



LAS UE Ormož

Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje

**Zapis drugega srečanja z DS UE Ormož, 8. 6. 2018 za oblikovanje dokumenta »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož za obdobje 2019-2025«, Ormož**

<b>Datum</b>	8. 6. 2018, 9h -12.30h
<b>Lokacija</b>	Gostišče Taverna, Svetinje
<b>Prisotni</b>	Priloga 1
<b>Tema</b>	Drugo srečanje članov DS za implementacijo aktivnosti zgoraj omenjenega projekta
<b>Dnevni red</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uvodni pozdrav</li> <li>2. Uskladitev članstva projektne, delovne in specializiranih skupin</li> <li>3. Predstavitev posnetka stanja na področju turizma iz sekundarnih virov</li> <li>4. Delavnično delo – kje smo na področjih turizma in kakovosti življenja v destinaciji Jeruzalem</li> <li>5. Razprava o nadaljnjih aktivnostih</li> <li>6. Zaključne ugotovitve</li> </ol> <p>Priloga 2</p>
<b>Ad1</b>	<p>Ob 9.10 uri je z <b>uvodnim pozdravom</b> odprla delavnico <u>Karmen Štumberger</u>, predstavnica Občine Ormož. Izkazala je veselje, da smo v Taverni na Svetinjah, kjer je gostitelj gospod Dino. Pojasnila je, da smo na prvem srečanju (21.5. 2018) predstavili namen in aktivnosti projekta, predstavili so se tudi udeleženci delavnice. Tudi v bodoče se bo pošiljalo vso gradivo (zapisnik, prezentacijo in listo prisotnih) po mailih vsem vabljenim udeležencem. Za današnje srečanje se je opravičilo nekaj vabljenih, ki pa so izrazili pripravljenost na nadaljnje sodelovanje. Dvajsetega junija bo srečanje spet pri naslednjem ponudniku. Karmen je nato pozdravila Tanjo Lešnik Štuhec in ji predala besedo.</p>
<b>Ad2</b>	<p><u>Tanja L. Štuhec</u>: <b>Uskladitev članstva v skupinah</b> – odprta je delovna skupina, kmalu pa bomo dorekli, kdo bodo člani specializiranih skupin. Že 26. 6. 2018 se začne drugi delovni sklop, v katerem bomo govorili o nadgradnji ponudbe – specializiranih doživetij.</p> <p>Vizija Destinacije Jeruzalem je vizija nekega dolgoročnega pogleda. Osnova so strateške investicije, ki so povezane, neko odgovorno projektno delo, ki ni samo sebi namen, ampak prihaja da skupne vizije.</p> <p>Danes se začne tudi z intervjuji s ponudniki. Naslednjič se začne že tudi z DS 2.</p> <p>Danes še vedno govorimo o posnetku stanja, o kakovosti življenja. Analiza stanja iz perspektive sekundarnih virov, dokumentov.</p> <p>Časovnica kaže, da bo 26.6. že drugi delovni sklop. Članstvo specializirane skupine – dobro je vedeti, h kateremu sklopu bi se kdo priključil in sooblikoval turistična doživetja in produkte (možne poti: vinogradništvo in razvoj doživetij podeželja, dnevi odprtih vrat ponudnikov, zdravje in dobro počutje).</p>
<b>Ad3</b>	<p><b>Predstavitev posnetka stanja na področju turizma iz sekundarnih virov</b></p> <p>Ob posnetku stanja se pogosto vprašamo: kje smo – geografsko in kakšna je kakovost življenja; kdo smo – kapital deležnikov; kaj ponujamo; kako smo seznanjeni s trendi v turizmu; koga nagovarjamo - kdo so skupine, ki bi si jih želeli...?</p> <p>Posnetek stanja iz nacionalnega na regionalni in lokalni nivo.</p> <p><b>1. dokument: Krovni dokument na področju turizma v Sloveniji je »Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021.«</b> Jasno je postavljena vizija, strateški</p>



