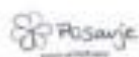


STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OBČINE SEVNICA 2025-2030



Zakladnica doživetij!



NADGRADNJA STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA OBČINE SEVNICA 2019-2024

Dokument

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OBČINE SEVNICA 2025-2030, NAČRT AKTIVNOSTI 2025-2030, AKCIJSKI NAČRT 2025-2026

Naročnik:

Občina

Naslov:

ID za DDV:

Matična številka:

Odgovorna oseba:

Občina Sevnica

Glavni trg 19a, SI-8290 Sevnica

SI99767392

5883008000

župan Srečko Ocvirk

Izvajalec:

Institucija:

Naslov:

ID za DDV:

Matična številka:

Odgovorna oseba:

ProVITAL d.o.o.

Mladinska ulica 45, SI-2212 Šentilj v Slov. goricah

SI72576294

3771032000

Doc. dr. Tanja Lešnik Štuhec

Sevnica, 26. 11. 2024

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	9
1.1 Kratka predstavitev območja občine Sevnica	9
1.2 Metodologija oblikovanja dokumenta	11
1.3 Ugotovitve analize stanja in raziskovanja mnenj in pričakovanj deležnikov	13
1.4 Sestava strateškega dokumenta	15
2 PRIHODNOST RAZVOJA TURIZMA NA OBMOČJU OBČINE SEVNICA ZA OBDOBJE 2025-2030	16
2.1 Prioritete razvoja turizma na območju občine Sevnica 2025-2030	16
2.2 Vizija, poslanstvo in istovetnost razvoja turizma na območju občine Sevnica 2025-2030	17
2.3 Strateški cilji turizma na območju občine Sevnica 2025-2030	19
2.5 Ukrepi razvoja turizma na območju občine Sevnica 2025-2030	20
3 MODEL PARTNERSTVA ZA IZVAJANJE AKTIVNOSTI RAZVOJA TURIZMA V DESTINACIJI SEVNICA ZA OBDOBJE 2025-2030	21
4 ORGANIZACIJSKA OBLIKA IZVAJANJA AKTIVNOSTI DMMO TURIZEM SEVNICA ...	23
4.1 Center za mreženje ponudbe destinacije Sevnica	24
4.2 Center za kakovost ponudbe destinacije Sevnica	25
4.3 Center za trženje ponudbe destinacije Sevnica	26
4.4 Center za doživetja destinacije Sevnica	27
4.5 Center za raziskave in razvoj destinacije Sevnica	28
4.6 Center za upravljanje turistične infrastrukture destinacije Sevnica	30
5 NAČRT AKTIVNOSTI RAZVOJA TURIZMA DESTINACIJE SEVNICA ZA OBDOBJE 2025-2030	31
6 AKCIJSKI NAČRT UDEJANJANJA VIZIJE RAZVOJA TURIZMA V DESTINACIJI SEVNICA ZA OBDOBJE 2025-2026	34
6.1 Upravljanje celovite ponudbe destinacije Sevnica 2025-2026	34
6.2 Razvoj celovite ponudbe destinacije Sevnica 2025-2026	37
6.3 Trženje celovite ponudbe destinacije Sevnica 2025-2026	41
6.4 Istovetnost celovite ponudbe destinacije Sevnica 2025-2026	44
7 DOSEGANJE KPI ŠTIRIH STRATEŠKIH AKTIVNOSTI PO CENTRIH DMMO TURIZEM SEVNICA V OBDOBJU 2025-2026	47
7.1 Center za mreženje in kadrovske zasedbe DMMO Turizem Sevnica	47
7.2 Center za kakovost DMMO Turizem Sevnica	48
7.3 Center za trženje DMMO Turizem Sevnica	49

7.4 Center za doživetja DMMO Turizem Sevnica	50
7.5 Center za raziskave in razvoj DMMO Turizem Sevnica.....	51
7.6 Center za upravljanje turistične infrastrukture DMMO Turizem Sevnica	52
8 PRIORITETNE AKTIVNOSTI IN PREDVIDENI PROJEKTI OBČINE SEVNICA IN KŠTM SEVNICA ZA OBDOBJE 2025-2030	53
8.1 Prioritetne aktivnosti na območju destinacije Sevnica	53
8.2 Predvideni projekti Občine Sevnica in KŠTM Sevnica.....	58
9 ZAKLJUČEK OZ. POVZETEK DOKUMENTA.....	60

KAZALO SLIK

Slika 1: OBMOČJE občine Sevnica.....	9
Slika 2: VEDUTA SEVNICE - pogled na staro mestno jedro in Grad Sevnica	10
Slika 3: GRB občine Sevnica.....	10
Slika 4: MODEL izvajanja projekta na območju občine Sevnica	11
Slika 5: VKLJUČEVANJE DELEŽNIKOV v izvajanje projekta	12
Slika 6: ČASOVNICA aktivnosti za nadgradnjo Strategije razvoja turizma občine Sevnica	12
Slika 7: PRIORITETE razvoja turizma na območju občine Sevnica iz obdobja 2019-2024, ki se nadaljujejo v obdobje 2025-2030.....	16
Slika 8: VIZIJA razvoja turizma na območju občine Sevnica	17
Slika 9: POSLANSTVO razvoja turizma na območju občine Sevnica.....	18
Slika 10: ISTOVETNOST razvoja turizma na območju občine Sevnica.....	18
Slika 11: UKREPI razvoja turizma na območju občine Sevnica za obdobju 2025-2030.....	20
Slika 12: PARTNERSTVO v destinaciji Sevnica	21
Slika 13: PARTNERSTVO Z NAMENOM vzpostavitve DMMO Turizem Sevnica	21
Slika 14: NALOGE PARTNERSTVA povezane z zastavljenimi ukrepi	22
Slika 15: MODEL PARTNERSTVA za izvajanje Strategije razvoja turizma TD Sevnica.....	22
Slika 16: ORGANIZACIJSKA OBLIKA Destinacijske management in marketing organizacije Turizem Sevnica (DMMO TS) za obdobje 2025-2030	23
Slika 17: CENTER ZA MREŽENJE ponudbe destinacije Sevnica (CM, 1).....	24
Slika 18: CENTER ZA KAKOVOST ponudbe destinacije Sevnica	25
Slika 19: CENTER ZA TRŽENJE destinacije Sevnica	26
Slika 20: CENTER ZA DOŽIVETJA destinacije Sevnica	27
Slika 21: CENTER ZA RAZISKAVE IN RAZVOJ destinacije Sevnica	28
Slika 22: CENTER ZA UPRAVLJANJE TURISTIČNE INFRASTRUKTURE destinacije Sevnica	30
Slika 23: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE	31
Slika 24: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ	32
Slika 25: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE	32
Slika 26: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST	33
Slika 27: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, 1KPIa	35
Slika 28: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, 1KPIb	35
Slika 29: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, 1KPIc.....	36
Slika 30: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, 1KPId	36
Slika 31: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, 1KPIe	37
Slika 32: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIa.....	38
Slika 33: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIb.....	38
Slika 34: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIc.....	39
Slika 35: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPId.....	39

Slika 36: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIe.....	40
Slika 37: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIf.....	40
Slika 38: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, 3KPIa.....	41
Slika 39: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, 3KPIb.....	42
Slika 40: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, 3KPIc.....	42
Slika 41: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, 3KPId in 3KPIe.....	43
Slika 42: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, 3KPIf.....	43
Slika 43: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica - ISTOVETNOST, 4KPIa.....	44
Slika 44: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST, 4KPIb.....	44
Slika 45: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST, 4KPIc.....	45
Slika 46: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST, 4KPId.....	46
Slika 47: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST, 4KPIe.....	46
Slika 48: CENTER ZA MREŽENJE DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI UPRAVLJANJA: 1KPIa in 1KPIb.....	47
Slika 49: KADROVSKA ZASEDBA po centrih DMMO Turizem Sevnica.....	47
Slika 50: CENTER ZA KAKOVOST DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI RAZVOJA IN ISTOVETNOSTI: 2KPIc in 4KPId.....	48
Slika 51: CENTER ZA KAKOVOST DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI RAZVOJA: 2KPIa in 4KPIb.....	48
Slika 52: CENTER ZA TRŽENJE DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI UPRAVLJANJA: 1KPIc in 1KPId.....	49
Slika 53: CENTER ZA TRŽENJE DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI TRŽENJA: 3KPIa in 3KPId in 3KPIe.....	49
Slika 54: CENTER ZA TRŽENJE DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI TRŽENJA: 3KPIf.....	49
Slika 55: CENTER ZA DOŽIVETJA DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI RAZVOJA: 2KPIf.....	50
Slika 56: CD DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI ISTOVETNOSTI: 4KPIc in 4KPIe.....	50
Slika 57: CRR DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI trženja: 3KPIb in 3KPIc.....	51
Slika 58: CRR DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI upravljanja: 1KPIe.....	51
Slika 59: CRR DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI istovetnosti: 4KPIa in 4KPIb.....	52
Slika 60: CUTI DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI istovetnosti: 2KPId in 2KPIe.....	52
Slika 61: Poslovanje DMMO Turizem Sevnica bi v letu 2030 vključevalo naslednje IZJEMNE TURISTIČNE PRIVLAČNOSTI - objekte in aktivnosti.....	53
Slika 62: MREŽA PONUDNIKOV TKBZ SEVNICA PREMIUM, ki je vzpostavljena po Modelu Izvorno slovensko.....	54
Slika 63: STA Doživljaj, Portal VISIT SEVNICA in družbene mreže za komunikacijo z javnostmi.....	54
Slika 64: HIŠA KULTURE GRAD SEVNICA s TIC-em in gostinskim lokalom.....	55
Slika 65: OUTDOOR CENTRA PARK SEVNICA z Mrežo pohodnih, kolesarskih in vodnih poti (PKV).....	55
Slika 66: CENTER NARAVE LISCA.....	56

Slika 67: RAZPRŠENI HOTEL SEVNICA PREMIUM (RHSP).....	56
Slika 68: MODEL TRŽENJA IN PRODAJE certificirane ponudbe TKBZ Sevnica Premium	57

KAZALO TABEL

Tabela 1: Projekti Občine Sevnica na področju turizma v obdobju 2025-2030	58
Tabela 2: Projekti KŠTM Sevnica na področju turizma v obdobju 2025-2030	59

SEZNAM KRATIC

CD	Center za doživetja
CK	Center za kakovost / Center kulture
CM	Center za mreženje
CN	Center narave
CRR	Center za raziskave in razvoj
CT	Center za trženje
CUTI	Center za upravljanje turistične infrastrukture
CVP	Celostna vizualna podoba
DM	Družbena/e mreža/e
DMMO	Destinacijska management in marketing organizacija
DO	Destinacijska organizacija
DP	Destinacijski portal
DS	Delovna skupina / Destinacija Sevnica
DSD	Delovna skupina za doživetja
DSK	Delovna skupina za kakovost
DSM	Delovna skupina za mreženje
DST	Delovna skupina za trženje
DSRR	Delovna skupina za raziskave in razvoj
DSUTI	Delovna skupina za upravljanje turistične infrastrukture
DZ	Destinacijska znamka
GD	Green Destination
GPRI	Gastronomske prireditve
EU	Evropska unija
EUR	Euro
FB	Facebook
HG	Hiša gastronomije
HO	Hiša okusov
HV	Hiša vina
IG	Instagram
IT	Informacijska točka
ITA	Incoming tourist agency / Incoming turistična agencija
ITP	Integralni turistični produkt / Izjemna turistična privlačnost
KD	Kulturna dediščina / Kreativna domačija
JP	Jedi in pijače, postrežene na gostinski način
KŠTM Sevnica	Javni zavod za kulturo, šport, turizem in mladino Sevnica
KZS	Kmečka zadruga Sevnica
MDS	Mreženje destinacije Sevnica
MIS	Model Izvorno slovensko
MPKV	Mreža pohodnih in kolesarskih poti
NK	Nastanitvene kapacitete
OP	Organizator potovanj
OS	Občina Sevnica
P1-4	Prioriteta 1-4

PDBG	Povprečna doba bivanja gostov
PDPG	Povprečna dnevna potrošnja gosta
PDP	Poslovni dogovor partnerjev
PPC	Predstavitveno-prodajni center
PŽI	Pridelki in živilski izdelki
PS	Projektna skupina
RRA	Regionalna razvojna agencija
RDO Posavje	Regionalna destinacijska organizacija Posavje
RHSP	Razpršeni hotel Sevnica Premium
RI	Rokodelski izdelki
STA	Sprejemna turistična agencija
TA	Turistična agencija
TD	Turistična destinacija / Turistično društvo
TIC	Turistično informacijski center
TIPS	Turistično informacijska pisarna Sevnica
TK	Turistična kmetija
TKBZ	Teritorialna kolektivna blagovna znamka
TP	Turistični produkt / Turistična pisarna
TT	TikTok
TW	Twitter
TZ	Tržna znamka
STO	Slovenska turistična organizacija
UI	Umetna inteligenca
VD	Vodena doživetja
ZSST	Zelena shema slovenskega turizma

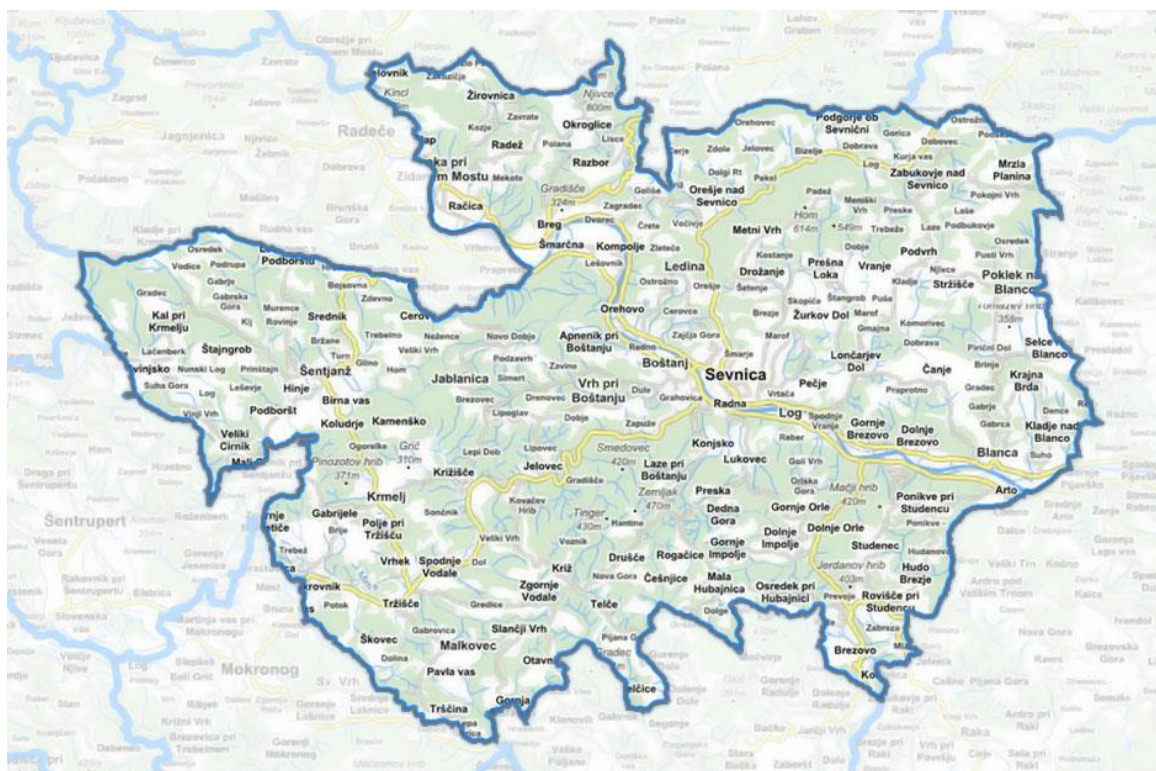
1 UVOD

V uvodnem poglavju je predstavljena občina Sevnica (Strategija razvoja turizma občine Sevnica 2019-2024), metodologija projekta za nadgradnjo Strategije razvoja turizma v občini Sevnica za obdobje 2025-2030, kratka vsebina po poglavjih.

