booking.com, kjer lahko turisti rezervirajo nastanitve. Pomembna dela spletne strani sta tudi zavihek Krajinskega parka Debeli rtič in pa povezava na Prireditve Ankaran.

Poseben razdelek Visit Ankaran predstavlja zavihek *Razmigajmo se*, kjer so predstavljene tri rekreativne poti na območju Krajinskega parka. Poti so različno zahtevne in primerne za hojo oziroma tek, na določenih točkah pa lahko obiskovalci izvedejo tudi vaje za hojo oz. tek in vaje za moč, ki so s foto in video vsebinami predstavljene na spletni strani. Na strani so sicer predstavljeni še zgodovina Ankarana, naravne, kulturne in zgodovinske znamenitosti ter uporabni nasveti za čim bolj prijetno bivanje na destinaciji.

Družbena omrežja

Facebook stran Visit Ankaran je v aktivni rabi dobro leto. Uporaba se je začela s kampanjo, s katero je bila promovirana narava destinacije in v okviru katere so bili ljudje vabljeni, naj se aktivirajo ter postanejo zavezniki narave in Krajinskega parka Debeli rtič. Trenutno je nekaj več kot 1800 sledilcev (podatek, december 2020). Facebook kanal se uporablja tudi kot orodje za podporo drugim deležnikom na destinaciji, predvsem društvom, ki organizirajo različne prireditve, ki so zanimive tudi za turiste. Cilj je, da bi bili na Facebooku čim bolj odzivni in bi zagotavljali čim boljše interakcijo z uporabniki.

Tudi Instagrama se uporablja dobro leto, in sicer je trenutno nekaj več kot 420 sledilcev (podatek, december 2020). Vsebine so osredotočene predvsem na promocijo prireditev in Ankarana kot zelene destinacije.

Destinacijska zgodba

Zgodba destinacije Ankaran izvira iz zgodbe Občine Ankaran. Ankaran se je namreč odločil za odcepitev od Mestne občine Koper tudi zato, ker so prebivalci začutili, da niso upoštevani v svojih prizadevanjih, da bi ohranili okolje, v katerem živijo, čim bolj zeleno. Odcepitev Ankarana je bil tako tudi naravovarstveni projekt – cilj je bil zaščititi naravo polotoka, klife Debelega rtiča in morje. To je osnova, na kateri se je razvila tudi destinacijska znamka - klif, morje in zelena narava:



Destinacija Ankaran je *Otok zelenih zakladov*, namenjen posameznikom, parom in družinam. Poudarek je na razvoju trajnostnega turizma in zgrajenega na načelih zaščite narave. S tem namenom je bil leta 2018 ustanovljen tudi Krajinski park Debeli rtič, ki ni turistični produkt. Na prvem mestu je to način, da se okolje destinacije Ankaran ohrani tudi za naslednje generacije.

Seveda bo park odprt tudi za obiskovalce, vendar bodo ti ozaveščani o pomenu parka, zaščiti narave, njenem ohranjanju, o tem, kako biti okolju prijazen turist, ki pusti za seboj destinacijo v takem stanju, kot je bila, ko je prišel. Razvija in promovira se zavedanje o destinacijski znamki *Ankaranski polotok – Otok zelenih zakladov*, pri čemer se poudarja zelenost destinacije, aktivno preživljanje časa v naravi čez celo leto, ekološki, trajnostni razvoj turizma. Cilja se predvsem na goste, ki so radi v naravi, kamp goste, kolesarje (ti obiskujejo Ankaran tudi v mesecih izven sezone), goste, ki ne iščejo divje zabave, temveč miren oddih v zelenem okolju ter kopanje v morju, goste, ki iščejo miren kotiček zase, si želijo odmika iz mest in iščejo nove, neustaljene poti.

Vsebinske in uredniške usmeritve

Skladno z zgoraj navedenim bi vsebinska strategija temeljila na temah, po katerih je destinacija prepoznavna, pa tudi po temah, po katerih, naj bi bila prepoznavna v prihodnosti. Poudarjene bodo prednosti, po katerih se destinacija razlikuje od drugih destinaciji, hkrati pa bo poudarjeno tudi povezovanje in sodelovanje z drugimi destinacijami (Slovenija je premajhna, da bi se zapirali). V komunikacijski načrt bodo vključeni večji dogodki, ki se bodo v obdobju komunikacije dogajali in bodo skladni z vrednotami zelenega turizma. Rdeča nit sta narava in lokalna dediščina (predvsem tista, vezana na morje), ki se smiselno vključita v vsako tematiko.

Nosilne tematike

- Narava destinacije Ankaran (didaktične vsebine, povezane z biodiverzitetno lokalnega okolja);
- Šport in rekreacija v naravi (tek in sprehajanje po polotoku, po Krajinskem parku Debeli rtič);
- Kultura in istrska dediščina ob morju (kot npr. festival Poletje v Ankaranu, Srednjeveška tržnica, Ištrijanski dan);
- Zdravje in sproščanje (centri dobrega počutja, sproščanje v naravi).

Vsebine, v okviru nosilnih tematik, bodo pripravljene tako, da bodo nagovarjale določeno ciljno skupino. Pri izboru fotografij in videov se bo poudarjala aktualnost, torej se bo pazilo, da ustrezajo sezoni, ko bodo objavljene, in dogodku ter sporočilu, ki bosta predmet komunikacije.

KAJ JE CILJ?

Turizem predstavlja eno izmed glavnih in za prihodnost polotoka najpomembnejših gospodarskih panog. Hkrati gre za panogo, ki ima zelo veliko posrednih in neposrednih vplivov na lokalno okolje; je pomemben pospeševalec razvoja, ohranjanja okolja, varovanja narave ter izboljšanja urejenosti okolja in posledično kakovosti življenja za domačine. Turizem domačinom odpira možnosti za razvoj novih podjetniških priložnosti, vendar je uspešnost odvisna od odnosa do te gospodarske panoge. Za učinkovit razvoj je nujno sodelovanje vseh deležnikov, nujne so spodbude (v različnih oblikah) lokalne administracije, nujno pa je tudi, da v turizmu, kot nekaj, kar ima lahko pozitivne učinke na okolje, verjame tudi lokalno prebivalstvo. Občina mora sprejeti

ukrepe, s katerimi bo sama neposredno, preko izvajalcev oz. preko svoje politike spodbujala in uravnavala razvoj trajnostnega turizma ter sledila cilju, da turizem kot podjetniško priložnost prepozna čim več ljudi.