LAS UE Ormož



Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje

PROGRAM  
RAZVOJA  
PODEŽELJA

in operativni cilji ter ukrepi. Dobro je poznati ciljne trge in skupine – slovenske goste, tako domače kot mednarodne. Povzetek: V letu 2017 so rasli prihodi (4,9 mio) in nočitve (12,6 mio) na slovenskem nivoju, prvič je bilo več nočitev opravljenih v gorskih občinah kot obmorskih. Najpomembnejši trgi so: Italija, Nemčija, Avstrija, Nizozemska in Hrvaška. Največjo rast nočitev predstavljajo Nizozemci. Najmanj rastejo nočitve v hotelih, kjer je še vedno največji delež vseh opravljenih nočitev (39%). Bistveno je poznati čas zadrževanja in potrošnjo turistov iz posameznih ciljnih trgov. Turisti iz Nizozemske ostanejo najdlje (3,28 dni). Najdlje ostajajo turisti, ki bivajo v apartmajih, in mladinskih domovih. Največ gostov pride v juliju in avgustu (55%). Predvsem pomembni sta prijaznost in varnost. Ruski gosti so zelo zahtevni, predvsem so v zdraviliščih, zapravijo pa veliko več denarja kot mednarodni gosti v povprečju. Strategija slovenskega turizma obravnava Slovenijo razdeljeno v 4 makro območja. Destinacija Jeruzalem spada v makroregijo Termalna Panonska Slovenija. Vizija sledi trditvi: Slovenija je globalna zelena butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi.

Ugotovitve iz Strategije:

Povečuje se število prihodov, a ne dosegamo višje cene, ki smo jo pričakovali. Nizka je zasedenost nastanitvenih kapacitet, manjkajo informacije kaj se odvija na turističnem trgu. Imamo torej še veliko prostora, da se stvari izboljšajo.

## **2. dokument: Regionalni razvojni program za Podravsko razvojno regijo 2014-2020**

*Prednosti:* Zelo dobra geografsko-strateška lega, kratke razdalje, bližina letališč.

Bogata živa kulturna dediščina in živa kulturna ustvarjalnost (525 društev), etnološke posebnosti, gostoljubje, prijaznost, krasna krajinska podoba, dopolnilne dejavnosti na kmetijah. Imamo okrog 700.000 nočitev v Podravju. Je pa nizka povprečna doba bivanja in slaba zasedenost kapacitet. Dediščina je tista, ki je v tej regiji izjemno bogata. Imamo vinsko tradicijo, bogato gastronomsko ponudbo, bogato kulturno dediščino.

*Slabosti:* Slabo izpostavljen in izkoriščen turistični potencial. Nekateri objekti ali so prazni ali slabo vzdrževani in niso v pravi funkciji turizma, čeprav bi lahko bili. Imamo šibko povezovanje in sodelovanje, pomanjkanje podjetniške samoiniciative. Umirajo mala in srednja podjetja. Šibko vključevanje kulturne dediščine, slaba povezanost z javnim prevozom. Nerazvita celostna kolesarska ponudba.

*Priložnosti:* Priložnosti je zelo veliko. Rast kakovosti produktov; vključevanje materialne in nematerialne kulturne dediščine v turizem; povezovanje kmetijstva in rokodelstva s turizmom; celostna revitalizacija objektov kulturne dediščine; sprememba namembnosti objektom, ki so prazni in imajo velik potencial; pritegnitev majhnih poslovnih skupin na poslovna srečanja na podeželje iz večjih mest; razvoj zelenega turizma v povezavi z Naturo 2000. Zelene investicije – najbolj ekonomsko učinkovito je vzpostaviti glamurozne kampe ob že obstoječih kapacitetah, ki lahko oskrbijo goste čez vso leto, npr. večji zdraviliški centri, kjer je glamurozni kamp dodana vrednost obstoječi ponudbi v najvišji sezoni. Mobilne e-storitve, električna kolesa, to je velik potencial za prihodnja leta. Razvoj človeškega kapitala na vseh področjih delovanja – vse je moč izkoristiti v namene kakovosti življenja in turizma. Skupen portal za destinacijo je pomembno okno v svet.