1.1 Kratka predstavitev območja občine Sevnica

Občina Sevnica leži v vzhodnem delu osrednje Slovenije in je **del posavske statistične regije**. Po površini se z **272,2 km²** med slovenskimi občinami uvršča na 12. mesto. **17.661** občanov Sevnice živi v **11 krajevnih skupnostih** (obcina-sevnica.si). Območje občine Sevnica deli **reka Sava** na levi, štajerski in desni, dolenski del (Slika 1).

Slika 1: OBMOČJE občine Sevnica



Vir: gz-sevnica.si.

Razgibana geografska struktura občine Sevnica zaobjema:

- ravninski del ob rekah Save in Mirne, kjer je tudi najvišja gostota poselitve,
- pretežno gričevnat in hribovit svet do višine 950 m,
- severni in južni del zajema srednje gorat svet z nizkim hribovjem in zarezanimi dolinami,
- najvišja razgledna točka je Lisca na 948 m,
- povezava do avtoceste za - smer Ljubljana do Krškega znaša 25 kilometrov, do Drnovega za smer Zagreb 25 kilometrov, do Celja za smer Maribor pa 45 kilometrov,
- osrednje poselitveno jedro predstavlja mesto Sevnica z Boštanjem.

Bogata in raznovrstna narava (13 Ekološko pomembni območij, 17 jam, 2 lokalno zavarovani območji, 12 območij pod Naturo 2000, 6 objektov in 29 območij naravne vrednote) in **kulturna dediščina** (276 zavarovanih enot, in sicer: stavbna dediščina (202), spominski objekti in kraji (18), arheološka najdišča (16), kulturna krajina (7), naselja in njihovi deli (4) ter parki in vrtovi (4)) (obcina-sevnica.si in visit-sevnica.com) potrjujeta kakovost življenja in zagotavljata prijetna doživetja obiskovalcem in turistom. K obisku vabijo **srednjeveški grad Sevnica** (Slika 2), ki stoji na razglednem griču nad **starim mestnim jedrom Sevnice**, mogočna **Lisca**, **vinorodni griči** z vinskimi kletmi ter **Gostilna Repovž** v Šentjanžu. Naravoslovce pritegneta tudi **encijan na Lovrencu** ter **rumeni sleč nad Boštanjem**, **gurmane prepoznavne prireditve**, npr. Festival Modre frankinje, Salamijada idr.

Slika 2: VEDUTA SEVNICE - pogled na staro mestno jedro in Grad Sevnica



Vir: Klemen Bec

Grb Občine Sevnica (Slika 3) je upodobljen na ščitu, z ovalnim spodnjim delom, ki zgoraj preide v obliko trilistne zidne krone. Na modri podlagi je kot glavni motiv upodobljeno drevo lipa. Na vejah levo in desno sta poljska škrlanca, ki obrnjena navzven, gledata proti deblu. Pod lipo je del polkroga zelene barve, ki ponazarja travo. Korenine so vidne v travi (obcina-sevnica.si).

Slika 3: GRB občine Sevnica



Vir: obcina-sevnica.si

KŠTM Sevnica opravlja dejavnosti na področjih *kulture, športa, turizma in mladinskih dejavnosti*. Namen in poslanstvo zavoda je učinkovitejša organizacija, razvoj in spodbujanje dejavnosti na omenjenih področjih, s ciljem boljše prepoznavnosti Občine Sevnica. KŠTM Sevnica *organizira razne javne prireditve in upravlja z objekti*, ki so v lasti Občine Sevnica. Za potrebe informiranja turistov in obiskovalcev delujeta *Turistično informacijska pisarna Sevnica* (TIPS Sevnica) in *Turistična agencija Doživljaj*, kjer gostje pridobijo informacije o destinaciji ter usmeritve za številne aktivnosti, različne turistične programe in prireditve, se prijavo za turistična vodenja in naročijo organizacijo izletov in ekskurzij. Skozi leto se v občini zvrstijo številne *turistične in tradicionalne prireditve*, v sodelovanju in organizaciji občine in KŠTM Sevnica, lokalnih društev in turističnih ponudnikov. Na območju občine Sevnica se ponuja *vodena doživetja*, primerna za različne ciljne skupine obiskovalcev in turistov.

1.2 Metodologija oblikovanja dokumenta

Metodologija izvajanja projekta Strategija razvoja turizma občine Sevnica 2025-2030 je nadgradnja prvotne iz leta 2019 za prvo petletno razvojno obdobje vzpostavljanja destinacije Sevnica (Slika 4). Metodologija projektnih aktivnosti temelji na treh razvojnih fazah, in sicer: (i) *Posnetek stanja* ponudbe in trženja turizma, (ii) *Prioritete, vizija, poslanstvo, istovetnost in strateški cilji* na področju razvoja in trženja turizma ter (iii) *Poslovni model Destinacijske organizacije Turizem Sevnica* (DOTS) za obdobje 2025-2030 z *Akcijskim načrtom za 2025-2026*.

Slika 4: MODEL izvajanja projekta na območju občine Sevnica



Za čim učinkovitejše *vključevanje deležnikov* (Slika 5) v strateški razvoj in trženje turizma na območju občine Sevnica je bila oblikovana *Projektna skupina*. Deležniki so prejeli povabilo k *spletnemu anketiranju*, istočasno pa je bilo izvedenih tudi *15 intervjujev s tremi fokusnimi skupinami deležnikov*. Strategija razvoja turizma je bila potrjena s strani Občine Sevnica in predstavljena ter potrjena s strani deležnikov.

Slika 5: VKLJUČEVANJE DELEŽNIKOV v izvajanje projekta



Skozi delovanje Projektne skupine ter s pomočjo ugotovitev anketiranja in intervjujev z deležniki je nastal samosvoj **Model razvoja turizma** na območju destinacije Sevnica. Model je skozi aktivnosti spremljanja, inoviranja in popravljanja odprt in omogoča *nenehno nadgrajevanje vizije, ciljev, ukrepov in aktivnosti destinacije Sevnica*. Časovnica aktivnosti je predstavljena na sliki 6.

Slika 6: ČASOVNICA aktivnosti za nadgradnjo Strategije razvoja turizma občine Sevnica

Datum	Ura	Aktivnost in način izvedbe	Udeležene
19.3.2024	10.00 -11.05, on-line	PS1 – pregled stanja in izhodišča nadgradnje SRTOS 2025-2030	VK, AC, MP, TLŠ
15.4.2024	10.00, on-line	PS2 – novi ukrepi, novi projekti – umestitev med cilje in aktivnosti	VK, AC, MP, TLŠ
6.5.2024	10.00, on-line	PS3 – DMMO in navodila za anketiranje	VK, AC, MP, TLŠ
22.5.2024	9.00, on-line	Intervjuji z deležniki	TLŠ
29.5.2024	9.00, on-line	Intervjuji z deležniki	TLŠ
6. 6. 2024	8.00, on-line	PS4 – VD in verige ponudnikov	VK, MP, TLŠ
15. 5. do 15.6.		Izvajanje anketiranja	VK, TLŠ
15.6. do 10.7.		Obdelava podatkov	ŠK, TLŠ
28. 6.2024	10.00, on-line	PS5 – pregled ugotovitev intervjujev	VK, MP, TLŠ
11.7.2024	10.00, on-line	PS6 – predstavitev obdelanih podatkov anketiranja in intervjujev- osnova za začrtano prihodnost	VK, MP, TLŠ
18.7.2024	10.00, on-line	PS7 – pregled dokumentov pred oddajo	VK, MP, TLŠ
5.9.2024	9.00, on-line	PS8 – predstavitev poslovnega modela	VK, KŠ, MP, TLŠ
25.9.2024	14.00, v živo	PS9 – uskladitve z županovo ekipo	TLŠ
14.10.2024	16.00, v živo	Delavnica z deležniki: Kje smo? Kam gremo? Kako bomo prišli do tja?	TLŠ, VŠ
28.10.2024	8.30, on-line	PS10 – zadnje dopolnitve	VK, KŠ, MP, TLŠ
28.11.2024	10.00, on-line	PS11 – Predstavitev AN	VK, KŠ, MP, TLŠ
9. 12.2024	v živo	Predaja dokumentov	TLŠ

Vzporedno z izvajanjem projektnih aktivnosti za oblikovanje dokumenta in tudi po njegovem zaključku, se odvijajo aktivnosti vključevanja različnih deležnikov v zagotavljanje začrtane prihodnosti, da bi zgradili optimalno obliko organiziranosti turizma v občini Sevnica – **Destinacijsko management in marketing organizacijo (DMMO) Turizem Sevnica**. Model razvoja turizma na območju občine Sevnica temelji na **štirih strateških aktivnostih**, ki se bodo udeležale v **modelu partnerstva destinacije Sevnica**. Skozi petletno obdobje se bo v procesu razvoja oblikovalo **šest centrov**, katerih aktivnosti bodo v začetni fazi izvajale **delovne skupine strateškega partnerstva**, ki bodo celovito sledile **začrtanim strateškim ciljem za obdobje 2025-2030** ter **Akcijskemu načrtu za obdobje 2025-2026**.

Organizirana, usmerjena, usklajena in celovito načrtovana klasična in digitalna komunikacija in trženje turizma na območju občine Sevnica, v kontekstu destinacije Posavje in Slovenije kot celote, lahko pripelje do večje prepoznavnosti turistične ponudbe in s tem **boljšega pozicioniranja Sevnice na ožjem in širšem turističnem trgu**.

1.3 Ugotovitve analize stanja in raziskovanja mnenj in pričakovanj deležnikov

Pregled stanja udeležanja ciljev obstoječe Strategije razvoja turizma občine Sevnica 2019-2024 ter opravljeni primarni raziskavi, in sicer:

- anketiranje 115 respondentov (maj/junij 2024) in
 - intervjuji s tremi ciljnimi skupinami respondentov (maj 2024), in sicer: odločevalci - Občina Sevnica (3), KŠTM Sevnica (3), ponudniki (8) in predstavnico podjetja Arctur, ki je domačinka (1), skupaj 15 intervjuvanih,
- je privedlo do predlaganih aktivnosti treh ključnih deležnikov občine Sevnica, in sicer: Občine Sevnica, KŠTM Sevnica in turističnih idr. ponudnikov v občini Sevnica v obdobju 2025-2030.

Aktivnosti Občine Sevnica za obdobje 2025-2030, skladne z ugotovitvami raziskovanja

Novi pravilnik za gospodarstvo (MSP, sobodajalce) Občine Sevnica bo prinesel **nove spodbude**. Doslej so bile subvencije namenjene: okoljskim projektom, pridobivanju okoljskih znakov ponudnikov in vstopu v ZSST, investicijam za MSP, udeležbam na sejnih, društvom. Vnaprej razmišljajo tudi o spodbujanju ponudnikov, ki so v Mreži TKBZ, in sicer:

Prva raven:

- **rokodelci** – pomoč pri razvoju izdelkov, njihove celostne vizualne podobe in trženju ter prodaji, študijska tura za rokodelce
- **kmetije** – pomoč pri razvoju izdelkov, njihove celostne vizualne podobe in trženju ter prodaji, študijska tura za kmetije in predelovalce hrane
- **gostinci** – usposabljanje - delavnice kuhanja in strežbe, študijska tura

Druga raven:

- **nastanitvene kapacitete** – svetovanje, spodbujanje zelenega poslovanja ter študijska tura RHJS
- **organizatorji prireditvev** – svetovanje, študijska tura
- **vodena doživetja** – svetovanje pri prepoznavanju ciljnih skupin in razvoju produkta, usposobljen kader in njegovo trženje, študijska tura

Tretja raven - ambasadorji:

- **Hiša vina** – pomoč pri trženju ponudbe – individualne in skupna spletna stran, trženjske aktivnosti, študijska tura
- **Hiša gastronomije** – študijska tura
- **Delavnica odprtih vrat** (rokodelci) – vzpostavitev, študijska tura
- **Izjemna turistična privlačnost** (atrakcija) (Grad Sevnica) – vzpostavitev, študijska tura

Četrta raven:

- **Predstavitveno-prodajni center Sevnica premium** - vzpostavitev

Aktivnosti KŠTM Sevnica za obdobje 2025-2030, skladne z ugotovitvami raziskovanja

- Postaviti **ново organiziranost DMMO KŠTM Sevnica, TICev in TA Doživljaj** za lažje komuniciranje od spodaj navzgor in obratno – DMMO TS – Posavje – RDO (Zasavje, Posavje, Bela krajina in Dolenjska) – STO
- Nadgraditi **kadrovsko zasedbo KŠTM Sevnica s TICi in TA Doživljaj, prestrukturirati delovna mesta in vzpostaviti novo sistematizacijo delovnih mest**
- Svetovanje pri **organizaciji poslovanja TA Doživljaj**
- **Načrt klasičnega in digitalnega trženja destinacije Sevnica** in spodbujanje trženja preko Mreže TKBZ s skupnim portalom in komunikacijskimi aktivnostmi
- Zaposliti **kader za digitalni marketing in PR na KŠTM Sevnica** in izvajati aktivnosti po **Načrtu trženja**
- **Nadgraditi spletno stran, prisotnost v družbenih omrežjih, Grajske novice** tudi v digitalni in večjezični obliki, **aplikacije za pametne telefone**, uporaba **umetne inteligence ter AR in VR orodij na Gradu Sevnica**
- **Povezati prodajne funkcije na Gradu Sevnica** – TIC, prodajalna, gostinski lokal, pokušnje, samovodena in vodena doživetja, prireditve in dogodki, najem prostorov, botrstvo idr.
- **Povezati upravljanje kulturne, športne, turistične in infrastrukture za mladinsko dejavnost ter raziskave in razvoj teh področij**
- **Nadgraditi sistem TKBZ Sevnica Premium z novimi kategorijami**
- **Sodelovati pri oblikovanju novih in nadgradnji obstoječih atrakcij in poti**, skladno z novo SRT občine Sevnica za obdobje 2025-2030

Aktivnosti ponudnikov, tako javnih kot zasebnih v občini Sevnica za obdobje 2025-2030, skladne z ugotovitvami raziskovanja

- Pristop v Mrežo TKBZ Sevnica premium s **plačilom članarine**
- **Pristop v Poslovni dogovor** z DMMO Turizem Sevnica za skupno načrtovanje, financiranje, izvajanje, evalviranje **promocijskih aktivnosti in skupnih projektov**
- Nenehna skrb za **odličnost, kakovost storitev** z usposobljenim kadrom - udeležba na delavnicah, svetovanjih in študijskih turah za posamezne kategorije verig Mreže TKBZ Sevnica Premium: prva raven: rokodelski izdelki (RI), pridelki in živilski izdelki (PŽI), jedi in pijače postrežene na gostinski način (JP); druga raven: vodena doživetja (VD), nastanitvene kapacitete (NK), gastronomske idr. prireditve (GPRI); tretja raven: hiša gastronomije (HG), hiša vina (HV), razpršeni hotel Sevnica Premium (RHSP), delavnica odprtih vrat (DOV), sprejemna turistična agencija (STA) idr.
- TKBZ Sevnica Premium: **vzpostavitev druge ravni** - NK, GPRI, nadgradnja VD; **tretja raven** – ob HG še HV, DOV, ITP,
- **Prepoznavanje ciljnih skupin gostov in fokusirano oblikovanje turistične ponudbe** – Načrt trženja in delavnice za trženje ponudbe MSP, pomoč pri trženju
- **Zeleno poslovanje, pridobivanje okoljskih znakov in vstop v ZSST** – Green Accommodation, Green Cuisine, Green Attraction ter prijava v razpis STO za **Slovenia Unique Experience** – butična doživetja
- Vzpostavljena **mreža zelenih dobaviteljev in partnerjev** z lokalno dodano vrednostjo destinacije Sevnica
- **Vzpostavitev NK** v povezavi s ponudbo kolesarjenja ob Savi in širše (rjave investicije – prenova starih domačij in zidanic, npr. glamp kozolci) in zasnova razpršenega hotela, postajališč za avtodome (PZA) in zelene investicije - novogradnje
- **Vzpostaviti samovodena in nadgraditi poglobljena butična VD** kot je npr. Večerni ogled Gradu Sevnica z obiskom grofice Matilde in vzpostaviti več podobnih doživetij na enakem nivoju pri različnih ponudnikih
- **Oblikovati povezana butična VD na podeželju** – Pot penin, Gostilna Repovž, rokodelci, kmetije, izposoja koles in opreme,...