Strategija razvoja trajnostnega turizma v destinaciji Ankaran mora odgovoriti na vprašanja, kot so, zakaj razvijati turizem, kaj vodi razvoj turizma, kakšen naj bo lokalni turizem, kakšni turisti naj prihajajo v Ankaran, kako v turistično panogo uspešno vključiti lokalno prebivalstvo ipd.

Turizem daje možnosti za oživljanje zgodovinske in kulturne dediščine, za varovanje naravne dediščine, za povezovanje ljudi, idej, inovacij, tradicije, zgodovine in sodobnosti. Razvoj turizma mora zrcaliti identiteto polotoka in značilnosti okolja, v katerem se razvija. Domačini želijo živeti v zdravem in zelenem okolju s pestrim kulturnim dogajanjem in ravno to je treba upoštevati tudi pri razvoju turizma. Turistična destinacija mora odsevati svoje prebivalce.

Glavni cilj strategije mora biti razvoj turizma, ki bo prijazen do vseh, do ljudi, ki tu živijo, do tistih, ki tukaj delajo, in do tistih, ki kraj obiščejo.

Vizija turizma mora biti osredotočena na oblikovanje vodilne destinacije, ki je prepoznana kot zeleni otok mediteranske regije.

Izzivi v naslednjih letih morajo biti:

1. Povečanje števila turistov v mesecih izven sezone – v januarju, februarju, marcu, aprilu, maju, septembru, oktobru, novembru – in ustavitev trenda padanja povprečne dobe bivanja;
2. Prestrukturiranje turizma – od množičnega turizma (morje in sonce) do butičnega turizma;
3. Spodbujanje razvoja kakovostnih turističnih produktov, kot so naravni park, prireditve, zeleni turistični produkti, restavracije ipd.;
4. Spodbujanje lokalnih ponudnikov k razvoju butičnih turističnih produktov, kakovostnih 5-zvezdičnih turističnih doživetij;
5. Destinacijo Ankaran aktivneje pozicionirati kot zgodovinsko destinacijo (dediščina, povezana za razvojem zdravilstva, medicine, drugo svetovno vojno);
6. Destinacijo Ankaran aktivneje pozicionirati kot ekološko, zeleno destinacijo (Krajinski park Debeli rtič);
7. Spodbujati razvoj manjših, butičnih turističnih nastanitev;
8. Spodbujanje razvoja kakovostne gastronomske ponudbe v destinaciji;
9. Skrb za izobraževanje lokalnih ponudnikov;
10. Razvijati rešitve na področju trajnostne mobilnosti za omejevanje prometa v destinaciji.

Vizija turizma destinacije Ankaran

- I. VODILNA DESTINACIJA: Doseganje visoke pozicije po konkurenčnosti, kakovosti, inovativnosti, razvoju, dinamiki programskega dogajanja;
- II. AKTIVNA ZELENA: Poudarjanje aktivnosti v naravi, rekreacije in športa, aktivnega odkrivanja kraja, Istre, kulturne in zgodovinske dediščine, prireditve;

- III. CELOLETNA: Mediteranska klima z milimi zimami omogoča razvoj turizma v vseh letnih časih;
- IV. MEDITERANSKA DESTINACIJA: Razvoj ponudbe, ki ne vsebuje le klasičnega produkta sonce in plaže (Sun & Beach), temveč vključuje tudi tradicijo Mediterana in se lahko pozicionira ob bok drugim destinacijam Istre in Slovenije.

Vrednote, ki jih je treba zasledovati

- I. TRAJNOST – razvoj turizma, ki bo imel pozitivne vplive na okolje, na ohranjanje narave, na zdravo družbeno okolje;
- II. AVTENTIČNOST – Ankaran ima bogato tradicijo, zgodovino in naravo, turizem pa je treba graditi na lokalni identiteti, lokalnih danostih in zgodbah, na naravnih, kulturnih, gastronomskih doživetjih, s katerimi se oblikuje 5-zvezdično, butično ponudbo;
- III. PARTNERSTVO – turizem mora temeljiti na povezovanju občanov, lokalnih deležnikov, na vključevanju partnerjev v načrtovanje razvoja;
- IV. INOVATIVNOST – iskati je treba nove rešitve, slediti svetovnim trendom in delati na inovacijah, ki bodo omogočale razvoj vrhunskega turizma turizem in zdravega okolja za lokalno prebivalstvo.

Ključne značilnosti, ki jih je treba izkoristiti

- I. Obmorska lega: omogoča razvoj obmorskega turizma, vodnih aktivnosti, vključevanje dediščine morja v razvoj turizma, vključevanje morske tradicije v razvoj kulinarčne ponudbe;
- II. Ugodna klima: omogoča razvoj turizma vse dni v letu;
- III. Naravna dediščina: omogoča razvoj zelenega, didaktičnega turizma, razvoj avtentičnih turističnih doživetij v mirnem okolju;
- IV. Kulturnozgodovinska dediščina: omogoča razvoj kulturnega, medicinskega in zdraviliškega turizma ter oblikovanja butičnih produktov;
- V. Športna infrastruktura: poudarjeno je preživljanje prostega časa v naravi;
- VI. Bogat program prireditev.