*Nevarnosti:* Vedno obstaja nevarnost, da nas konkurenčne destinacije prehitijo tako na področju kakovosti kot raznolikosti ponudbe. Nujno se je povezati, da bo ponudba uravnotežena. Če ponudniki nimamo privlačne ponudbe, agencija težko zapakira v zgodbo, ki bi jo gostje kupili.



LAS UE Ormož



Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje

PROGRAM  
RAZVOJA  
PODEŽELJA**3. dokument: Regionalni razvojni program Pomurje 2014-2020**

**Prednosti:** dobra geostrateška lega; kakovostno življenjsko okolje, prijaznost in gostoljubnost domačinov, dobro razvit zdraviliški turizem, neokrnjena narava in biotska raznovrstnost, tradicija kmetovanja, kakovost kulinarčne ponudbe...

**Slabosti:** velika stopnja brezposelnosti; nizka stopnja sodelovanja in inovacij ter podjetniške kulture; pomanjkanje vrhunskih menedžerskih znanj; nizka konkurenčnost in produktivnost kmetijskega sektorja; razdrobljenost turistične ponudbe...

**Priložnosti:** čezmejno in mednarodno sodelovanje; spodbujanje tehnološkega razvoja; razvoj butične ponudbe in ponudbe za zdrav življenjski slog: razvoj turizma na podeželju; vključevanje lokalno pridelane hrane v turistično ponudbo; potencial kulturne dediščine ter povezovanje s turizmom; Vzpostavitev kratkih oskrbnih verig; povečanje deleža lokalne samooskrbe...

**Nevarnosti:** spreminjanje demografske strukture prebivalstva; močna konkurenca v nacionalnem in mednarodnem prostoru; ...

**4. dokument: SLR LAS UE Ormož**

Na območju LAS UE Ormož živi v treh občinah okrog 16.500 prebivalcev na 213 km<sup>2</sup>.

**Prednosti:** Izjemno bogata kulturno zgodovinska dediščina, pestra in dobro ohranjena narava, kulturna krajina,

**Slabosti:** šibko gospodarstvo, slaba ekonomska moč prebivalcev, negativni trendi – beg možganov, beg mladih ljudi. SLR o turizmu: Veliko neizkoriščenega potenciala, letno okrog 20.000 turistov, prenočitvene zmogljivosti so šibka točka. Potreba po ustreznejši organiziranosti na vinsko turističnih cestah, manjka tudi sodobni marketing, prireditve so lokalnega značaja, ponudba obeh gradov bi morala biti bolj poglobljena in povezana. Vrste nastanitvenih zmogljivosti: 178 ležišč, 29 ponudnikov. Obisk TICa-a Ormož in prireditev - okrog 10.000 obiskovalcev letno. (Do naslednje delavnice bi bilo dobro pridobiti bolj realne in podrobne podatke, prosi Lešnikova (preglednica prihodov in nočitev gostov (po državah in namenu obiska).

Andreja Brglez: približno 70 % je tujih gostov in več kot polovica tega iz Beneluksa. Bodo posredovali podatke.

Karmen Štumberger: Namen teh srečanj je, da skupaj prilagajamo ponudbo in turistične produkte določenim ciljnim skupinam in njihovim potrebam. Ti podatki so nam neke vrste signal, kam, v katero smer delati. Skupaj. Uspešnih individualnih zgodb na območju imamo veliko.

Tanja L. Štuhec (nadaljuje): Dobri pogoji so za ekološko kmetovanje, vinska tradicija, mir na podeželju. To je za starejše turiste zelo pomembno. Pripraviti moramo osnovno ponudbo in nanjo navezati vse ostalo.