Zaznana je bila tudi potreba po učinkovitem povezovanju in sodelovanju različnih akterjev po vertikali od ponudnikov do javnih institucij, od lokalne do nacionalne ravni, še predvsem Občine Sevnica in KŠTM Sevnica ter RDO Posavje in Slovenske turistične organizacije za večjo privlačnost destinacije Sevnica na področju aktivnosti npr. na prostem tudi za goste sosednjih term.

Zaznana tematska področja, ki zahtevajo povezovanje ponudnikov tako javne kot zasebne narave v občini Sevnica in širše v obdobju 2025-2030

- **Kolesarjenje** – Sava Bike in povezave drugega reda čez hribe z mrežo ponudnikov ob poti
 - **Pohodništvo** – Lisca z aplikacijami in UI ter vinorodni griči z mrežo ponudnikov ob poti
 - **Sodelovanje na podeželju** – slow turizem v povezavi s ponudniki na Kozjanskem, Laškem in Šmarju
 - **Sodelovanje s termami** – ponudba za dnevne obiske (Terme Laško, Rimske Toplice, Šmarješke Toplice, Čatež in drugimi destinacijami s stacionarnimi turisti)
 - Nadaljnje sodelovanje v združbi **Gradovi Posavja**
 - Nadaljnje povezovanje vinarjev in peničarjev – **Pot penin**
- Povezovanje tematskih področij na ravni **RDO Posavje oz. širše regije - makroregije oz. STO**

1.4 Sestava strateškega dokumenta

Strateški dokument **»Strategija razvoja turizma v občini Sevnica za obdobje 2025-2030«**, ki ga je naročila Občina Sevnica in skupaj z deležniki oblikovalo podjetje ProVITAL d.o.o., sestavlja **devet poglavij**.

Prvo poglavje predstavlja kratko **predstavitev območja občine Sevnica, metodologijo oblikovanja dokumenta, ugotovitve analize stanja in raziskovanja mnenj ter pričakovanj deležnikov in sestavo dokumenta** razvoja turizma občine Sevnica za obdobje 2025-2030.

V drugem poglavju so predstavljeni: **prioritete, vizija, poslanstvo, istovetnost, razvojni in trženjski kvalitativni in kvantitativni cilji in ukrepi** Strategije razvoja turizma v občini Sevnica za obdobje 2025-2030.

Tretje poglavje podrobno prikazuje **Model partnerstva za učinkovito udejanjanje razvoja turizma na območju občine Sevnica**, ki temelji na **štirih strateških aktivnostih s ključnimi kazalniki uspešnosti** in njih udejanjanju skozi **organiziranost šestih centrov DMMO Turizem Sevnica**.

Četrto poglavje predstavlja **organizacijsko obliko izvajanja ciljev v sklopu DMMO Turizem Sevnica za obdobje 2025-2030**.

Peto poglavje predstavlja **Načrt aktivnosti razvoja turizma v destinaciji Sevnica za obdobje 2025-2030**.

Šesto poglavje predstavlja **Akcijski načrt udejanjanja vizije razvoja turizma v destinaciji Sevnica za obdobje 2025-2026** skozi **štiri strateške aktivnosti**, in sicer: **upravljanje, razvoj, trženje in istovetnost**.

Sedmo poglavje se nanaša na doseganje **KPI štirih strateških aktivnosti po šestih centrih DMMO Turizem Sevnica v obdobju 2025-2026**, in sicer centra za: **mreženje, kakovost, trženje, doživetja, raziskave in razvoj ter upravljanje turistične infrastrukture**.

V osmem poglavju so predstavljene **prioritetne aktivnosti in predvideni projekti Občine Sevnica in KŠTM Sevnica** za obdobje 2025-2030.

Zaključna misel v devetem poglavju **sistemsko zaokroži dokument** Strateški razvoj turizma v občini Sevnica za obdobje 2025-2030 ter predstavi njegov **povzetek**.

Občini Sevnica in KŠTM Sevnica sta bili **predani mapi z dokumenti**, ki so nastali v sklopu srečanj s Projektno skupino in deležniki občine Sevnica v projektnem obdobju priprave dokumenta Strategija razvoja turizma v občini Sevnica za obdobje 2025-2030.

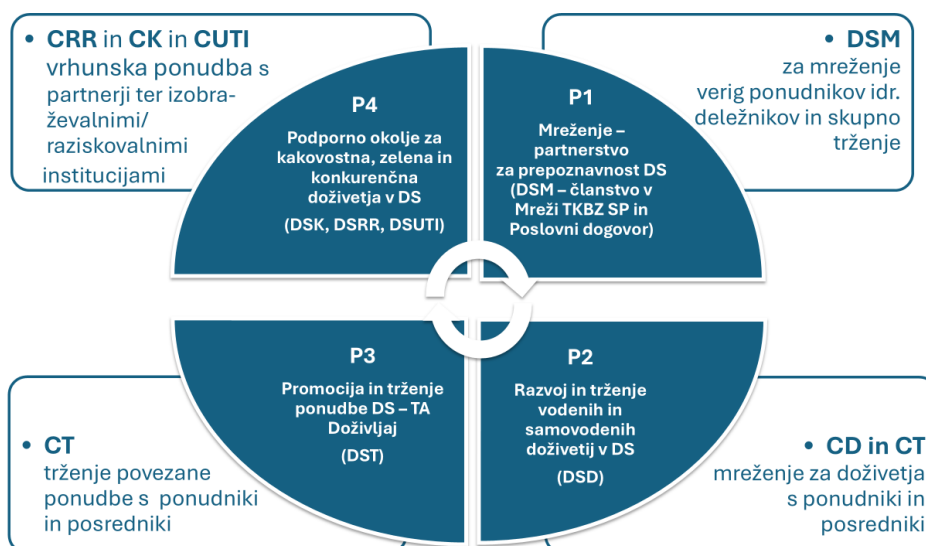
2 PRIHODNOST RAZVOJA TURIZMA NA OBMOČJU OBČINE SEVNICA ZA OBDOBJE 2025-2030

Z deležniki občine Sevnica smo nadgradili prioritete, vizijo, poslanstvo in istovetnost ter razvojne in trženjske cilje na območju občine Sevnica, ki izhajajo iz prvega strateškega obdobje in jim sledijo ukrepi.

2.1 Prioritete razvoja turizma na območju občine Sevnica 2025-2030

Destinacija Sevnica posluje skladno s **štirimi prioritetami**, in sicer: (P1) **mreženje partnerjev** (DSM – DS za mreženje) za skupen (P2) **razvoj doživetij** (CD – Center za doživetja z DS) in skupno (P3) **trženje povezane ponudbe** (CT – Center za trženje z DS), ki je (P4) **vrhunske kakovosti** (CK – Center kakovosti z DS), podprta s primernimi **raziskavami in razvojem** (CRR – Center za raziskave in razvoj z DS) ter učinkovitim **upravljanjem turistične infrastrukture** (CUTI – Center za upravljanje turistične infrastrukture z DS).

Slika 7: PRIORITETE razvoja turizma na območju občine Sevnica iz obdobja 2019-2024, ki se nadaljujejo v obdobje 2025-2030



P1 – **Mreženje – partnerstvo za prepoznavnost destinacije Sevnica** je temeljna prioriteta na kateri slonijo ostale tri. Povezana je z nalogami *Destinacijske management in marketing organizacije* (DMMO) *Turizem Sevnica* oz. v prvi fazi *Delovne skupine za mreženje*, ki bo skrbela za 'partnerstva z namenom' celovitega razvoja in trženja destinacije Sevnica.

P2 – **Razvoj in trženje programov destinacije Sevnica** se nanaša na ponudbo doživetij destinacije skozi po meri oblikovane turistične programe s ciljanim nagovarjanjem skupin turistov. Ta prioriteta je povezana z delovanjem *Centra za doživetja Destinacije Sevnica* (CD DS) in *Delovno skupino za doživetja* (DSD) ter *Centra za trženje Destinacije Sevnica* (CT DS) in *Delovno skupino za trženje* (DST).

P3 – **Promocija in trženje ponudbe z destinacijsko znamko** se povezujeta z aktivnostmi *Centra za trženje Destinacije Sevnica* (CT DS), ki deluje skozi *Delovno skupino za trženje*

(DST). Tako se vzpostavlja načrtovan strateški in operativni razvoj in trženje destinacije Sevnica na domačem in mednarodnih trgih z destinacijsko znamko Visit Sevnica ter po meri oblikovanimi doživetji za prepoznane ciljne skupine turistov.

P4 - **Razvoj podpornega okolja za kakovostna in konkurenčna doživetja v destinaciji Sevnica** je na dolgi rok omogočen skozi *Center za raziskave in razvoj Destinacije Sevnica* (CRR DS), *Center za kakovost Destinacije Sevnica* (CK DS) ter *Center za upravljanje turistične infrastrukture Destinacije Sevnica* (CUTI DS). V sklopu teh delujejo *Delovna skupina za raziskave in razvoj* (DRR), *Delovna skupina za kakovost* (DSK) ter *Delovna skupina za upravljanje turistične infrastrukture Destinacije Sevnica* (CUTI).

2.2 Vizija, poslanstvo in istovetnost razvoja turizma na območju občine Sevnica 2025-2030

Skupaj z deležniki so bila nadgrajena (iz obdobje 2019-2024) in potrjena besedila vizije, poslanstva in istovetnosti razvoja turizma na območju občine Sevnica do leta 2030.

Slika 8: VIZIJA razvoja turizma na območju občine Sevnica

Slogan Destinacija Sevnica – ZAKLADNICA DOŽIVETIJ

Vizija – krajša

Destinacija Sevnica je leta 2030

**BLIŽNJA ZELENNA BUTIČNA DESTINACIJA ZA OBISKOVALCA,
KI IŠČE RAZNOLIKA IN AKTIVNA DOŽIVETJA, MIR,
VRHUNSKE ENOGASTRONOMSKE IZKUŠNJE
IN OSEBNE KORISTI.**

Vizija Destinacija Sevnica leta 2030

PRITEGNE IN PRESENETI KOT

**CELOVITO POVEZANA, NA ZNANJU TEMELJEČA, DOSTOPNA, ZELENNA,
SPECIALIZIRANA DESTINACIJA OB REKI SAVI,
Z BUTIČNO PONUDBO ZA DRUŽINE, PARE IN MANJŠE SKUPINE TER
VISOKO KAKOVOSTJO SONARAVNEGA BIVANJA DOMAČINOV,
KI GOSTIJO OBISKOVALCE OB UŽIVANJU V PESTRI ENOGASTRONOMSKI
PONUDBI LOKALNIH DOBROT, IZJEMNIH NARAVNIH DANOSTIH S POGLEDI
PO VINORODNI IN GOZDNATI KRAJINI,
PRIVLAČNIH REKREACIJSKIH AKTIVNOSTIH PO RAZGIBANEM TERENU,
POGLOBLJENIH DOŽIVETJIH KULTURNE DEDIŠČINE TER ODLIČNIH
PRIREDITVAH S PRIJAZNIMI DOMAČINI NA OBMOČJU POSAVJA.**

Slika 9: POSLANSTVO razvoja turizma na območju občine Sevnica

Destinacija Sevnica je

**PRIVLAČEN CILJ ZA POBEG IZ STRESNEGA
V ZELENOKOLJE OB REKI SAVI, POLJIH, GOZDOVIH IN VINORODNIH GRIČIH,
KI NUDI SPROSTITEV IN DOBRO POČUTJE, RAZNOVRSTNE AKTIVNOSTI TER
STIK S SAMIM SABO, V KROGU DRUŽINE IN POSLOVNIH PARTNERJEV,
SAMOURESNIČEVANJE OB PRIDOBIVANJU POZABLJENIH ZNANJ IN
OKUŠANJU VRHUNSKIH VIN OB SPREMLJAVI PRISTNE GASTRONOMSKE
PONUDBE V KAKOVOSTNEM BIVALNEM OKOLJU,
PREPREDENEM Z ZGODBAMI ŠTAJERSKE IN DOLENJSKE SRENJE,
KI V SEVNICI ŽIVI, USTVARJA, PRAZNUJE IN
GOSTOLJUBNO SPREJEMA OBISKOVALCE.**

Slika 10: ISTOVETNOST razvoja turizma na območju občine Sevnica

Destinacija Sevnica

**OBLJUBLJA IN IZPOLNJUJE PRIČAKOVANJA KOT DESTINACIJA ZA
HITER ODDIH, POBEG IZ STRESNEGA OKOLJA
V ZELEN, UMIRJEN ALI AKTIVEN PODEŽELSKI PROSTOR S ŠTEVILNIMI
IZKUSTVENIMI ZGODBAMI
REKE SAVE, GRADU SEVNICA, AJDOVSKEGA GRADCA, LISCE,
RODOVITNIH POLJ, GOZDOV, SADOVNJAKOV IN VINORODNIH GRIČEV,
KAR OMOGOČA RAZNOVRSTNE KULTURNE IN OUTDOOR AKTIVNOSTI,
PRIDOBIVANJE POZABLJENIH KMETIJSKIH IN ROKODELSKIH SPRETNOSTI
TER KREATIVNIH AKTIVNOSTI ZA SAMOURESNIČEVANJE OB
UŽIVANJU VRHUNSKIH VIN IN SPREMLJAVI VISOKE LOKALNE
GASTRONOMIJE Z NIČELNIM KILOMETROM,
Z GOSTITELJI, KI RAZUMEJO BUTIČNE GOSTE.**

2.3 Strateški cilji turizma na območju občine Sevnica 2025-2030

Z deležniki so bili nadgrajeni (iz obdobja 2019-2024) in usklajeni strateški razvojni ter trženjski kvalitativni in kvantitativni cilji na področju turizma na območju občine Sevnica za obdobje 2025-2030.