Temeljni cilj

Do leta 2026 povečati konkurenčnost turizma, okrepiti turistično prepoznavnost destinacije Ankaran v Istri in Sloveniji ter izboljšati temeljne turistične kazalnike, kot so:

- I. Povečanje prihodov in prenočitev, vendar na način, da se število turistov prerazporedi čez celo leto;
- II. Povečanje zaposlenih v panogi, tako da se oblikujejo delovna mesta za lokalno prebivalstvo in da se lokalno prebivalstvo odloča za podjetniške oblike, povezane s turizmom;
- III. Povečanje dodane vrednosti na zaposlenega v panogi;
- IV. Povečanje potrošnje obiskovalcev, tako da kupujejo lokalne pridelke na tržnici, lokalne izdelke in koristijo lokalne storitve (da npr. obedujejo v gostinskih lokalih);
- V. Povečanje zadovoljstva lokalnega prebivalstva s turizmom in s samo turistično destinacijo Ankaran.

Ankaran ima odlična izhodišča za razvoj kot družinskega, športnega, zdraviliškega in rehabilitacijskega ter naravovarstvenega turizma, kar sovпада s ponudbo turizma za 3. življenjsko obdobje in konceptom 'Otoka zelenih zakladov'. Občina Ankaran bo pri nadaljnjem razvoju z vso skrbnostjo gradila na naravni dediščini, izkoristila bo bližino morja in ugodne vremenske pogoje ter jih nadgradila s potrebno turistično infrastrukturo.

Načrtovanje turističnih dejavnosti pa mora biti preiščeno in s poslušom za varovanje kakovosti prostora, ki je lahko zaradi pretiranega obiska in neustreznega načrtovanja rabe tudi uničen (npr. območja klifov in obrežno močvirje). Razvijati je treba odgovorni turizem, ki spoštuje potrebe okolja in ljudi, ki tam živijo, kakor tudi lokalnega gospodarstva in obiskovalcev. Tovrsten trajnostni razvoj ni več trend, temveč način življenja in nujnost pri načrtovanju turizma. Trajnost je vpeta v vse ukrepe in aktivnosti, zato bo v občini pomemben poudarek na:

- razvoju takih oblik turizma, ki ne obremenjujejo zgolj obalnega pasu in morja,
- razvoju oblik turizma, ki območja ne obremenjujejo zgolj v poletnih mesecih.

Dodatno se spodbuja turistična dejavnost, vezana na ekstenzivno kmetijstvo in gastronomsko ponudbo, ki naj se odvija v obstoječih objektih prepoznavne arhitekturne kvalitete v zalednih delih občine, v manjši meri pa v obalnem pasu.

Razvoj posameznih vrst turizma

Družinski turizem: Družinski turizem je segment, ki ima v Ankaranu velik potencial. Ta tip turizma namreč vključuje generacijo ljudi, ki so zaposleni, privrženi aktivnemu in zdravemu načinu življenja, imajo radi nekoliko drugačna doživetja in razmeroma veliko kupno moč. Družine so med najpomembnejšimi turističnimi potrošniki, saj koristijo širšo paleto turistične infrastrukture, ki lahko povezuje lokalno tematiko in ponudbo. V to ponudbo spadata spoznavanje kulturne in zgodovinske dediščine ter obiskovanje zanimivih, naravnih lokacij in pravljičnih poti ter drugih zanimivostih. Tovrstni turizem in pozitiven odnos do družine, ki se pri tem ustvarja, je pomemben tudi zato, ker se ujema z vizijo zelene in trajnostne turistične destinacije. Potrošniki so namreč vse bolj ekološko ozaveščeni in posledično bolj naklonjeni turistični ponudbi, ki izraža občutljivost do okolja in se vrača k naravi.

Športni in rekreacijski: Ankaran ima dobre pogoje (športne površine, morje ...) za razvoj športnega turizma, ki turiste spodbuja k vadbi, treniranju ali sodelovanju v športnih igrah. Gre za vrsto turistične dejavnosti, ki se nanaša na potovalno izkušnjo turista, ki je lahko gledalec ali pa aktivno sodeluje pri športnem dogodku. Zaradi spremenjenega načina življenja, ko se vse bolj poudarja zdrav življenjski slog, je športni turizem eden najhitreje rastočih sektorjev v turizmu. Prednosti športnega turizma so spodbujanje lokalnega gospodarstva z neposredno porabo, povezano z uporabo športne infrastrukture in storitev, potrošniška poraba za blago in storitve, možnosti zaposlitve in davčni prihodek. Hkrati gre za vrsto turizma, ki pripomore k izboljšanju podobe območja, ponuja možnost sodelovanja pri izvedbi športnih prireditvev in dogodkov ter spodbuja tudi same domačine, da si prizadevajo za boljšo kakovost življenja. Športni turizem vključuje tako poklicni šport kot rekreativni turizem. Ta zajema dejavnosti in udeležbo na športnih prireditvah rekreacijske narave, pa tudi udeležbo na tovrstnih prireditvah

kot gledalec. Glavni cilj rekreativnega turizma je fizična in intelektualna rekreacija ljudi. Gonilna sila je aktivna rekreacija, ustvarjanje dobrega počutja, obnavljanje delovne sposobnosti, ohranjanje in izboljšanje zdravja.

Turisti med rekreacijskimi dejavnostnimi uporabijo predvsem tisto, kar jim ponuja narava ali naravno ustvarjeno okolje. Tako se hoja in tek odvijata v naseljih in okolici, predvsem pa na Debelem rtiču in po obstoječih obalnih poteh. V Ankaranu se konča slovenska planinska pot, ki se v Ankaran spusti s Tinjana. Že danes so v prostoru prisotne tudi druge sprehajalne poti (Beblerjeva, obalna pot, Graničarska pot, ankaranska bonifika ...). Za jahanje se uporabljajo predvsem poti na Debelem rtiču.

Kot območje, namenjeno organiziranemu športu in rekreaciji, je prepoznana Sv. Katarina, kjer se je razvil športnorekreacijski center z več igrišči za odbojko in nogomet, kampom, peščeno plažo, urejeno pešpotjo in krajevnim pristaniščem. Center je sicer treba še nadgraditi, tako da bo mogoča celoletna uporaba, prav tako pa je potrebna še programska, komunalna in arhitekturna ureditev.