Slabost je nazadovanje gospodarstva, premajhna podjetniška iniciativa, nizka samooskrba.

**Priložnosti:** Naravi prijazno kmetijstvo, razvoj trajnostnega turizma, vse večji delež mlade izobražene populacije. Povezovanje in skupna predstavitev je nujna.

Spodbujanje medgeneracijskega učenja. Pomembno je tudi, kaj vsaka Občina objavi na spletni strani – kako se promovira, predstavlja znamenitosti na spletni strani.

Stanko Pesrl: Središče ob Dravi ni vinorodno območje.

Karmen Štumberger: Identifikacijo Središča kot vinorodnega območja lahko gledamo tudi iz vidika ponudbe širše destinacije Jeruzalem – gre za komplementarnost ponudbe območja. Občine bomo ažurirale spletne strani tako, da bo razvidno, da smo del destinacije Jeruzalem. Prav je da posvojimo celotno ponudbo območja in jo predstavljamo obiskovalcem.

Lidija Kupljen: Ni dovolj politična volja, vse kar počnemo bi moralo biti tudi izvedbeno motivirano iz strani politike. Trenutno gledamo podatke iz leta 2014, ko se je začelo



LAS UE Ormož



Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje



PROGRAM  
RAZVOJA  
PODEŽELJA

pričujoče strateško obdobje. Mi moramo gledati naprej - ponudniki rabimo vzpodbudo.

Ivo Mulec: Stanje tukaj trenutno ni vrhunsko. Tu so predstavljeni kvantitativni podatki obstoječih evidenc. Stanje slovenskega turizma ni tako rožnato, kot se prikazuje.

Lidija Kupljen: Povsod gredo naprej, vinske destinacije so uspešne, doma in v tujini.

Zakaj vsem uspe, mi pa se ne premaknemo naprej?

Ivo Mulec: Ta naša srečanja, ta projekt, je začetek skupnega dela. Vprašanje je, kako privabiti turiste iz Bleda in drugih regij v našo destinacijo? Dejstvo je, da je naša destinacija nazadovala. A nekaj vendarle funkcionira. Na nivoju LAS-a vseh treh občin so pridobili sredstva za razvojni dokument in izvedbene aktivnosti. Menim, da gre za zelo velik korak k vzpodbudi, da nas povežejo. Tanja sedaj dela presek stanja.

Lidija Kupljen: Tri leta nazaj smo se isto pogovarjali in se še ni nič premaknilo. Mi imamo tako lep produkt in moramo delati skupaj.

Karmen Štumberger: Dve leti smo čakali na odobritev projekta, brez sredstev žal ne gre. Javni sektor pelje kar nekaj projektov. Prav tako se trudimo, kot vem, da se trudite iz zasebnega sektorja. Sedaj je potrebno povezati vsa ta prizadevanja, vse te uspešne zgodbe območja.

Andreja Brglez: Jaz sem prišla v Ormož ravno zato, ker vem, da ima območje na področju turizma velik potencial vizavi Ptuj – Ptuj je mesto, okolica je pa mrtva. Mi imamo zaokroženo ponudbo destinacije in lahko turiste iz Ptuja in tudi od drugod povabimo k nam. Problem so sami ponudniki. Pokazatelj je konec koncev tudi ta projekt. Verjamem, da je slaba volja, ker ne gre bolje, a bodimo optimistični.

Ivo Mulec: Turizem se ne bo postavil na noge sam po sebi. Treba je delati korak po korak. Sedaj imamo zavod, ki bo prevzel veliko odgovornost.

Lidija Kupljen: Kako bo Ljutomer gledal na to?

Tanja L. Štuhec: Imeli smo sestanek z našimi tremi župani in tudi z Občino Ljutomer.

Karmen Štumberger: Na tem sestanku smo predstavili, kaj želimo narediti in na načelni ravni poenotili stališča. Z odobritvijo projekta mi nadaljujemo z aktivnostmi. Vabljeni so tudi predstavniki iz ljutomerske strani. Občine vodimo iniciativo, potrebno pa je, da se nam priključijo tudi ponudniki, ki imate in še razvijate ponudbo. Imamo primere dobrih praks po Sloveniji in v tujini, ki jim je s takšnim pristopom uspelo.