STRATEŠKI RAZVOJNI CILJI na področju turizma na območju občine Sevnica 2025 – 2030

- 1 Varovana narava, privlačna kulturna krajina in kulturna dediščina za nišna doživetja – interpretacija narave in kulturne dediščine v privlačni krajinski podobi.
- 2 Čisto, zdravo in prijetno bivalno okolje – kakovostne ekosistemske storitve, sonaravno kmetijstvo in zadovoljiva pridelava in predelava lokalnih živil in gradiv, mehka mobilnost in energetska učinkovitost, sonaravna gradnja – visoka kakovost bivanja.
- 3 Kakovostna, zelena, dostopna in inovativna osnovna (prometna, vodovod, kanalizacija, internetna dostopnost idr.) in turistična infrastruktura (objekti za prehrano, nastanitev, doživetja) in superstruktura (storitve v turističnih objektih, ki so plod človeškega dela) – privlačna doživetja za domačine in turiste.
- 4 Celovito povezano območje z učinkovito DO TURIZEM SEVNICA s petimi centri in štirimi tematskimi področji, mrežo TIC-ev in TA Doživljaj - učinkovit sistem komuniciranja, trženja in prodaje ponudbe.
- 5 Usposobljeni in povezani informatorji, tržniki, ponudniki, vodniki, interpretatorji in kustosi za kakovostna doživetja narave, KD, gospodarskih, športnih idr. doživetij – izjemne izkušnje za prepoznane ciljne skupine.
- 6 Vzpostavljene lokalne dobaviteljske verige in mreža prodajnih mest - kakovostna in vsebinsko usklajena ponudba destinacije Sevnica s TKBZ SEVNICA PREMIUM.
- 7 Učinkovite naložbe v ponudbo in promocijo turizma v destinaciji Sevnica – ponudba zelenih enogastronomskih butičnih doživetij.
- 8 Podjetniške priložnosti na področju turizma in na z njim povezanih dejavnostih - večja zaposlenost kadra, dvig standarda deležnikov, priseljevanje mladih družin in rast investicij.

STRATEŠKI TRŽENJSKI KVALITATIVNI CILJI na področju turizma na območju občine Sevnica 2025 – 2030

- 1 Destinacija Sevnica je prepoznana, učinkovito pozicionirana in tržena z unikatnimi vodenimi in samovodenimi doživetji v lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem okolju – DO Turizem Sevnica in TA Doživljaj.
- 2 Mreža povezanih ponudnikov v destinaciji Sevnica – zagotovljena in prepoznana visokokakovostna ponudba vodenih doživetij s certifikatom TKBZ SP.
- 3 Zgrajena destinacijska znamka SEVNICA SLOVENIA s ključno besedno zvezo VISIT SEVNICA – odlično interno in eksterno komuniciranje s sistemom vertikalnega strateškega trženja v regiji/Sloveniji/čezmejno.
- 4 Vzpostavljen sodoben sistem komuniciranja destinacije Sevnica z javnostmi – akcijski načrt trženja z vzpostavljenimi klasičnimi in digitalnimi orodji.
- 5 Upravljana teritorialna kolektivna blagovna znamka SEVNICA PREMIUM, vzpostavljena po modelu Izvorno slovensko, kot članica Mreže Izvorno slovensko - prepoznavnost celovite vizualne podobe certificiranih produktov destinacije Sevnica v Sloveniji.
- 6 Vzpostavljena ponudba privlačnih butičnih vodenih doživetij po meri ciljnih skupin gostov in izletnikov - VD obogatena s podporo UI.
- 7 Vzpostavljena Letni program destinacijskih prireditev in dogodkov kot Dnevi odprtih vrat ponudnikov.
- 8 Zagotovljena odličnost izkušenj - usposobljeni zaposleni za mreženje in trženje ponudbe v destinaciji Sevnica ter ponudniki za odlična doživetja.

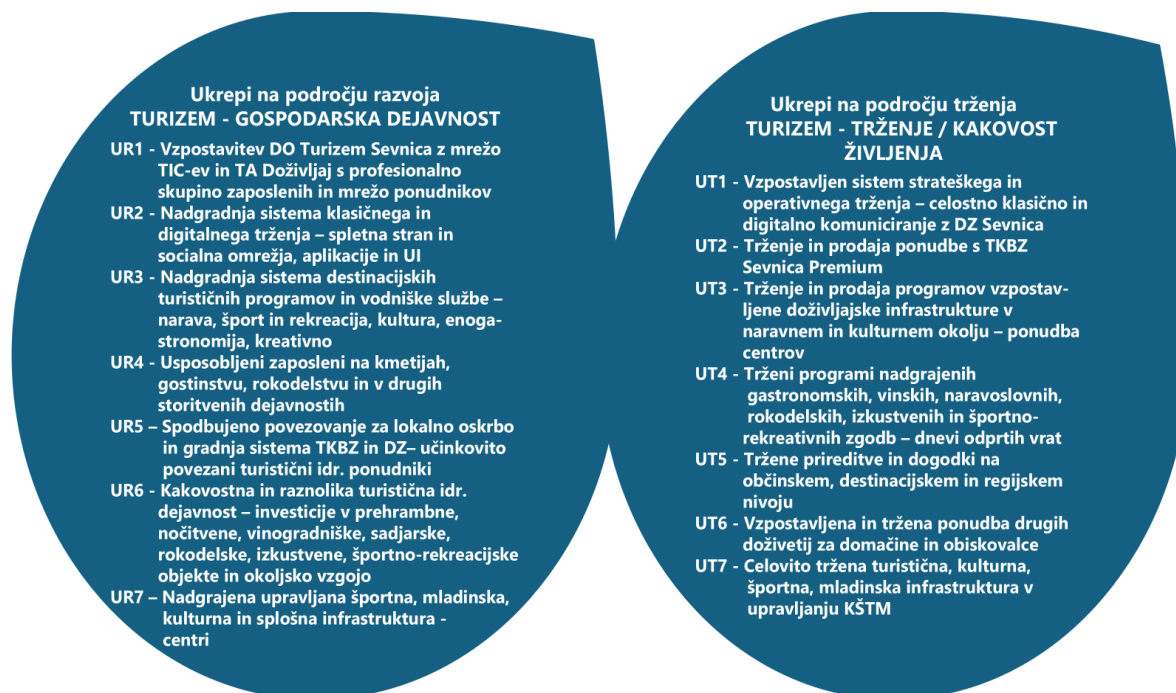
STRATEŠKI TRŽENJSKI KVANTITATIVNI CILJI na področju turizma na območju občine Sevnica 2025 – 2030

- C1: Vsaj 6 zaposlenih na področju turizma oz. 17 na KŠTM in TA Doživljaj – DO Turizem Sevnica
- C2: Vsaj 8 vzpostavljenih verig povezanih ponudnikov v DS in 40 članov Mreže TKBZ SP
- C3: Vsaj 10 rokodelcev
- C4: Vsaj 10 kmetij in predelovalcev hrane
- C5: Vsaj 5 gostinskih prehrabnih ponudnikov
- C6: Vsaj 5 novih ponudnikov nastanitvenih kapacitet (30 novih ležišč)
- C7: Vsaj 3 kakovostne zelene prireditve na destinacijskem nivoju, ki pritegnejo 250 do 500 obiskovalcev
- C8: Vsaj 7 butičnih vodenih doživetij
- C9: Vsaj 1 Hiša gastronomije
- C10: Vsaj 3 Hiše vina
- C11: Vsaj 2 Delavnici odprtih vrat
- C12: Vsaj 1 Izjemna turistična privlačnost - atrakcija
- C13: Vsaj 15 ponudnikov povezanih v projekt Dnevi odprtih vrat DS (vinarji, kmetije, gostinci)
- C14: Vsaj 3 dni (2 nočitvi) bivanja turistov v DS (izhodišče leto 2024)
- C15: Vsaj 30 % rast števila prihodov in nočitev (izhodišče leto 2024)
- C16: Vsaj 30 % rast potrošnje gostov (ključ izračuna od leta 2024)
- C17: 30 % zasedenost nastanitvenih kapacitet v DS skozi vse leto (izhodišče leto 2024)
- C18: Vsaj 20 partnerjev povezanih v Poslovni dogovor

2.5 Ukrepi razvoja turizma na območju občine Sevnica 2025-2030

Z deležniki so bili nadgrajeni (iz obdobja 2019-2024) in usklajeni ukrepi za udejanjanje razvoja in trženja turizma na območju občine Sevnica do leta 2030. Postavljenih je 7 ukrepov na področju razvoja ter 7 ukrepov na področju trženja turizma za zagotavljanje kakovosti bivanja v občini Sevnica.

Slika 11: UKREPI razvoja turizma na območju občine Sevnica za obdobje 2025-2030



3 MODEL PARTNERSTVA ZA IZVAJANJE AKTIVNOSTI RAZVOJA TURIZMA V DESTINACIJI SEVNICA ZA OBDOBJE 2025-2030

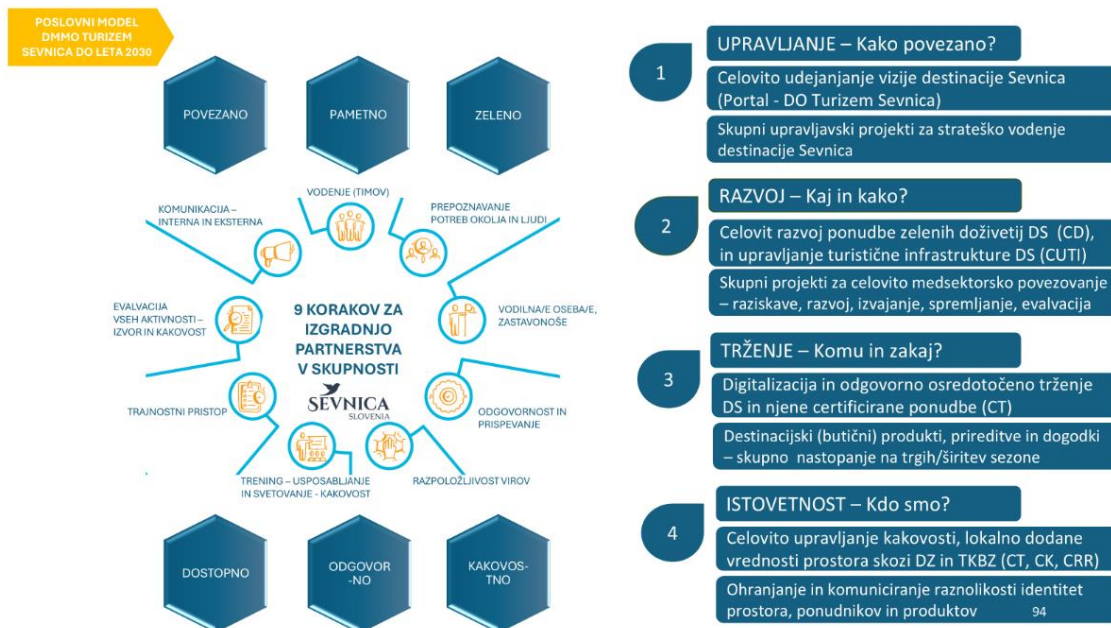
Za izvajanje Modela razvoja in trženja turizma v občini Sevnica za obdobje 2025-2030 je potrebno **močno partnerstvo**, ki bo skozi odlično komuniciranje in vodenje vzpostavilo zavezo, zaupanje, deljenje znanja in virov za nenehno nadgradnjo kakovosti, odgovornost, trajnostni pristop in pripadnost med deležniki v destinaciji Sevnica.

Slika 12: PARTNERSTVO v destinaciji Sevnica



Vzpostavljeno partnerstvo z namenom se bo ukvarjalo z **upravljanjem turizma** skozi Destinacijsko management in marketing organizacijo Turizem Sevnica (DMMO TS), **razvojem, trženjem in istovetnostjo** – imidžem destinacije Sevnica.

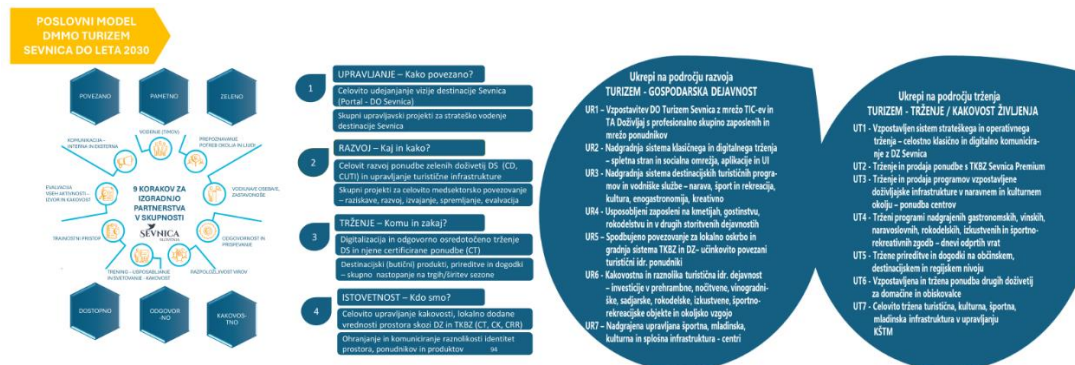
Slika 13: PARTNERSTVO Z NAMENOM vzpostavitve DMMO Turizem Sevnica



Tako se lahko zagotovi **sistematičen razvoj prepoznavnosti turistične ponudbe** interno - na območju občine Sevnica in eksterno – na območju Posavja, Slovenije in čezmejno. Gradi se **povezana, pametna, zelena, dostopna, odgovorna in kakovostna** destinacija Sevnica, kot je za podeželska območja predpisala in vzpostavila ukrepe turi Evropska Unija.

Naloge partnerstva povezane z zastavljenimi ukrepi, ki sledijo viziji, poslanstvu, istovetnosti in ciljem razvoja turizma na območju občine Sevnica, oblikujejo **Model partnerstva** za izvajanje strateških odločitev razvoja turizma na območju občine Sevnica.

Slika 14: NALOGE PARTNERSTVA povezane z zastavljenimi ukrepi



Opomba: Slika predstavlja sestavljen model – glej slike 11 in 13.

Model partnerstva izpostavlja **štiri strateške aktivnosti v obdobju 2025-2030**, in sicer: (i) **celovito upravljanje** za udeležanje vizije destinacije Sevnica, (ii) **celovit razvoj ponudbe** zelenih butičnih doživetij, (iii) **digitalizacijo in odgovorno osredotočeno trženje** ter (iv) **celovito upravljanje kakovosti in lokalno dodane vrednosti** prostora skozi destinacijsko in teritorialno kolektivno blagovno znamko.

Slika 15: MODEL PARTNERSTVA za izvajanje Strategije razvoja turizma TD Sevnica



4 ORGANIZACIJSKA OBLIKA IZVAJANJA AKTIVNOSTI DMMO TURIZEM SEVNICA

Organizacijska oblika izvajanja aktivnosti partnerstva destinacije Sevnica temelji na petih stebrih in strateškem mreženju ponudnikov oz. šestih centrih *Destinacijske management in marketing organizacije Turizem Sevnica* (DMMO TS), ki jo vodi **KŠTM Sevnica**. Turizem je eno od **štirih strokovnih področij**, ki jih upravlja KŠTM. **Turizem ima moč, da lahko skozi odlična vodena doživetja prodaja ponudbo kulture, športa in mladine.**

Slika 16: ORGANIZACIJSKA OBLIKA Destinacijske management in marketing organizacije Turizem Sevnica (DMMO TS) za obdobje 2025-2030



Destinacijska management in marketing organizacija (DMMO) Turizem Sevnica bo skrbela za strateško mreženje ponudnikov in skupne aktivnosti partnerstva, in sicer za sonačrtovanje, soorganiziranje, sovedenje, soupravljanje, monitoring in evalvacijo razvoja in trženja turizma na območju destinacije Sevnica. Njena osrednja naloga je **vzpostaviti aktivno partnerstvo**, ki bo skrbelo za:

- **celovit razvoj in strateško trženje ponudbe** destinacije Sevnica z dogovorom o poslovnem sodelovanju partnerjev DMMO Turizem Sevnica in članov Mreže TKBZ Sevnica Premium – **strateško mreženje destinacije Sevnica**,
- **nastopanje pod skupno destinacijsko znamko Visit Sevnica** in **teritorialno kolektivno blagovno znamko (TKBZ) Sevnica Premium**,
- **vodenje in nenehno nadgrajevanje portala Visit Sevnica** (intranet in ektranet) in **družbenih omrežij**,
- **zagotavljanje kakovostnih informacij** na destinaciji in v digitalnih orodjih o ponudbi destinacije Sevnica,

- *promocijo in trženje ponudbe* kakovostnih pridelkov, izdelkov, storitev in doživetij s TKBZ Sevnica Premium na TIC-ih in na drugih prodajnih mestih,
- *zagotavljanje kakovostnih in poglobljenih doživetij* za prepoznanje ciljne skupine turistov z odlično interpretacijo narave in kulturne dediščine; gospodarskih dejavnosti kot so vinogradništvo, kmetijstvo, živilska pri- in predelava ter gastronomija; ter športno-rekreacijskimi aktivnostmi v naravi in zaprtih prostorih,
- vzpostavitev in upravljanje učinkovitega *modela zbiranja in obdelave podatkov*,
- zagotavljanjem *kakovostnih raziskav in delitev informacij* za učinkovito odločanje ponudnikov na območju občine Sevnica,
- *oblikovanjem projektov na zalogo* za učinkovit celovit razvoj na območju občine Sevnica,
- nenehno nadgradnjo območja občine Sevnica v *zeleno, dostopno in družbeno odgovorno destinacijo*,
- *nadgradnjo turistične infrastrukture* in njeno poenotenje skozi skupne investicije ter prijave na razpisana sredstva,
- *učinkovito upravljanje turistične infrastrukture* na območju občine Sevnica ter Mreže TIC-ev in drugih prodajnih mest,
- *učinkovito upravljanje javnih atrakcij* narave in kulturne dediščine in *pomoč pri upravljanju zasebnih kapacitet*,
- *učinkovito upravljanje mehke mobilnosti in dostopnosti* za vse ter *enovite signalizacije* na območju občine Sevnica,
- *spremljanje in evalviranje aktivnosti vseh petih centrov* z upravo DMMO Turizem Sevnica.
- idr.