Pomembno vlogo ima pri športu in rekreaciji morje. V občini sta dve krajevni pristanišči s komunalnimi privezi, eno na območju že omenjene Sv. Katarine, drugo v Valdoltri. V Adrii Ankaran pa je pomol za pristajanje plovil. Možnosti pristajanja plovil so sicer še ob pomolih Gradis, Mladinsko zdravilišče in letovišče RKS Debeli rtič (MZL RKS Debeli rtič) in na območju plaže Debeli rtič. Plaža Debeli rtič je tudi eno izmed treh območji kopalnih voda. Drugi dve sta plaža v Adrii Ankaran in pa plaža na območju MZL RKS Debeli rtič. V občini so še druge plaže, in sicer plaža v zalivu Sv. Jerneja, plaža Študent, plaža v Valdoltri, mestna plaža in plaža na Sv. Katarini. S takimi danostmi ima Ankaran odlične možnosti za razvoj in nadgradnjo aktivnosti, kot so športno in rekreacijsko jadranje, deskanje, veslanje, kopanje, potapljanje ter športni in rekreacijski ribolov. Pri tem pa je treba poudariti dejstvo, da so vse omenjene dejavnosti močno odvisne od stanja okolja, saj onesnaženo morje in plaže niso privlačne za preživljanje prostega časa.

Zdravstveni in zdraviliški turizem: v destinaciji Ankaran se nahaja mednarodno priznana ortopedska bolnišnica Valdoltra, zato je smiselno razmišljati tudi o razvoju zdravstvenega turizma. Ta temelji na potovanju posameznika v drug kraj ali državo zaradi specifičnega zdravljenja ali izboljšanja svojega zdravstvenega stanja in telesne pripravljenosti. Zaradi morja in ustrezne, mediteranske klime je Ankaran primeren za razvoj tovrstnega turizma. Glede na možnosti razvoja je potencial, ki bi ga bilo smiselno razvijati, tudi zdraviliški turizem ter wellness v sodelovanju z MZL RKS Debeli rtič in turističnim podjetjem Adria Ankaran. Zdraviliški turizem povezuje potovanje in bivanje oseb v zdraviliških krajih z namenom oddiha. Zdraviliški turizem lahko delimo na kurativni, rehabilitacijski in preventivni, lahko pa je tudi del druge turistične ponudbe. Omenjeni turizem je pomemben, saj ga je možno spodbujati in razvijati vse leto ter se na ta način izogniti sezonskim nihanjem in izkoristiti turistične zmogljivosti v visokem obsegu.

Kulturni turizem: V Ankaranu se je že v preteklih letih v okviru festivalov Poletje in December v Ankaranu razvijala kulturna dejavnost. Prav ta je temelj turistične destinacije, ki želi razvijati kulturni turizem. Destinacija mora biti prepoznana kot cilj za popotnike, ki želijo spoznavati ali doživljati elemente kulture ciljnega območja. Poleg kulturnih prireditev pod pojem kulturnega

turizma spada tudi razvoj kulturnih ustanov, muzejev, ohranitev spomenikov kulturne dediščine in tehnično dober prenos informacij od vira do popotnikov, ki jih kultura zanima. V Ankaranu je na tem področju načrtovana sanacija in ureditev spomenikov II svetovne vojne na Debelem rtiču v sodelovanju s Parkom vojaške zgodovine Pivka.

Kongresni turizem: Kongresni turizem temelji na kongresni dejavnosti, ki je dopolnilna turistična dejavnost, in sicer v povezavi s temeljno dejavnostjo hotelirstva. V destinaciji obstaja možnost razvoja kongresnega turizma v sodelovanju s turističnim podjetjem Adria Ankaran in Ortopedsko bolnišnico Valdoltra, saj gre pri kongresni dejavnosti predvsem za dogodke, na katerih si znanstvena in strokovna javnost izmenjuje informacije. Razvoj kongresnega turizma na destinaciji je smiseln zaradi dviga ugleda destinacije, celoletne aktualnosti (kongresi tudi izven poletne sezone) ter spodbujanja razvoja lokalnih gospodarskih in drugih dejavnosti.

Naravovarstveni turizem: Zaradi Krajinskega parka Debeli rtič, pa tudi drugih zaščitenih (Natura 2000) in ekološko pomembnih območij je za destinacijo pomembna usmeritev v naravovarstveni turizem. Podarjata se zmanjševanje motornega prometa in usmerjanje k uporabi okolju bolj prijaznih transportnih načinov, spodbuja se k uporabi koles, sprehajanju, ohranjanju življenjskega prostora živali in rastlin. Ob enem pa se z različnimi aktivnostmi (npr. opazovanje živali) skrbi za izobraževanje in ozaveščanje o pomenu narave in njenih danosti. Turistično infrastrukturo je treba nadgraditi z urejeno mrežo peš in kolesarskih poti, s katero se rekreativce in turiste vodi po najatraktivnejših točkah občine ter navezuje na sosednje destinacije. Stremeti je treba k trajnostnim oblikam mobilnosti in za ta namen v viških sezona ponuditi ob peš in kolesarskih poteh tudi ustrezen javni potniški promet in parkirno politiko. Zaradi ohranjanja privlačnosti krajine je izrednega pomena ohranjanje naravnih in kulturnih kakovosti.

Razvoj ekoloških in trajnostno naravnanih nastanitvenih kapacitet

Obstoječa turistična območja s turistično infrastrukturo se ohranjajo in izboljšujejo – območje Nikolaja, območje Študent, območje Sv. Katarine, območje kopališča Debeli rtič; nekatere pa se prestrukturira – območje Ankaran center obala, ki se prestrukturira v območje za centralne-družbene dejavnosti, delno tudi območje kopališča Debeli rtič, ki postane del javne infrastrukture za delovanje krajinskega parka.

Nastanitvene kapacitete se še naprej zagotavljajo predvsem na območju Nikolaja, za kampiranje kot obliko nastanitvenih kapacitet pa se namenjajo dodatne in nadomestne površine na območju Krajinskega parka Debeli rtič, območju Študent in mestoma v zaledju. Namenska raba prostora za turizem se poveča na 13,15 ha. Spodbuja se dvig kakovosti ponudbe (hotel, eko hiške, glamping ...).