Danijela Zidarič: Dostikrat smo bili kot podjetje Jeruzalem Ormož P&F sami na vseh večjih sejmih po Evropi, drugi ponudniki se niso udeleževali sejmov.

Karmen Štumberger: Pri RDO se je izkazalo, da naša ponudba ni doživljajska, ni doživljajskih produktov.

Tanja L. Štuhec: Nujno je sistematično voditi statistiko, da vemo, kaj je razlog obiska turistov. Še predvsem poznati pričakovanja in potrebe nišnih ciljnih skupin.

Ivo Mulec: Mene - če bi bil župan, bi me izjemno zanimalo srečanje z župani sosednjih občin na temo razvoja turizma. Zavedati se moramo, da smo tranzitna destinacija, gosti pridejo, popijejo, pojejo in gredo. Nimamo nastanitvenih kapacitet. Ni dovolj samo prespati, ampak doživljajski hoteli itd.

Tanja L. Štuhec: Mi smo začeli delati na več različnih plateh, kratkoročno in dolgoročno.

Stanko Pesrl: Govorimo, da je treba iti v akcijo, a mi nismo sposobni urediti niti usmerjevalnih tabel. Resnično upam, da se bo začelo premikati. Vabljeni, da se 20.5. dobimo pri nas.

Anita Bolčevič: Bila sem na delavnici o prehranjevanju - uživanju različnih avtohtonih rastlin. To se mi zdi izjemna možnost za naše območje. Bilo je posebno doživetje.

Stanko Pesrl: Dober predlog bi bil tudi zip line iz hriba na hrib, bilo bi zelo zanimivo leteti nad vinogradi po žici.