V začetni fazi bodo te aktivnosti peljale *Delovna skupina za mreženje ter pet zgoraj omenjenih Delovnih skupin*, ki bodo skozi čas prerasle v **šest Centrov**, in sicer:

- **Center za mreženje destinacije Sevnica (CM DS),**
- **Center za kakovost destinacije Sevnica (CK DS),**
- **Center za trženje destinacije Sevnica (CT DS),**
- **Center za doživetja destinacije Sevnica (CD DS),**
- **Center za raziskave in razvoj destinacije Sevnica (CRR DS),**
- **Center za upravljanje turistične infrastrukture destinacije Sevnica (CUTI DS).**

Vsak center bo deloval pod okriljem **vodje centra**, ki koordinira aktivnosti delovne/ih skupin/e, katera/e udejanja/jo želene vizije in strateške cilje na območju destinacije Sevnica.

4.1 Center za mreženje ponudbe destinacije Sevnica

Slika 17: CENTER ZA MREŽENJE ponudbe destinacije Sevnica (CM, 1)



Center za mreženje destinacije Sevnica (CM DS) bo z *Delovno skupino za mreženje* (DSM) skrbel za:

- Vzpostavitev sistema celovitega mreženja ponudnikov v destinaciji Sevnica – Načrt dela Centra za mreženje destinacije Sevnica.
- Vzpostavitev modela partnerskega sodelovanja – Poslovni dogovor in članstvo v Mreži TKBZ Sevnica Premium za nadgradnjo CVP destinacije Sevnica – Akcijski načrt aktivnosti za partnerje destinacije Sevnica.
- Vzpostavitev modela aktivnega sodelovanja partnerjev pri razvoju turizma v destinaciji Sevnica – Akcijski načrt sodelovanja partnerjev v Delovnih skupinah 6 Centrov DMMO Turizem Sevnica.

Člani DSM DS: predstavnik Občine Sevnica, predstavnik KŠTM, predstavnik/i turističnih ponudnikov, predstavnik/i društev idr. organizatorjev dogodkov in prireditev.

4.2 Center za kakovost ponudbe destinacije Sevnica

Slika 18: CENTER ZA KAKOVOST ponudbe destinacije Sevnica



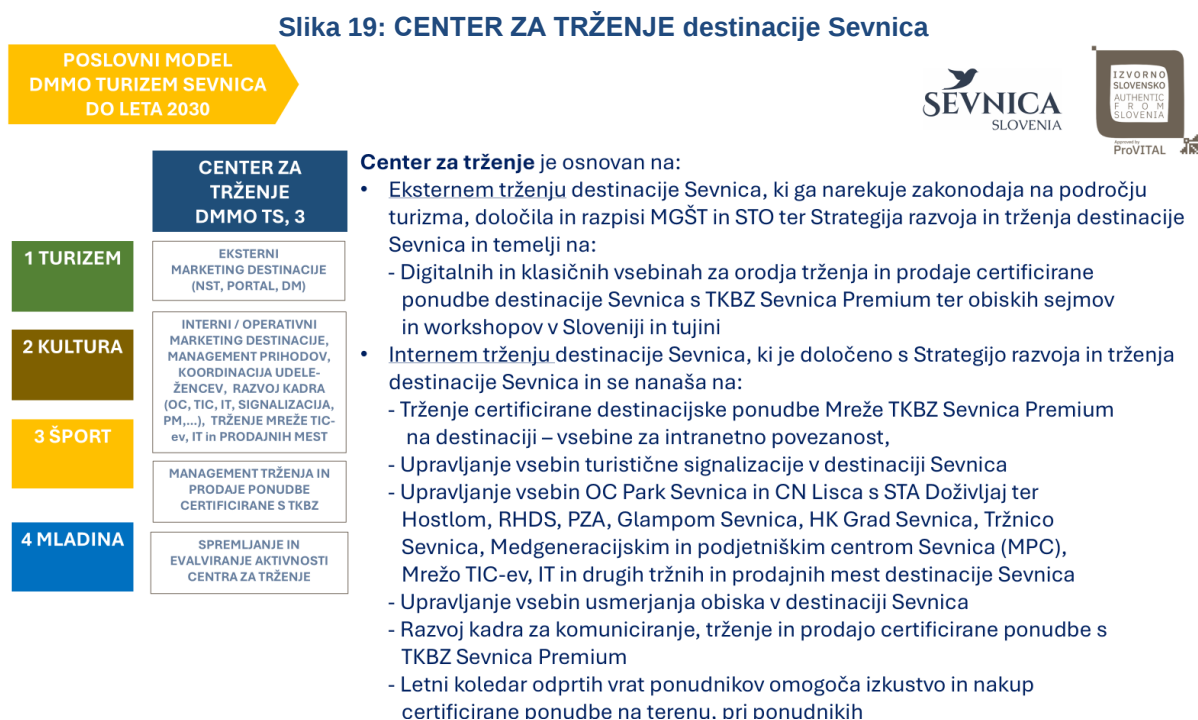
Center za kakovost destinacije Sevnica (CK DS) bo z *Delovno skupino za kakovost* (DSK) skrbel za:

- Vzpostavitev sistema celovite kakovosti ponudbe v destinaciji Sevnica – Načrt dela Centra za kakovost destinacije Sevnica – standardi kakovosti za vsa 4 strokovna področja KŠTM Sevnica.
- Vzpostavitev in gradnja prepoznavnosti DS z destinacijsko znamko (DZ) Visit Sevnica in teritorialno kolektivno blagovno znamko (TKBZ) Sevnica Premium – Sistem znamčenja in gradnje prepoznavnosti destinacije Sevnica.
- Zagotavljanje standardov za kakovostno in celovito oblikovane destinacijske storitve, prireditve, dogodke, butična vodena doživetja in verige zanje.

- Zagotavljanje svetovanja ponudnikom za oblikovanje kakovostne ponudbe s TKBZ – Akcijski načrt svetovanja ponudnikom za celovito kakovost ponudbe v destinaciji Sevnica – Dnevi odprtih vrat ponudnikov certificiranih s TKBZ Sevnica Premium.
- Vzpostavitev in upravljanje dobaviteljskih oskrbnih verig, verige prodajnih mest ter verig kupcev za prodajo ponudbe certificirane s TKBZ Sevnica Premium.
- Nadgradnja kakovosti ponudbe javnih storitev v turistične namene – kultura, šport idr. ter spodbujanje zasebnih iniciativ – Načrt razvoja in trženja ponudbe personaliziranih zgodb v destinaciji Sevnica.
- Gradnja kakovosti ponudbe skozi standarde v stroki - gostinstvo, turizem, predelava živil idr. v destinaciji Sevnica – Letni načrt usposabljanja za standarde kakovosti v destinaciji Sevnica.

Člani DSK DS: predstavnik Občine Sevnica, predstavnik KŠTM, predstavnik/i turističnih ponudnikov, predstavnik/i društev idr. organizatorjev dogodkov in prireditev.

4.3 Center za trženje ponudbe destinacije Sevnica



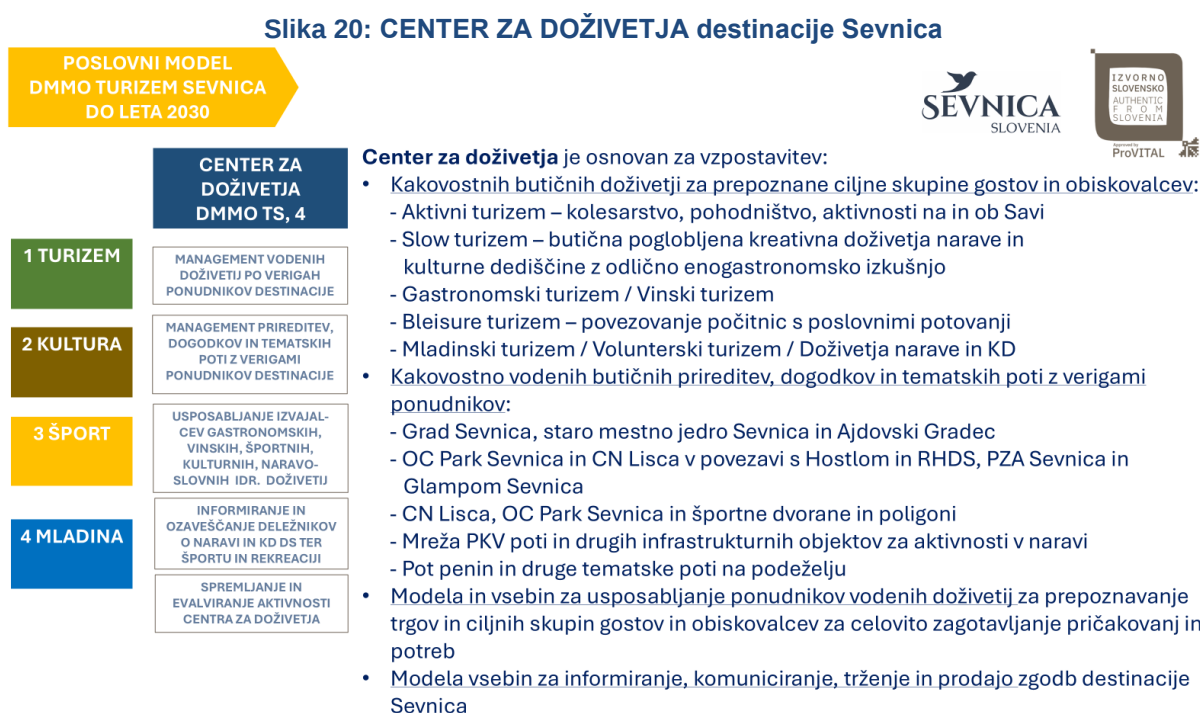
Center za trženje (CT DS) bo z *Delovno skupino za trženje ponudbe destinacije Sevnica* (DST) skrbel za:

- Načrt dela Centra za trženje destinacije Sevnica – standardi kakovosti trženja ponudbe za vsa 4 strokovna področja KŠTM Sevnica.
- Strateško promocijo in trženje ponudbe destinacije Sevnica z DZ in TKBZ v sodelovanju s partnerji – Načrt strateškega in operativnega trženja ponudbe destinacije Sevnica.

- Gradnjo prepoznavnosti destinacije Sevnica s komuniciranjem CVP preko DZ Visit Sevnica in TKBZ Sevnica Premium navzven - Načrt eksternega trženja ponudbe destinacije Sevnica.
- Klasično in digitalno trženje ponudbe destinacije Sevnica z mrežo TIC/IT/kioskov, rezervacijsko-prodajnim sistemom ponudbe preko ITA na destinaciji – Akcijski načrt komuniciranja, trženja in prodaje ponudbe v destinaciji Sevnica in Komunikacijski načrt digitalnega trženja.
- Trženje destinacijskih storitev in prireditev, dogodkov, ITP in verig zanje navzven – Akcijski načrt trženja destinacijskih storitev, prireditev in dogodkov.
- Učinkovito in usklajeno in-site komuniciranje ponudbe storitev, ITP, dogodkov/prireditev za poglobljena doživetja DS (informatorji v TIC/IT/ITA, ponudniki, vodniki...) – Akcijski načrt internega trženja v destinaciji Sevnica.

Člani DST DS: predstavnik Občine Sevnica, predstavnik KŠTM, predstavnik lokalnih turističnih ponudnikov, predstavnik društev, predstavnik občanov.

4.4 Center za doživetja destinacije Sevnica



Center za doživetja (CD DS) bo z *Delovno skupino za doživetja destinacije Sevnica (DSD)* skrbel za:

- Načrt dela Centra za doživetja DS – standardi razvoja in spremljanja izvajanja doživetij za vsa 4 strokovna področja KŠTM Sevnica.
- Model razvoja, izvajanja in evalviranja kakovostnih butičnih doživetij za prepoznane ciljne skupine obiskovalcev in turistov v destinaciji Sevnica z verigami ponudnikov s certifikati

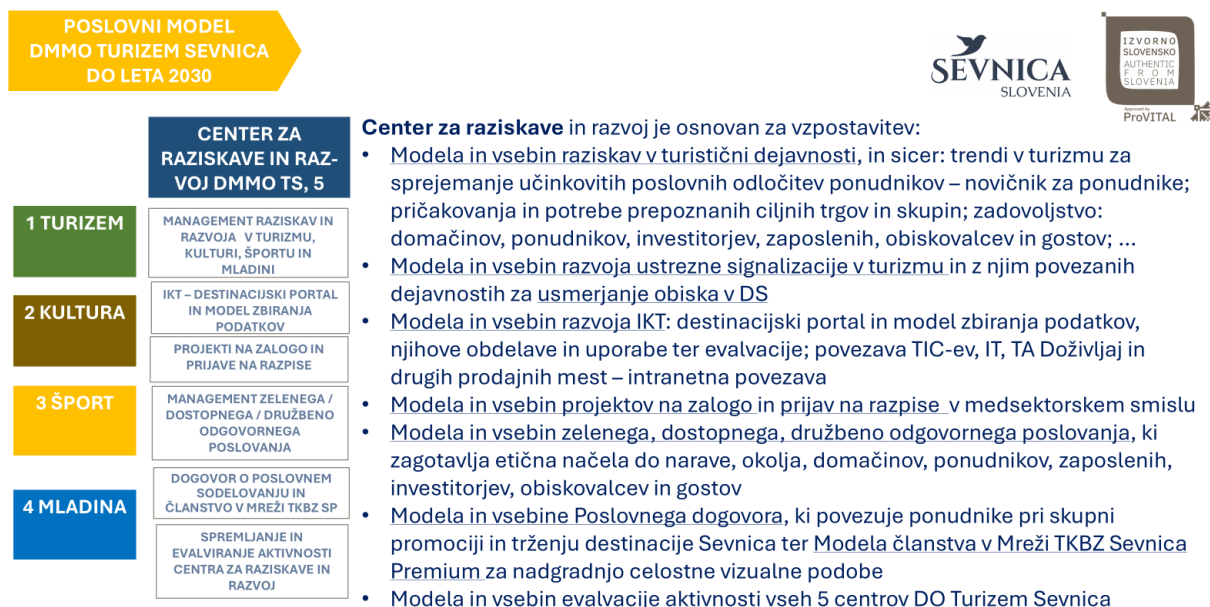
TKBZ Sevnica Premium – Akcijski načrt razvoja, trženja, izvajanja in evalviranja butičnih doživetij destinacije Sevnica.