Hotelska nastanitve

Adria Ankaran je največji ponudnik turističnih storitev v občini. Nastanitvena dejavnost se kot podporna dejavnost z dvema hotelskima kompleksoma izvaja tudi znotraj MZL RKS Debeli rtič. Turistično ponudbo dopolnjujejo še manjše prenočitvene kapacitete v hotelih, apartmajih, vilah in avtokampih. Obiskovalci občine so deležni klasičnih in nadstandardnih turističnih storitev, kar občino uvršča med najbolj priljubljene turistične točke v Sloveniji.

Z vidika trajnostnega zelenega razvoja je turistična panoga v Ankaranu danes postavljena pred odlično izhodišče oz. nov razvojni potencial. Umeščenost lokacije v makro destinacijo Mediteranska Slovenija opredeljuje glavne karakteristike mikrolokacije: mediteranska raznolikost, kraška naravna čudesa, vabljiva in lahko dostopna sredozemska mesteca, tesno povezana z zelenim istrskim podeželjem, podzemna čudesa, gastronomska ponudba z vrhunskimi vini. Kot nosilni produkti za to okolje so definirani: poslovna srečanja in dogodki, sonce in morje, zdravje in dobro počutje ter gastronomija. Če se k temu dodajo še lokalna skrb za naravo, trajnostni razvoj občine ter bližnji Krajinski park Debeli rtič, ima turizem izvrstne možnosti oz. konkurenčne prednosti za prihodnji razvoj.

Razpršeni hotel

Za domače in tuje goste v Ankaranu skrbijo tudi manjši hoteli in zasebni ponudniki apartmajev in sob. teh je iz leta v leto več, zato se kaže potreba po nadgradnji ponudbe. Ena izmed inovativnih možnosti je tako imenovani razpršeni hotel, vrsta nastanitve, pri kateri sobe zagotavlja več ponudnikov na različnih lokacijah, v različnih ambientih, določeni elementi pa so skupni, kot na primer recepcija, kulinarična ponudba oz. restavracija, različne aktivnosti ipd. Cilj tovrstne ponudbe je ohraniti originalne objekte kraja, preprečiti gradnje, ki so izključno namenjene turistom, in tako preprečiti izolacijo gostov ter spodbuditi ohranjanje dediščine in avtentičnosti kraja. Razpršeni hotel je turistična nastanitev, ki je del domače skupnosti.

V Ankaranu je bila prepoznana potreba po povezovanju manjših ponudnikov nastanitev, in sicer pri nujenju podpore za uspešno delovanje, predvsem na področjih, kot so informacijske tehnologije, povezane s turizmom, digitalni marketing, ki je za marsikaterega manjšega ponudnika veliko bolj dostopen kot klasični načini promocije. Poleg tega je bila prepoznana potreba po uvedbi standardov kakovosti za doseganje 5-zvezdične ponudbe Ankarana kot zelene butične destinacije. Standardi kakovosti niso namenjeni le zagotavljanju kakovosti nastanitvenih obratov, temveč gre za zagotavljanje celovite kakovosti turistične ponudbe in izkušnje turista na posamezni destinaciji, kar je tudi skladno z vizijo razvoja slovenskega turizma. Reprezentativnost in vizija zelene butične destinacije se namreč dosega z jasno opredeljenimi kriteriji, ki služijo kot vodilo za oblikovanje raznolike in avtentične lokalne ponudbe.

Turističnoinformacijski center Ankaran se tukaj kaže kot stičišče, ki ponudnike povezuje in jim nudi primerno podporo, dolgoročno pa bi to postal povezovalni člen razpršenega hotela, t. i. skupna recepcija razpršenega hotela, ter s tem nadgradil vlogo, ki jo že sedaj delno opravlja, in sicer z nudenjem pomoči turistom pri iskanju prostih nastanitev.

Kampiranje

Kamp na območju Krajinskega parka Debeli rtič

Krajinski park Debeli rtič, ki se razteza od Valdoltre do zaliva Sv. Jerneja, je bil ustanovljen leta 2018 s ciljem zaščite narave in njenih danosti na širšem območju Debelega rtiča. Trajnostne razvojne usmeritve krajinskega parka se nanašajo na ukrepe v zvezi s projekti, investicijami in izvajanjem dejavnosti, ki so v skladu z varstvenimi cilji parka in temeljijo na primerjalnih prednostih Krajinskega parka ter kot take omogočajo gospodarski, družbeni in kulturni razvoj Občine Ankaran in njenih občanov ter krepijo prepoznavnost in konkurenčnost območja.

Za doseganje trajnostnega razvoja se med drugim spodbuja tudi trajnostne oblike rekreacije in turizma, kot so naravoslovni turizem z vodenimi ogledi naravnih vrednot, kopnimi in morskimi učnimi potmi, ne le na zavarovanem območju, temveč na širšem območju Občine Ankaran. Pri tem se z načrtom upravljanja krajinskega parka opredelijo posebna območja in pogoji za izvajanja dejavnosti, kot so sonaravno kmetovanje, prenočevanje in šotorjenje, pa tudi omejevanja, kot so bivanje v počitniških prikolicah in avtomobilih, taborjenje ter pikniki, uporaba odprtega ognja ipd.

Krajinski park deloma zajema tudi območje v lasti Republike Slovenije in v uporabi MORS in MNZ, ki obsega pretežno zastarelo turistično infrastrukturo. Zaradi dolgoletnih neurejenih lastniških razmerij je območje danes, z izjemo objektov MORS v času poletne sezone, zapuščeno, sameva in vidno zgublja vrednost. Morje in plaža v senci borovcev še vedno vabita številne obiskovalce in poletne kopalce, vendar območje potrebuje celovito prenovo in jasno vizijo prihodnje prostorske ureditve. Območje enote urejanja prostora OB-07 na Debelem rtiču je predvideno za razvoj ekološkega turizma in omogoča vzpostavitev kakovostnega eko resorta po zgledu »Garden Village« Bled, »Glamping Ribno« itd.