LAS UE Ormož



Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje



PROGRAM  
RAZVOJA  
PODEŽELJA

	<p>Ivo Mulec: Mi bomo naredili spisek vseh aktivnosti, ki se lahko tukaj naredijo in s temi zadevami šli najprej do agentov. Zelo pomembno je, da se Slovenijo pokaže Slovencem; ponuditi doživetja najprej domačim gostom je zelo pomembno, saj znajo bit zvesta publika.</p> <p>Barbara Kukovec: »Sem na začetku poti s svojo zgodbo. Rabim feedback ali grem v s.p. ali v zavod.«</p> <p>Lidija Kupljen: Čestitke, mladi morajo ostati v regiji.</p> <p>Tanja L. Štuhec: Dobili ste projektne liste. V Akcijski načrt bi želeli vnesti vaše predloge. Prosim izpolnite in oddajte jih, da boste v strateškem akcijskem načrtu.</p> <p>Ivo Mulec: Naš cilj je iz tranzitne destinacije narediti počitniško destinacijo. Zato bomo morali turistom ponuditi čim širšo paleto aktivnosti.</p> <p>Tanja L. Štuhec : Vsak trenutek te lahko vsakdo primerja z drugimi destinacijami in ponudniki na spletu. Prvi vtis je bistven za obisk destinacije.</p> <p>Lidija Kupljen: Če vtipkaš Visit Jeruzalem v Google, prideš na spletno stran podjetja Puklavec.</p> <p>Tanja L. Štuhec: Zelo pomembno, da se razjasni glede spletnega imena. Vzporeden projekt je tudi razvoj destinacijske blagovne znamke in tam je zasnova spletne strani in drugih promocijskih orodij.</p> <p>Karmen Štumberger: NOST bomo prepletali tudi z drugim projektom (PPPT LAS). Prepletajo se tudi drugi projekti, vse je povezano, tudi mladinski hostel itd. Ogromno stvari se prepleta. Izziv je, da vse te poti, ki jih ustvarjamo/te, povežejo v celovito zgodbo.</p> <p>Danijela Zidarič: Mi živimo od avtobusov. Veliko več jih je kot pa individualnih gostov.</p> <p>Tanja L. Štuhec: Potrošnja individualnega gosta pa je popolnoma drugačna od organiziranih agencijskih gostov.</p>
<p><b>Ad4</b></p>	<p><b>Delavnično delo</b> – kje smo na področjih turizma in kakovosti življenja v destinaciji Jeruzalem</p> <p>Teoretična izhodišča: Kaj je DESTINACIJA: »Destinacija je produkt, s katerim se identificira turist, ko organizira svoje počitnice«. Turist mora prepoznati geografski prostor kot CILJ POTOVANJA. Imeti mora atrakcije in namestitvene kapacitete, turistične pakete in aktivnosti za turiste. Mora pa vsebovati tudi enoto za razvoj turizma.</p> <p>Barbara Kukovec: Pri nas je možen tudi volonterski turizem.</p> <p>Tanja L. Štuhec (nadaljuje): Kaj je KONKURENČNA DESTINACIJA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unikaten profil destinacije (ponudba unikatnih doživetij, vonjav, okus, narečje, izgled pokrajine).</li> <li>- Ponudba naj bo skladna, celovita, raznolika in inovativna ponudba doživetij.</li> <li>- Sodelovanje med deležniki.</li> <li>- Visoka kakovost storitev in doživetij.</li> <li>- Zapisan strateški razvoj.</li> </ul> <p>Karmen Štumberger: Razmišljati o tem, na kaj smo ponosni (npr. na vino, kulinariko, noše itd. – primer s potovanja na Škotskem, kjer je na vsakem koraku razvidna pripadnost okolju , zgodovini in tradiciji).</p> <p>Tanja L. Štuhec: V Bohinju sedaj vsi sodelavci Turizma Bohinj in TIC- a ter nekateri hotelirji enako urejeni po vzoru oblačilne kulture z lokalno dodano vrednostjo. Za vsako ciljno skupino moramo najti ponudbo.</p> <p>Evalviranje – zelo pomembno ažurirano voditi statistiko za vsakega gosta. CGP destinacij in posameznih ponudnikov velikokrat niso dovolj dobri.</p> <p>Tudi politika – je zelo pomemben faktor, bistveno da so župani gonilo razvoja turizma.</p>