- Model razvoja, izvajanja in evalviranja kakovostnih butičnih prireditev, dogodkov in tematskih poti z verigami certificiranih ponudnikov s TKBZ Sevnica Premium – Akcijski načrt razvoja, trženja, izvajanja in evalviranja butičnih prireditev, dogodkov in tematskih poti destinacije Sevnica.
- Model spodbujanja ponudnikov k promocijskim aktivnostim dnevi odprtih vrat ponudnikov s certifikatom TKBZ Sevnica Premium – Akcijski načrt za dneve odprtih vrat destinacije Sevnica.
- Model za vzpostavitev in upravljanje orodij in tehnik interpretacije narave in kulturne dediščine v objektih narave, kulturne dediščine ter športno-rekreacijskih objektih, TIC-ih, razglednih točkah, poteh idr. – Akcijski načrt za orodja interpretacije narave in kulturne dediščine ter športnih aktivnosti v destinaciji Sevnica.
- Model usposabljanja ponudnikov za butična vodena doživetja, prireditve in dogodke skladno s prepoznanimi potrebami in pričakovanji ciljnih skupin obiskovalcev in gostov – Akcijski načrt usposabljanja ponudnikov v destinaciji Sevnica.
- Vodenje registra vodnikov destinacije Sevnica in skrb za kakovostna vodenja, interpretacijo narave in kulturne dediščine, etno animacijo, storitve kustosov, izvajalcev delavnic in degustacij – Akcijski načrt za kakovostno izvajanje turističnih vodenj, animacije ter izvajanja ogledov delavnic in degustacij.

Člani DSD DS: predstavnik Občine Sevnica, predstavnik KŠTM, predstavnik/i turističnih ponudnikov, predstavnik/i društev idr. organizatorjev dogodkov in prireditev.

4.5 Center za raziskave in razvoj destinacije Sevnica

Slika 21: CENTER ZA RAZISKAVE IN RAZVOJ destinacije Sevnica



Center za raziskave in razvoj (CRR DS) bo z *Delovno skupino za raziskave in razvoj* (DSRR) skrbel za:

- Načrt dela Centra za raziskave in razvoj destinacije Sevnica – standardi raziskav in razvoja za vsa 4 strokovna področja KŠTM Sevnica.
- Vzpostavitev modela in vsebin razvoja IKT – portal destinacije – internetna in intranetna povezava (mreža TIC-ev, IT, kioskov in drugih prodajnih mest) in družbena omrežja – celovita digitalna turistična platforma kot podpora komuniciranju v DS in izven nje – Akcijski načrt digitalnega komuniciranja destinacije Sevnica.
- Vzpostavitev modela za raziskovanje in oblikovanje informacij s sodobno IKT za strateško odločanje v DS kot podporo raziskavam in razvoju, trženju, internemu in eksternemu komuniciranju, odločanju v turizmu – Akcijski načrt raziskovanja in oblikovanja informacij za odločanje v turizmu.
- Vzpostavitev modela za vodenje sistema informiranja, komuniciranja, trženja in prodaje zgodb ter usmerjanja in ozaveščanja obiskovalcev in turistov s podporo UI ter analognih in digitalnih rešitev – Akcijski načrt digitalne in analogne podpore zgodbarjenju in usmerjanju obiska v destinaciji Sevnica.
- Vzpostavitev modela in vsebin projektov na zalogo – načrtovanja aktivnosti in spremljanja razpisov ter izvajanja strateških projektov v DS – Akcijski načrt za projekte na zalogo.
- Vzpostavitev modela in vsebin učinkovite signalizacije turistične ponudbe in ponudnikov na destinaciji Sevnica – Akcijski načrt signalizacije turistične ponudbe destinacije Sevnica.
- Vzpostavitev modela zelenega in dostopnega in družbeno odgovornega poslovanja destinacije Sevnica (certifikati, nagrade in priznanja) – Akcijski načrt zelenega, dostopnega in družbeno odgovornega poslovanja destinacije Sevnica.
- Vzpostavitev modela in razvoj inkubatorja za spodbujanje podjetnih idej v turizmu in z njim povezanimi dejavnostmi (vinogradništvo, kmetijstvo, gozdarstvo, idr.) destinacije Sevnica – Akcijski načrt vzpostavitve podjetniškega inkubatorja destinacije Sevnica.
- Vzpostavitev modela evalvacije aktivnosti vseh petih centrov DMMO Turizem Sevnica – Akcijski načrt evalvacije aktivnosti vseh petih centrov DMMO Turizem Sevnica.

Člani DSRR DS: predstavnik Občine Sevnica, predstavnik KŠTM, predstavnik občanov, predstavniki turističnih ponudnikov, itd.

4.6 Center za upravljanje turistične infrastrukture destinacije Sevnica

Slika 22: CENTER ZA UPRAVLJANJE TURISTIČNE INFRASTRUKTURE destinacije Sevnica



Center za upravljanje turistične infrastrukture (CUTI DS) bo z Delovno skupino za upravljanje turistične infrastrukture (DS UTI) skrbel za:

- Načrt dela Centra za upravljanje turistične infrastrukture in opreme destinacije Sevnica za vsa 4 strokovna področja KŠTM Sevnica – kultura, šport, turizem in mladina.
- Vzpostavitev modela splošnega upravljanja turističnih atrakcij destinacije Sevnica (infrastrukture in opreme) – objektov narave in kulturne dediščine, tematskih idr. poti ter športno-rekreacijskih objektov v upravljanju KŠTM Sevnica – Akcijski načrt splošnega upravljanja turističnih atrakcij (infrastrukture in opreme) destinacije Sevnica.
- Vzpostavitev modela upravljanja infrastrukture: (i) Outdoor centra Park Sevnica in Centra narave Lisca s STA Doživljaj, Hostla/ov, Mreže postajališč za avtodome (PZA) in enot Razpršenega hotela destinacije Sevnica (RHDS); (ii) Medgeneracijskega in podjetniškega centra Sevnica; (iii) Mreže TIC-ev, IT, kioskov in prodajnih mest v destinaciji Sevnica ter njegovo izvajanje in evalviranje – Akcijski načrt za vsako od treh skupin atrakcij.
- Vzpostavitev modela upravljanja opreme za prireditve, dogodke, poti idr. za izvajanje vodenih doživetij v destinaciji Sevnica – Akcijski načrt upravljanja opreme za prireditve, dogodke, poti idr. za izvajanje vodenih doživetij v destinaciji Sevnica.
- Vzpostavitev modela upravljanja mehke mobilnosti, signalizacije turistične ponudbe in dostopnosti za vse v destinaciji Sevnica – Akcijski načrt upravljanja mehke mobilnosti, signalizacije turistične ponudbe in dostopnosti za vse v destinaciji Sevnica.

5 NAČRT AKTIVNOSTI RAZVOJA TURIZMA DESTINACIJE SEVNICA ZA OBDOBJE 2025-2030

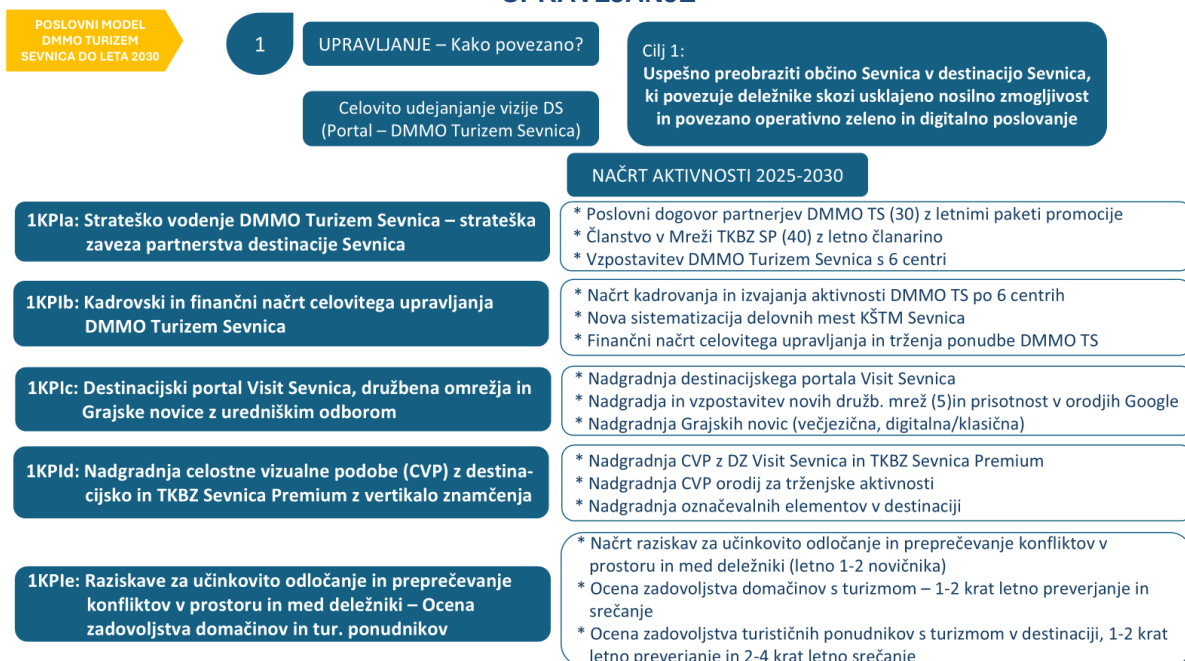
Načrt aktivnosti izhaja iz modela partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica v obdobju 2025-2030 in podrobno opredeljuje **ključne kazalnike uspešnosti** (KPI) vsake od štirih strateških aktivnosti – **upravljanje, razvoj, trženje in istovetnost**.

MODEL PARTNERSTVA za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica, glej slika 15



Upravljanje destinacije Sevnica se bo v obdobju 2025-2030 udeležalo skozi **5 ključnih kazalnikov uspešnosti** – **1KPI** a do e s po tremi aktivnostmi za vsak KPI.

Slika 23: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE



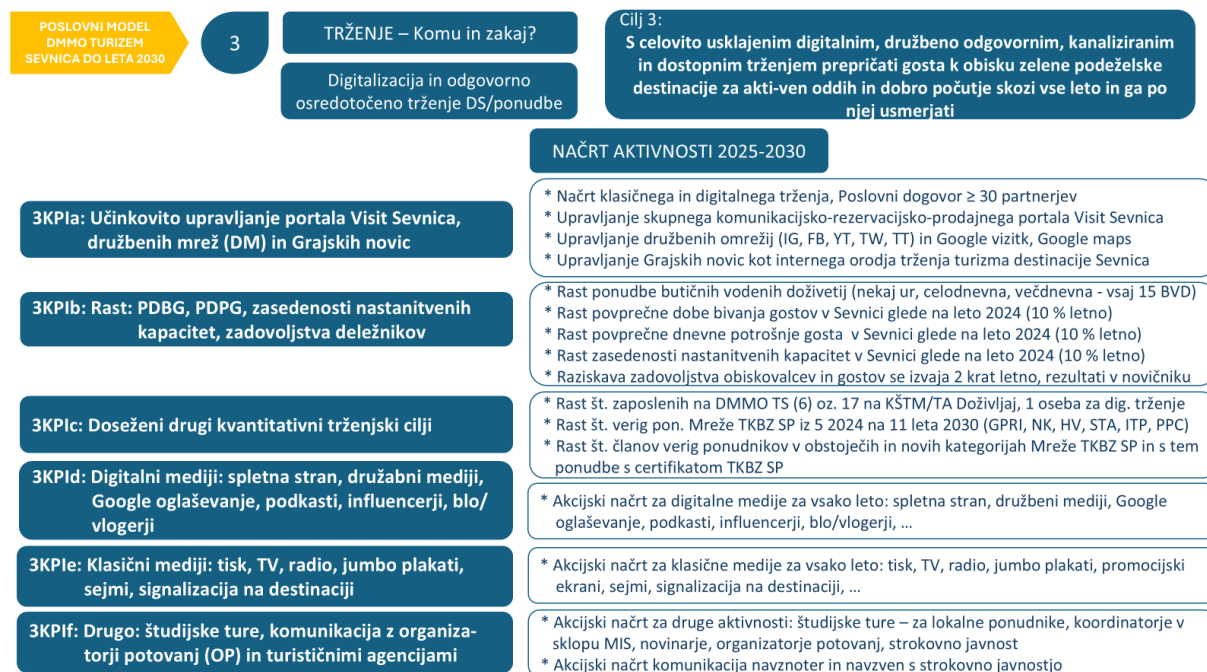
Razvoj ponudbe destinacije Sevnica se bo v obdobju 2025-2030 udeležilo skozi **6 ključnih kazalnikov uspešnosti – 2KPI** a do f s po eno do petimi aktivnostmi za vsak KPI.

Slika 24: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ



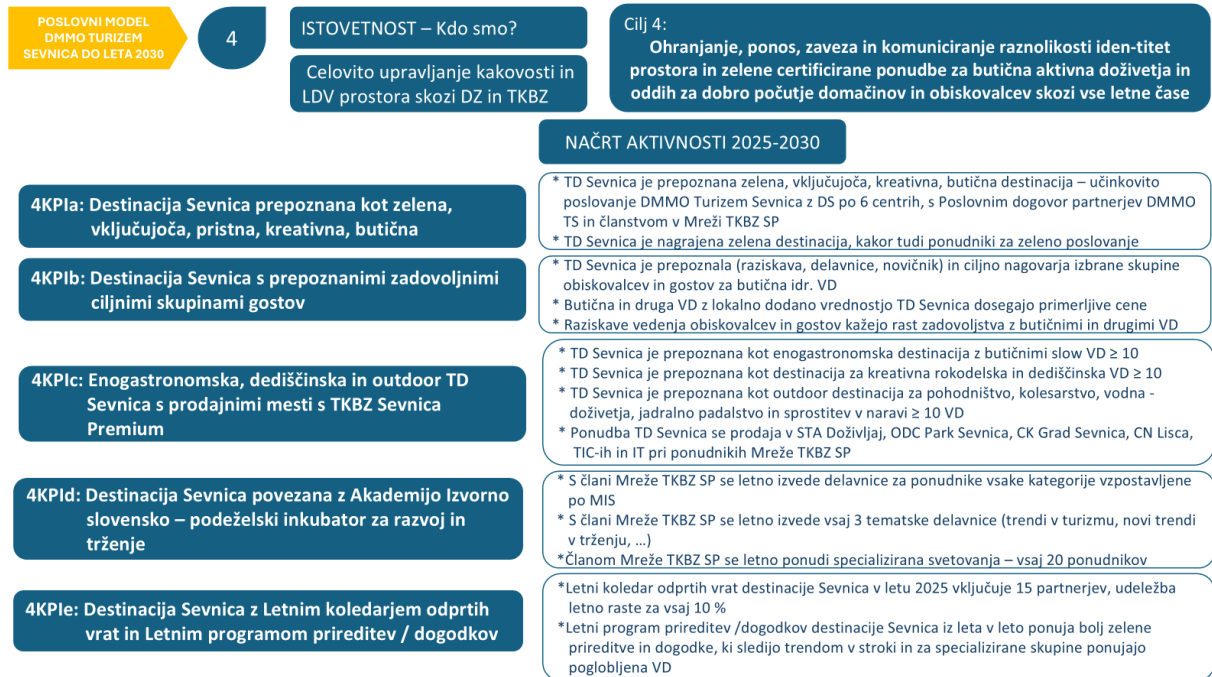
Trženje destinacije Sevnica se bo v obdobju 2025-2030 udeležilo skozi **6 ključnih kazalnikov uspešnosti – 3KPI** a do f s po eno do petimi aktivnostmi za vsak KPI.