Tudi Slovenska turistična organizacija (STO) izpostavlja dinamiko na področju glampingov in njihov velik porast ter pri tem poudarja, da se elementi butičnosti lahko uvajajo že z nagovarjanjem zahtevnejših obiskovalcev. V osrčju Debelega rtiča, kjer je narava postavljena na prvo mesto, se ponuja priložnost za razvoj butičnega eko resorta, prvega na slovenski obali.

Vzpostavitev edinega slovenskega obmorskega eko resorta v osrčju Krajinskega parka Debeli rtič je edinstvena poslovna in razvojna priložnost. Zaščiten narava, morski zrak, mir in zelenje. S premišljeno investicijo v sodoben, zelen načrt, ki bi podal tudi pretanjene rešitve krajinskega parka in urbanističnega oblikovanja, se omogoča nov koncept dopustovanja, ki je skladen z današnjimi trendi vračanja k naravi, k prvobitnemu, ter se odmika od zastarelega koncepta »prikoličarstva«. Obenem se tudi območje KPDR dviga na zavidljivo raven ter s tem dodatno okrepi podoba Občine Ankaran kar jo ponovno umešča v sam vrh turističnih destinacij Slovenije.

Možnosti za izvedbo eko resorta je veliko. OPN predvideva, da se ob vzpostavitvi eko resorta ponudbo diferencira na (mobilne) eko hiške in glamping.

EKO (mobilne) hiške

Del eko resorta se uredi z udobnimi, stacionarnimi lesenimi hišicami (v stilu mobilnih hišk) iz lokalno prisotnih naravnih materialov in upoštevajoč elemente primorsko-istrske arhitekturne krajine, vse v nadstandardni izvedbi – tako oblikovno kot funkcionalno. Resort z vrhunsko infrastrukturno opremljenostjo, umeščen v zelenje, bi gostom pričaral popolnoma drugačen oddih. Z organizacijo parkirnih mest izven eko resorta se vpelje koncept okolju prijaznega gibanja znotraj celega resorta (parkiranje pred vstopom v Krajinski park, prepoved motornih vozil in hrupa v samem resortu, v notranjosti resorta omogočeno premikanje zgolj z električnimi vozili in/ali kolesi).

Ponudba se lahko nadgradi z dostavo zajtrka, svežega sadja/zelenjave z lokalne tržnice, z vodenimi izleti po okolici, vodenimi kolesarskimi turami ter s povezovanjem z ostalimi obalnimi in zalednimi turističnimi točkami.

Glamping

Glamping ali glamurozno oz. luksuzno kampiranje postaja vse bolj popularen in je eden od hitro rastočih trendov v globalnem turizmu, ki se pospešeno razvija od leta 2010. Gre za preplet dveh konceptov – glamurja in udobja, kot ju dajejo najboljši hoteli, ter sproščenosti in stika z naravo, kot ju omogoča kampiranje. V Sloveniji je bil prvi glamping ustanovljen leta 2010 na Bledu, danes se pod tem pojmom trži že več kot 60 ponudnikov. Glamping je postal pomemben turistični produkt, skladen z zgodbo zelene Slovenije, ki jo STO razvija s pomočjo Zelene sheme slovenskega turizma in znamko SloveniaGreen. Pripomore pa tudi k izpolnjevanju vizije Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021, ki predvideva razvoj in nadgrajevanje turističnih produktov za butična, 5-zvezdična doživetja.

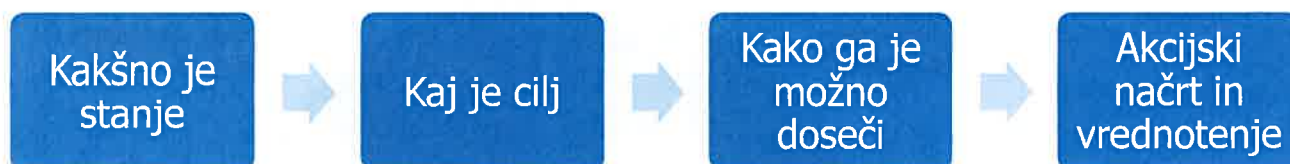
Nekateri slovenski glampingi izstopajo po kakovosti na nivoju več zvezdičnih hotelov, dodatni ponudbi in veliki pozornosti, ki jo namenjajo krajinski arhitekturi. Tudi glamping eko resorta Debeli rtič se glede na lokacijo in pomen zavarovanja narave in okolja lahko uredi v nadstandardni izvedbi, iz popolnoma naravnih materialov ter s samooskrbno infrastrukturno opremljenostjo. Senca borovcev ponuja idealno zatočišče za postavitev modernih šotorov, ki v svoji notranjosti ponujajo prostor za počitek in regeneracijo zaradi stresa sodobnega načina bivanja. Pri zasnovi oblike pa je treba izhajati iz lokalne tipike in smiselno upoštevati elemente primorsko istrske arhitekturne krajine.

KAKO DOSEČI CILJ?

Cilj se lahko doseže le z dobro strategijo, ki bo omogočala, da je jasno vidno, kje bo destinacija leta 2026, in da je možno takrat tudi preko merjenja učinkov ugotoviti, ali je bilo načrtovanje in izvajanje aktivnosti in ukrepov uspešno ali ne, ali je treba kaj spremeniti, kaj se je obneslo kot dobra praksa, na kaj je treba biti pozoren.

Za pripravo dobre strategije je potreben zanesljiv zunanji izvajalec, ki bo nalogo izvedel »na ključ«, saj je Odsek za turizem znotraj Oddelka za gospodarstvo Občine Ankaran kadrovsko omejen.