LAS UE Ormož

Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje

	<p>Anita Bolčevič: Mislim, da je veliko, če že podpirajo razvoj, ni nujno, da je župan zmeraj fizično prisoten.</p> <p>Karmen Štumberger: Župani so informirani o naših aktivnostih, bomo skoordinali, da se udeležijo tudi delavnice.</p> <p>Tanja L. Štuhec (nadaljuje): Župani so kot gonilo. Ljudje se veliko raje odzovejo, če so župani prisotni in s tem dajejo zgled občanom. Bistveno je zagotoviti sredstva za razvoj tudi po zaključku dokumentov – zagotovljen proračun za vsaj 3 do 5 let, da se aktivnosti, ki se nastavijo lahko pelje naprej.</p> <p>Geografsko se ne zapirajmo – meje so samo v glavah, razmišljajmo čim širše. Širša destinacija je Prlekija.</p> <p><b>Analiza prednosti, slabosti, priložnosti, nevarnosti destinacije Jeruzalem:</b> Priloga 2 (neformuliran zapis v power pointu)</p> <p><b>Prednosti destinacije iz strani udeležencev:</b> Vrhunski produkti, lokalni pridelki in izdelki, ohranjeno okolje, bogata zgodovina, prirojen smisel za humor, narava, urejenost vasi, hiš, celovita urejenost, čistoča, gostoljubnost, »turizem v vikendih – zidanicah«, turizem med vinogradi, križarji, tematske poti, ...</p> <p>Lidija Kupljen: Ne smemo pustiti, da so hiše rumene, fluorescentne, rdeče, vseh možnih barv – neke vrste karta za gradnjo nam manjka.</p> <p>Večji pomen moramo dati križnikom. Križniki so naredili veliko dobrega za regijo, obstaja knjiga Križniki na Slovenskem, ki jo imam ob Prleški kulinariki in Prleški duši zmeraj zraven.</p> <p>Ivo Mulec: Delati na tem, da je čim več zaščitenih območij, eno takih območij so lagune.</p> <p><b>Kaj so pa slabosti?</b> Za vse poti itd. premalo informacij, signalizacija, več usposobljenega kadra, odpiralni čas, lokalni čas TIC-a, slaba promocija kulturno zgodovinskega bogastva, nasploh slaba promocija območja, slab urbanizem, slaba povezanost (še sami ne poznamo lokalne ponudbe), slaba infrastruktura, manjka promocijski material, manjka turistično gostinska ponudba, kulinarika (gost ne more dobiti klasičnih jedi v restavracijah), nismo prepoznavni, premalo sodelujemo v paketni ponudbi, nismo še destinacija, nimamo doživetij, ki jih zahteva novodobni turizem.</p> <p><b>Kje vidimo priložnosti?</b> Veliko tradicionalnega, kar se da uporabiti s sodobnimi pristopi, veliko možnosti v povezovanju ljudi, skupna motivacija, prireditve, visoka kulinarika. Povezovanje je ključno in bistveno za uspeh, nova delovna mesta, zadovoljstvo občanov.</p> <p>Tanja L. Štuhec: Strateška težišča: Zelo pomembno in ključno je povezovanje, nato komunikacija med deležniki navznoter in navzven, pa prenos znanj, kar lahko tvori nove inovacije iz lokalnega znanja, ki na prvo žogo sploh ni povezano z turizmom. Možni so novi profili delovnih mest itd. Obujanje tradicije in vnašanje inovativnosti, kratke, oskrbne verige, sredstva digitalnega trženja.</p>
<p><b>Ad5</b></p>	<p><b>Razprava o nadaljnjih aktivnostih</b></p> <p>Lidija Kupljen: Slaba udeležba, morda bi morali še poklicati člane delovne skupine pred srečanjem.</p> <p>Karmen Štumberger: Vsi datumi za srečanja so znani vnaprej, vabila so razposlana po mailu ključnim deležnikom. Ta seznam ažuriramo – sporočite nam, prosim, koga naj še vključimo. Iščemo proaktivne, zainteresirane ljudi. Vabim vas, da še vi ponesete glas do svojih partnerjev, ponudnikov, kakšno zgodbo skupaj pišemo in jo želimo spraviti v življenje. Brez vas ponudnikov to ne bo šlo.</p>



LAS UE Ormož



Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje



PROGRAM  
RAZVOJA  
PODEŽELJA

<b>AD6</b>	<p><b>Zaključne ugotovitve</b> iz strani Tanje L. Štuhec</p> <p>Menim, da so koraki, ki smo jih nastavili postavljeni v pravo smer. V LAS-ovem celovitem projektu je zajeto več, kot so podobne destinacije dosegle z več razpisi. Gre za velik preboj na področju kakovosti življenja in razvoja ter trženja turizma in to z roko v roki. Izjemno pozitivno gledam, na to, kako so nastavljeni nadaljnji koraki do skupne prihodnosti.</p> <p>Veselim se naslednjega srečanja, kjer bomo rangirali elemente analize SWOT in govorili o viziji razvoja in trženja destinacije Jeruzalem.</p> <p>Delavnica se zaključi ob 13.10 uri.</p>
<b>Priloge zapisu</b>	<p>Priloga 1 – Lista prisotnih</p> <p>Priloga 2 – Power point predstavitev 8.6.2018</p>

Zapisal/a: Matjaž Kosi; JARA Ormož

Pregledal/a/i in dopolnil/a/i: Tanja Lešnik Štuhec, Karmen Štumberger

Datum: 12.6.2018