Slika 25: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE



Istovetnost destinacije Sevnica se bo v obdobju 2025-2030 udeležilo skozi **5 ključnih kazalnikov uspešnosti – 4KPI** a do e s po dvema do štirimi aktivnostmi za vsak KPI.

Slika 26: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST



6 AKCIJSKI NAČRT UDEJANJANJA VIZIJE RAZVOJA TURIZMA V DESTINACIJI SEVNICA ZA OBDOBJE 2025-2026

Akcijski načrt udejanjanja vizije razvoja turizma v destinaciji Sevnica za obdobje 2025-2026 izhaja iz Modela partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica za obdobje 2025-2030 **po ključnih kazalnikih uspešnosti** (KPI) vsake od štirih strateških aktivnosti – **upravljanje, razvoj, trženje in istovetnost**.

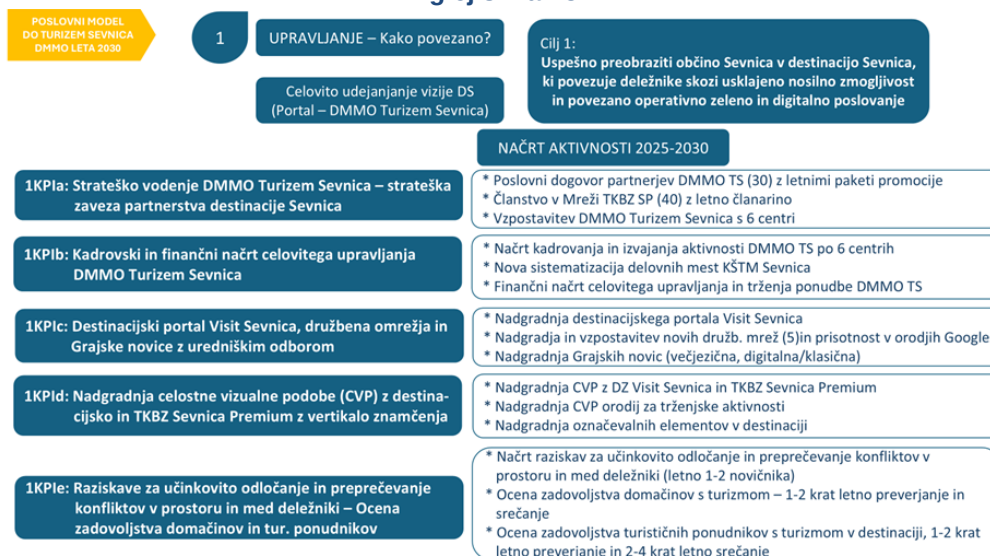
MODEL PARTNERSTVA za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica, glej slika 15



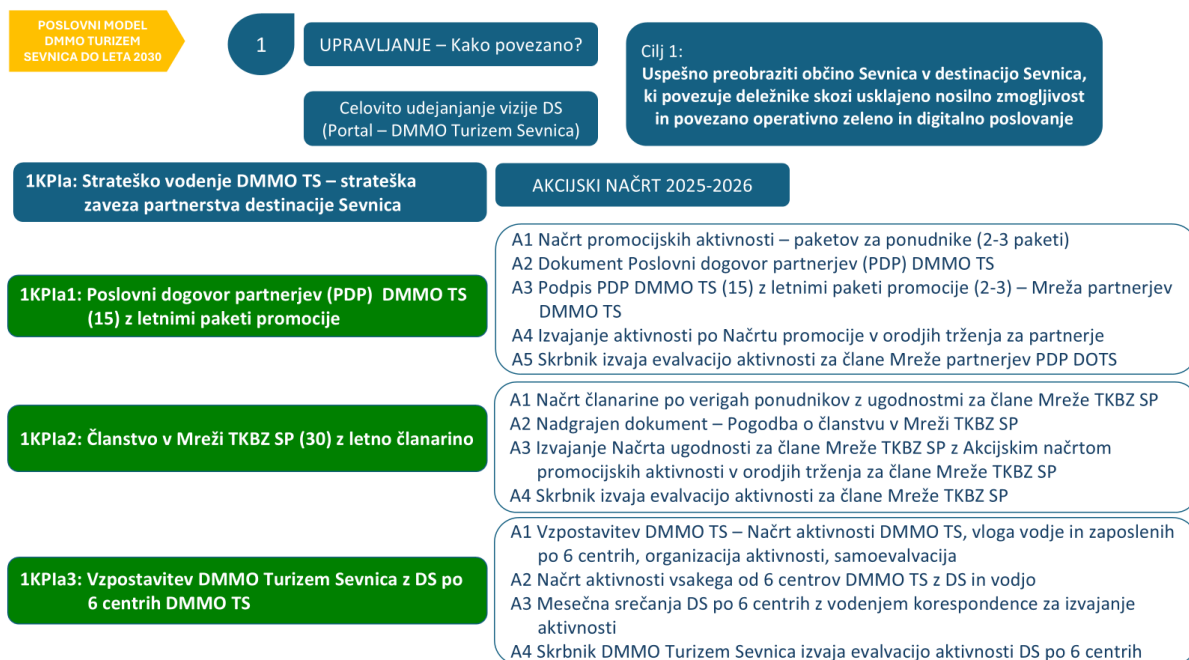
6.1 Upravljanje celovite ponudbe destinacije Sevnica 2025-2026

Izvajanje aktivnosti upravljanja za leti 2025-2026 izhaja iz načrta upravljanja DMMO Turizem Sevnica v obdobju 2025-2030, ki bo udejanjeno skozi **5 ključnih kazalnikov uspešnosti – 1KPI od a do e s po tremi aktivnostmi za vsak KPI**.

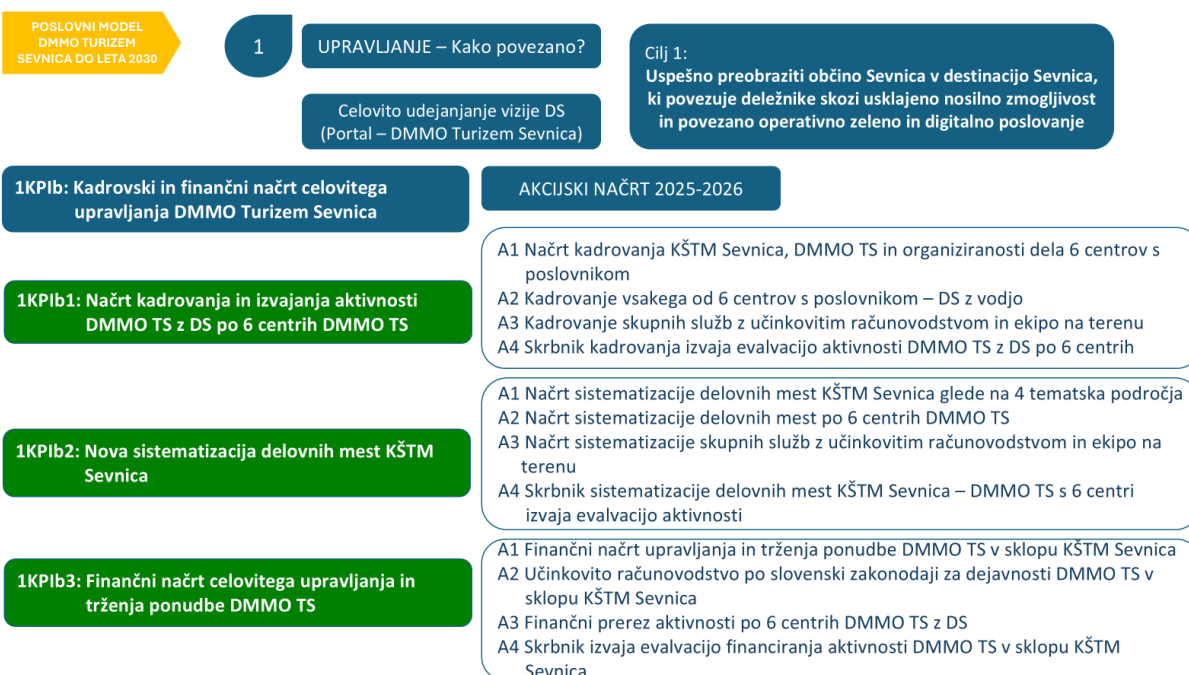
Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, glej slika 23



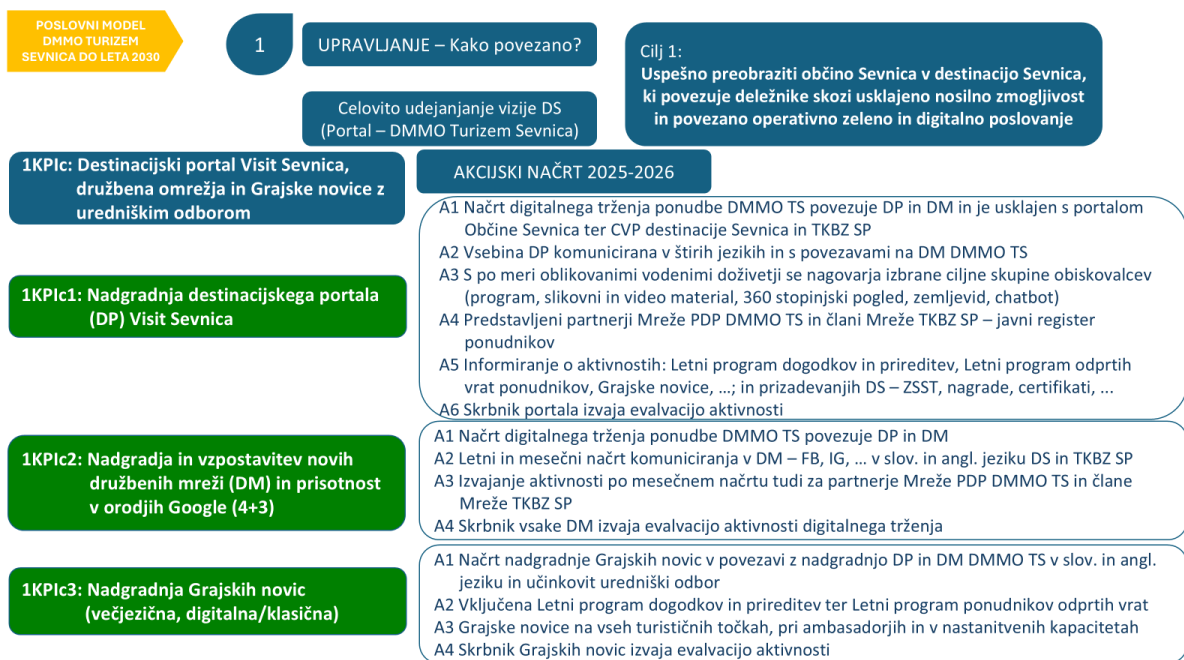
Slika 27: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, 1KPIa



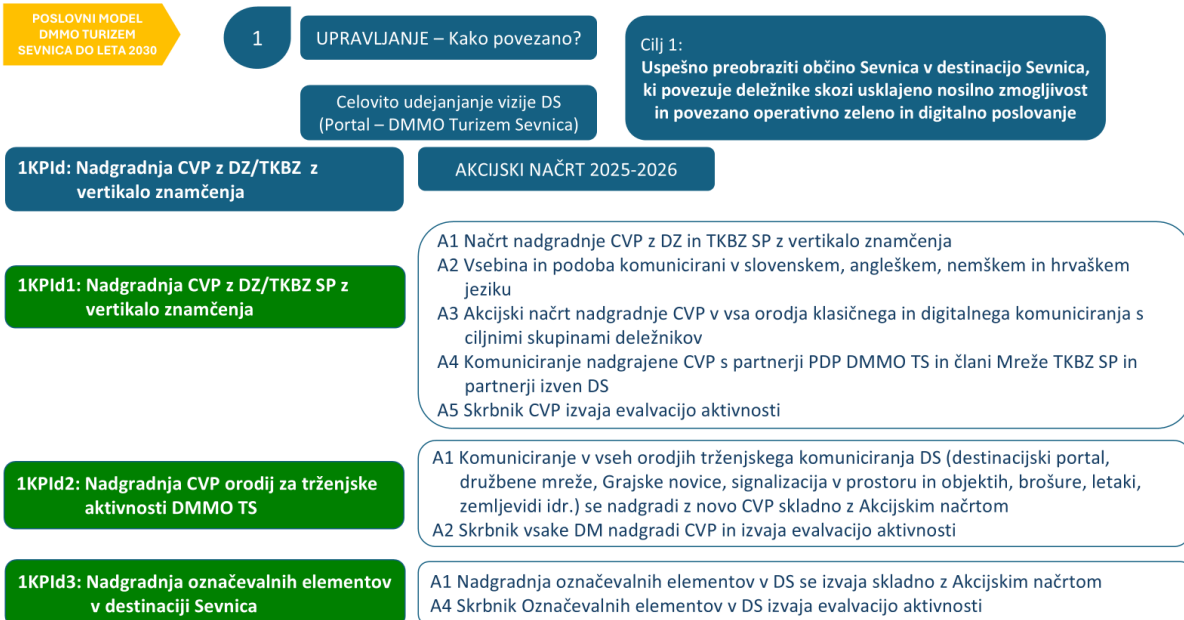
Slika 28: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, 1KPIb



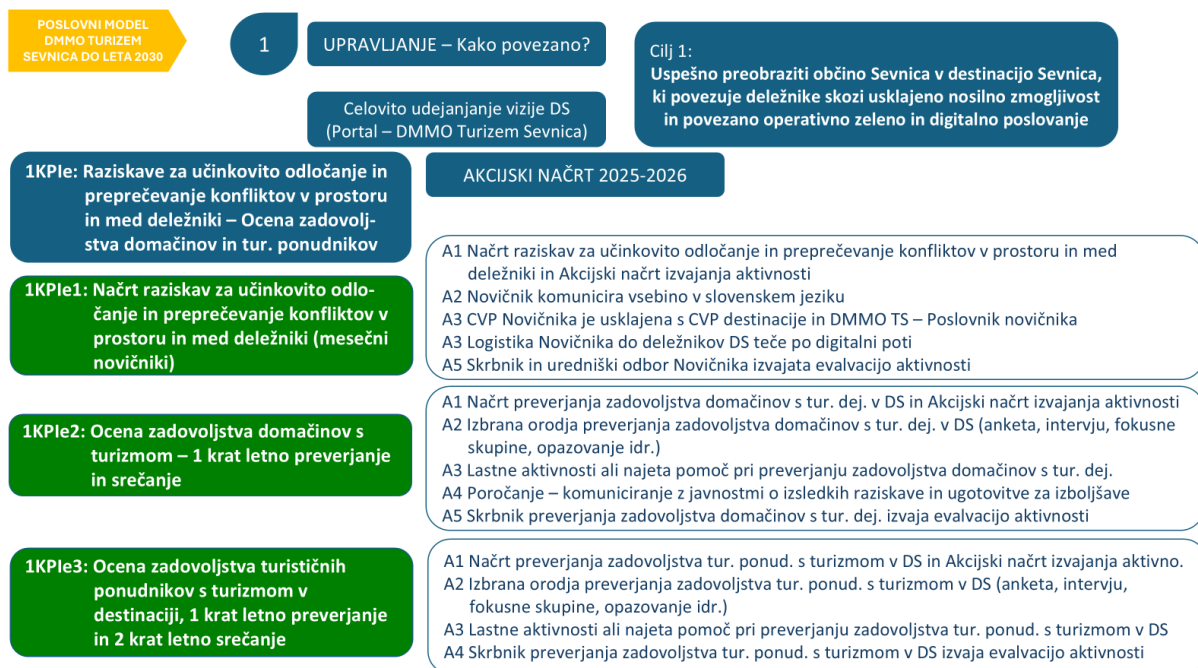
Slika 29: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, 1KPIc



Slika 30: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, 1KPId



Slika 31: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – UPRAVLJANJE, 1KPIe



6.2 Razvoj celovite ponudbe destinacije Sevnica 2025-2026

Izvajanje aktivnosti razvoja ponudbe za leti 2025-2026 izhaja iz načrta razvoja DMMO Turizem Sevnica v obdobju 2025-2030, ki bo udejanjeno skozi **6 ključnih kazalnikov uspešnosti** – 2KPI a do f s po nim do petimi aktivnostmi za vsak KPI.