Pri oblikovanju strategije bo občina sledila spodnji shemi:



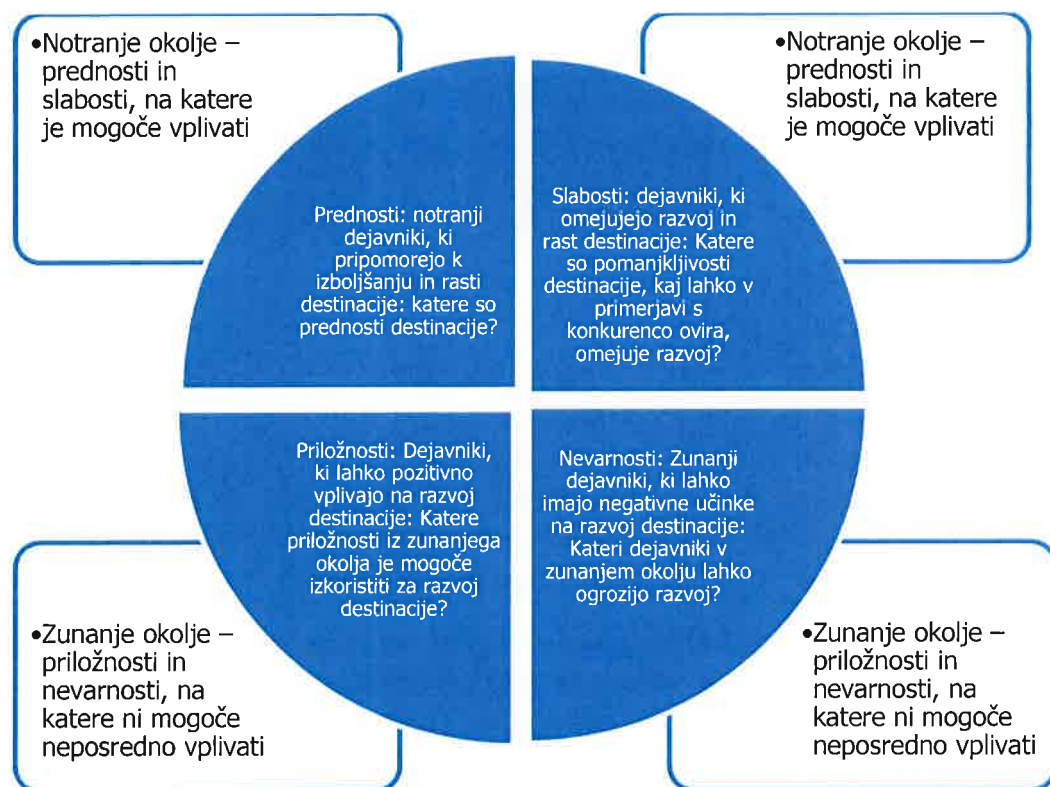
Kakšno je stanje

Leta 2016 je Valicon izvedel raziskavo, v kateri se je pokazalo, kaj obiskovalci, ki prihajajo v Ankaran, iščejo; kakšen je odnos domačinov do turizma, kako obiskovalci in domačini dojemajo destinacijo Ankaran in katere so ciljne skupine, ki jih moramo targetirati. Ugotovljeno je bilo, da so persone destinacije Ankaran ZELENI RAZISKOVALCI, AKTIVNE DRUŽINE, MUZE. Zaradi hitrega razvoja turizma in spreminjanja trendov pa je smiselno po štirih letih raziskavo ponoviti in poglobiti, da lahko tako služi kot osnova za pripravo strategije.

Hkrati se je treba vprašati, kaj je cilj. Kakšen bo razvoj turizma v Ankaranu? Ta vprašanja so tudi ključna za oblikovanje organa oz. pisarne (predvsem z vidika kadrov in finančnih sredstev), ki bo skrbela za razvoj trajnostnega turizma, za razvoj produktov in doživetij, za izobraževanje ponudnikov, za vzdrževanje objektov, ki bodo del turistične ponudbe, za promocijo na slovenskem trgu in v tujini (smiselno bi bilo, da področje turistične takse – pavšalne in redne – po izkušnjah iz drugih vodilnih destinacij ostane v domeni občinske uprave – vodenje evidence, odločbe in pritožbe v oddelku za gospodarski razvoj; obračuni, plačila, terjatve, opomini v domeni finančno-računovodske službe).

SWOT analiza turizma

Za pripravo uspešne strategije razvoja trajnostnega turizma v destinaciji je treba opredeliti določene elemente, kar bo služilo kot podlaga za sprejem ciljev in za spremljanje razvoja. S SWOT analizo je treba opredeliti prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti:



Kaj je cilj

Dobra analiza stanja bo dala tudi odgovore, kaj je cilj skupnosti in ali je to sploh mogoče doseči, kakšne so možnosti, obstajajo pogoji za doseganje ciljev ali je pogoje šele treba ustvariti (če je to sploh možno). Pri razvoju je treba upoštevati danosti in prioritete kraja, upoštevati je treba lokalno skupnost, tako da bo ta turizem ponotranjila kot nekaj, kar lahko v kraj prinese veliko pozitivnih sprememb. Poudariti je treba, da je cilj, ustvariti kraj, kjer je turizem dodana vrednost in nima negativnih vplivov na okolje. Zaželeni so turistični ponudniki, ki bodo živeli v in z okoljem, in turisti, ki bodo spoštovali naravno in kulturno dediščino, ter se vračali, ker bodo cenili pristnost destinacije Ankaran.

Konkretneje je vprašanje, kaj je cilj, razdelano v prejšnjem poglavju.

Kako je mogoče doseči cilj

V okviru priprave strategije bodo na podlagi analize stanja opredeljena strateška področja delovanja, v okviru teh pa predstavljeni koncept, cilji, kazalniki ter prednostni ukrepi in projekti po strateških področjih. Utemeljiti bo treba, zakaj je posamezno področje uvrščeno med strateška področja delovanja, kateri je prednostni cilj in zakaj, kakšni rezultati so pričakovani do leta 2026, kaj kažejo kazalniki uspešnosti 2026, katere so ključne problematike področja, kateri so ključni izzivi in temeljne smernice za razvoj turizma.

V najbolj operativnem delu dokumenta bo treba predstaviti sprejete ukrepe in projekte. Utemeljiti bo treba prednostne ukrepe delovanja in navajati načrtovane aktivnosti, preko katerih

bodo doseženi zastavljeni cilji. Ker gre za specifične projekte oz. rešitve, bo v obdobju veljavnosti strategije treba določene elemente prilagajati glede na spreminjanje trendov na področju turizma in glede na spremembe v lokalni skupnosti, državi oz. na področju gospodarstva. Tako se bodo lahko zastavljeni projekti prilagajali, pa tudi sprejemali novi. Zato je potrebno, da se letno spremljata izvajanje in oblikovanje potrebnih sprememb.

Glede na usmeritve turističnega razvoja v Sloveniji bodo glavna strateška področja predvidoma:

- I. Produkti in doživetja – zasebna in javna;
- II. Trajnostni razvoj destinacije;
- III. Javna in zasebna turistična infrastruktura;
- IV. Razvoj manjših turističnih podjetij (lokalno prebivalstvo);
- V. Trženje turistične destinacije s poudarkom na digitalnem marketingu;
- VI. Povezovanje deležnikov in upravljanje vodilne destinacije.

Akcijski načrt in vrednotenje

Izvajanje strategije

Strategija bo osnovni strateški načrt na področju razvoja turizma, ki bo na osnovi analize in diagnoze opredeljeval prioritete in strateška področja delovanja na ravni občine ter nabor ukrepov in ciljev, s katerimi se bo dosegalo zastavljene cilje. Strategija bo predstavljala osnovo za letne programe dela Občine Ankaran na osnovi prioritet in skladno s finančnimi možnostmi. Izvajanje in spremljanje izvajanja strategije bo prilagojeno kadrovskim in finančnim virom. Vsebinske smernice pa bodo upoštevane pri celotnem razvojnem in promocijskem delu v destinaciji.

Strategija bo hkrati temelj za razpise, candidature, za usmerjanje poslovnih načrtov in investicij turističnih podjetij in podjetnikov, ki se odločajo za vlaganja na območju destinacije. Prav tako bo strategija okvir za odločanje, v kakšni pravnoformalni obliki se bo razvijalo telo, pristojno za načrtovanje, razvoj, promocijo in izvajanje operativnega dela na področju turizma ter kakšna bo kadrovska sestava tega telesa.

Strategija razvoja trajnostnega turizma Občine Ankaran do 2026 bo vsebinsko usklajena in potrjena v okviru delovanja Občine Ankaran. K oblikovanju strategije bodo povabljeni vsi deležniki v občini, po njenem sprejetju pa bo javnost seznanjena z njeno vsebino. Strategijo bo sprejel občinski svet Občine Ankaran.

Izvajanje strategije se bo financiralo iz proračuna Občine Ankaran in bo odvisno od dodeljenih sredstev. V praksi bosta vsaj v začetku strategijo izvajala Oddelek za gospodarske dejavnosti, Odsek za turizem, in Turističnoinformacijski center Ankaran. Smiselno pa bi bilo upravljanje destinacije organizirati kot samostojno osebo javnega prava (npr. javno podjetje, zavod ipd.), saj bi s tem omogočili enostavnejše poslovanje na področju razvoja in promocije turizma.

Uspešnost strategije pa bo odvisna tudi od sodelovanja podjetniškega sektorja, nevladnih in drugih organizacij, zainteresirane javnosti v občini, pa tudi od sodelovanja na ravni slovenske

Istre, marko regije Mediteranska Slovenija in Kras ter sodelovanja s Slovensko turistično organizacijo.

Spremljanje izvajanja strategije

Turizem se trenutno spremlja predvsem preko podatkov, ki jih nudijo obračuni turistične takse, in pa digitalnih kanalov, kjer so urejena orodja za analitiko. Na spletni strani Visit Ankaran se spremlja obisk (po mesecih, iz ključnih ciljnih trgov, obisk strani/seje, povprečno trajanje seje, stopnjo obiska, število novih sej itd.) s pomočjo Google Analytics.

Na Facebook strani Visit Ankaran se spremlja rast števila všečkov po mesecih, spol, starostno strukturo, skupni, organski in sponzorirani doseg in vključenost sledilcev oziroma uporabnikov (deljenje in komentiranje). Na Instagramu se spremlja število sledilcev in komentarjev.

Podatki iz obračunov turistične takse pa kažejo, koliko je prihodov domačih in tujih turistov, koliko nočitev domačih in tujih turistov in kolikšna je povprečna doba bivanja. Podatki za leto 2019 kažejo, da je bilo:

Prihodi skupaj 82.145

47.110 domačih turistov

35.035 tujih turistov

Nočitve skupaj 317.700

190.721 domačih turistov

126.979 tujih turistov

Povprečna doba bivanja je 3,8 noči. Podatki kažejo tudi, da je največ slovenskih gostov (60 %), sledijo Nemci (10 %), Avstrijci (6 %), Italijani (5 %) in Nizozemci (4 %), zato bi bilo smiselno, da bi bila vsa turistična gradiva prevedena tudi v nemški jezik.

V strategiji bo treba opredeliti nove načine spremljanja razvoja turizma, predvsem pa bo treba spremljati, kako se dosega zastavljene cilje. Sprejeti bo treba na primer tudi načine, kako spremljati prihode dnevnih obiskovalcev.

Izvajanje strategije se bo spremljalo na podlagi naslednjih elementov:

- I. Doseganje ciljev in kazalnikov;
- II. Vrednotenje izvedenih ukrepov in projektov;
- III. Predlogi za posodabljanje strategije, če bo treba;
- IV. Analiza rezultatov in opredelitev odstopanj od zastavljenih ciljev;
- V. Sprejemanje predlogov za omilitev tveganj ali spreminjanje starih oz. sprejemanje novih ukrepov, če bo treba.

Smiselno bi bilo, da se stanje spremlja na letni ravni in da se v sodelovanju s ključnimi deležniki na letni ravni preverja in ocenjuje uspešnost izvajanja strategije.