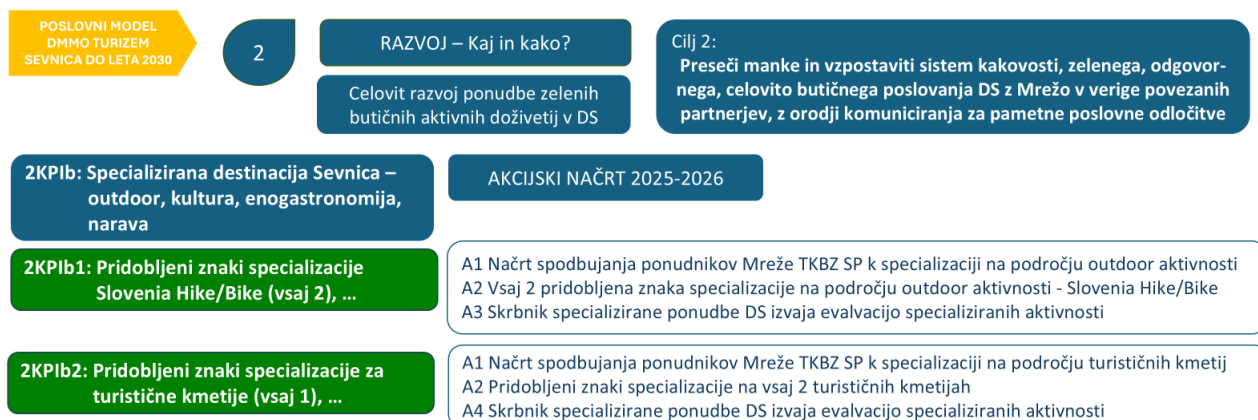
Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, glej sliko 24



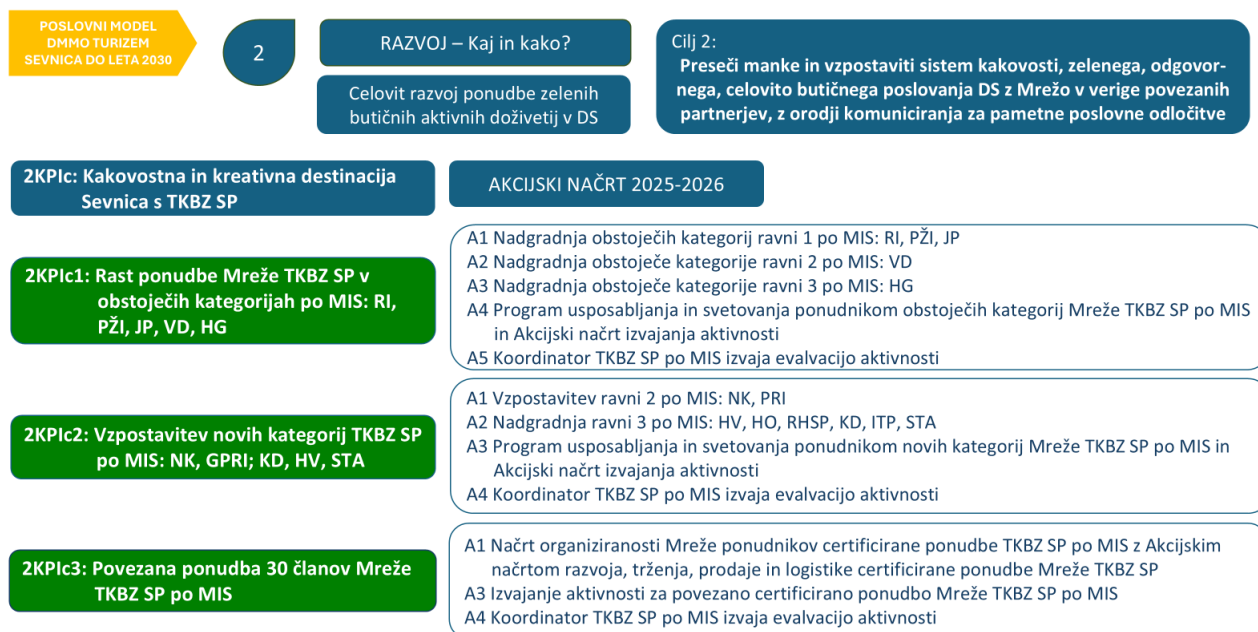
Slika 32: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIa



Slika 33: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIb



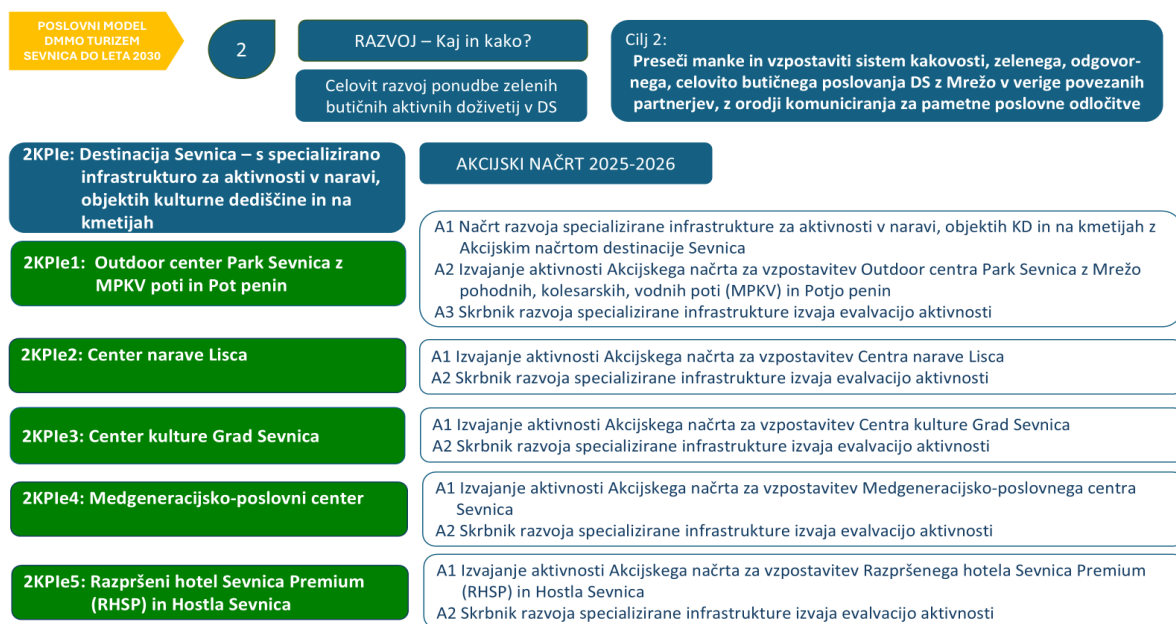
Slika 34: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIc



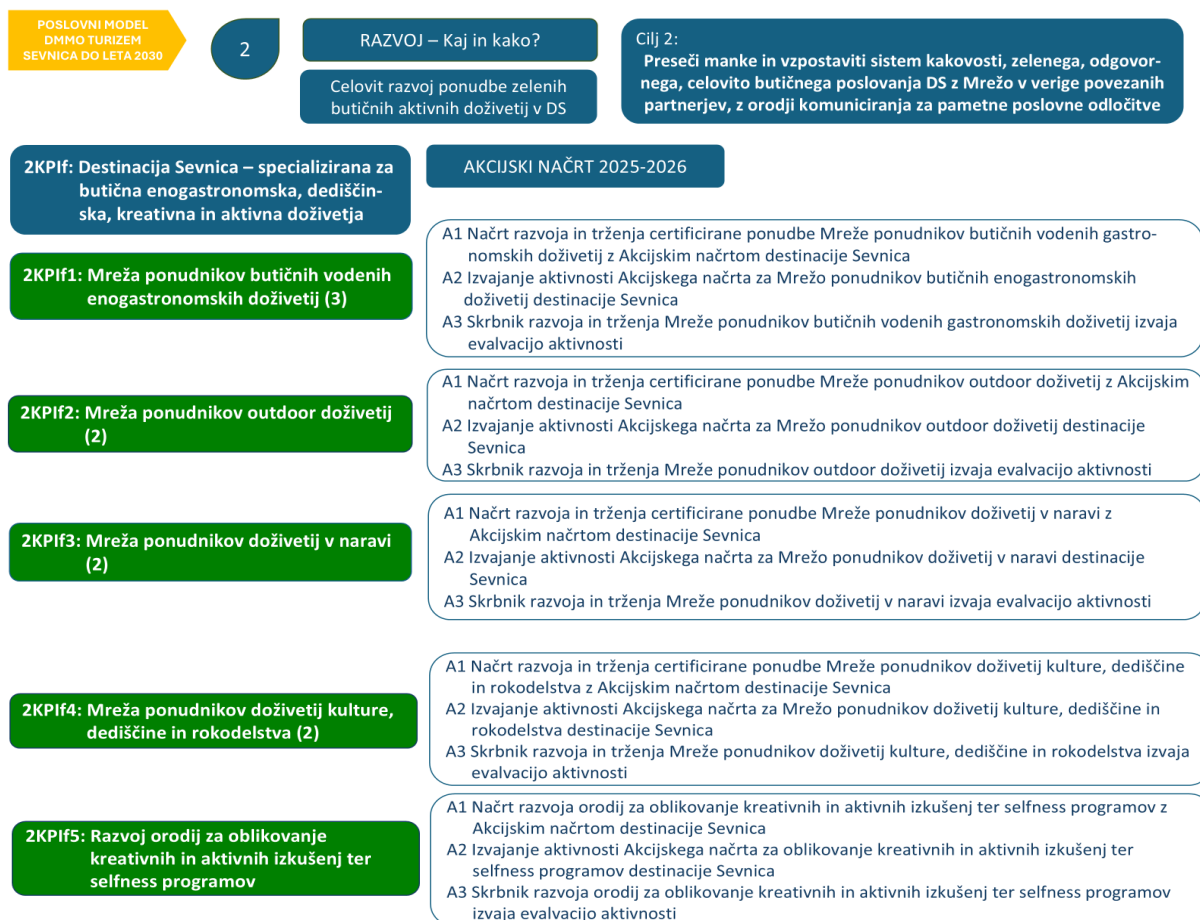
Slika 35: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIId



Slika 36: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIe



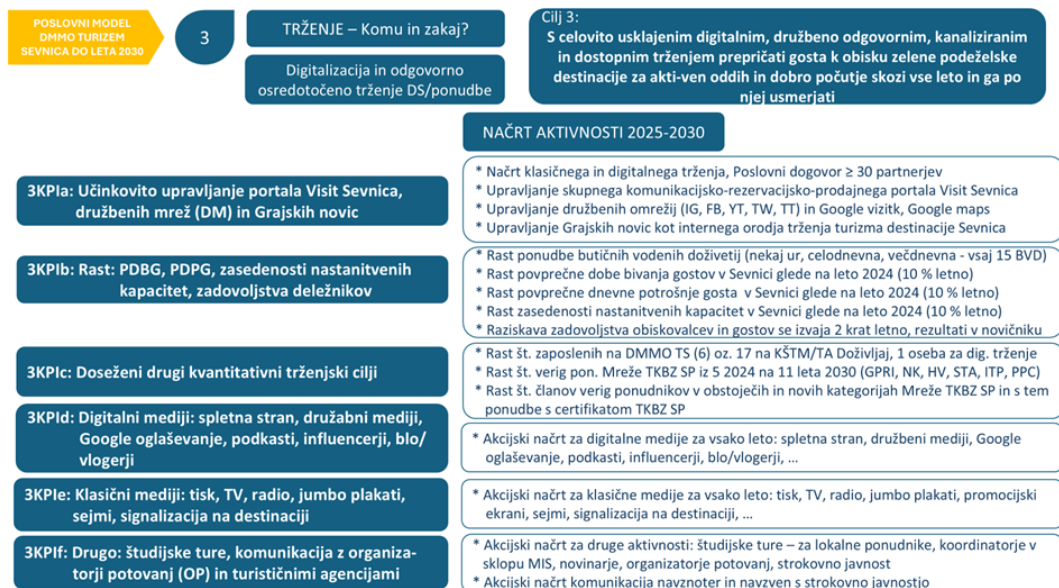
Slika 37: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – RAZVOJ, 2KPIf



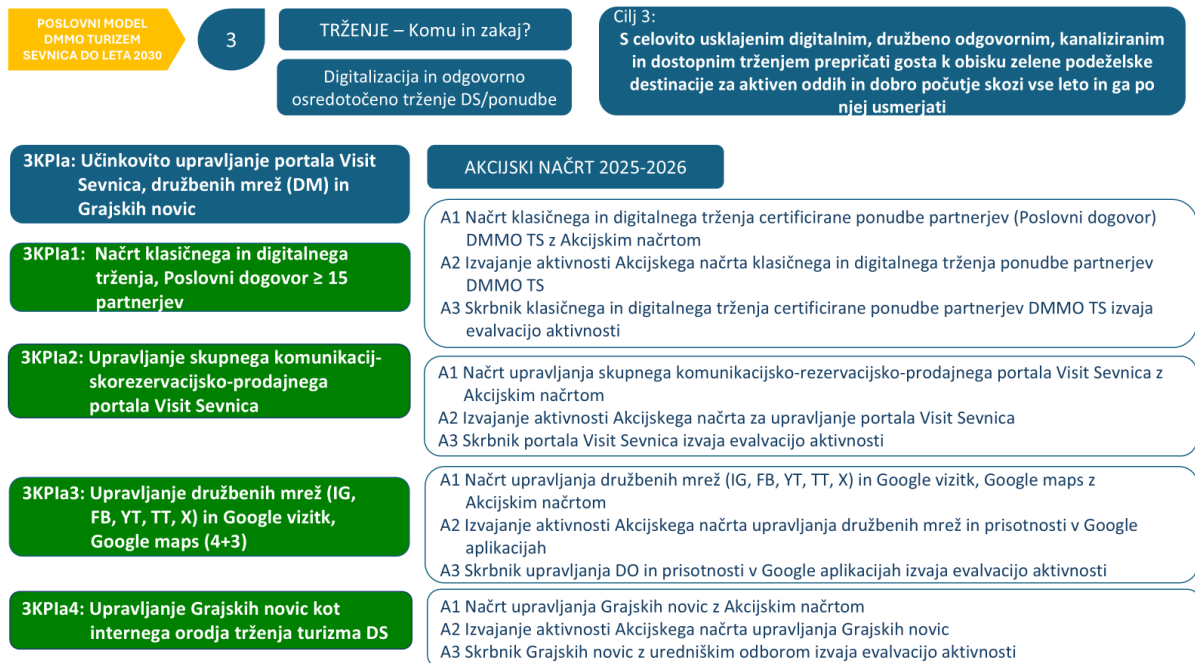
6.3 Trženje celovite ponudbe destinacije Sevnica 2025-2026

Izvajanje aktivnosti trženja ponudbe za leti 2025-2026 izhaja iz načrta razvoja DMMO Turizem Sevnica v obdobju 2025-2030, ki bo udejanjeno skozi **6 ključnih kazalnikov uspešnosti** – **3KPI** a do f s po enim do petimi aktivnostmi za vsak KPI.

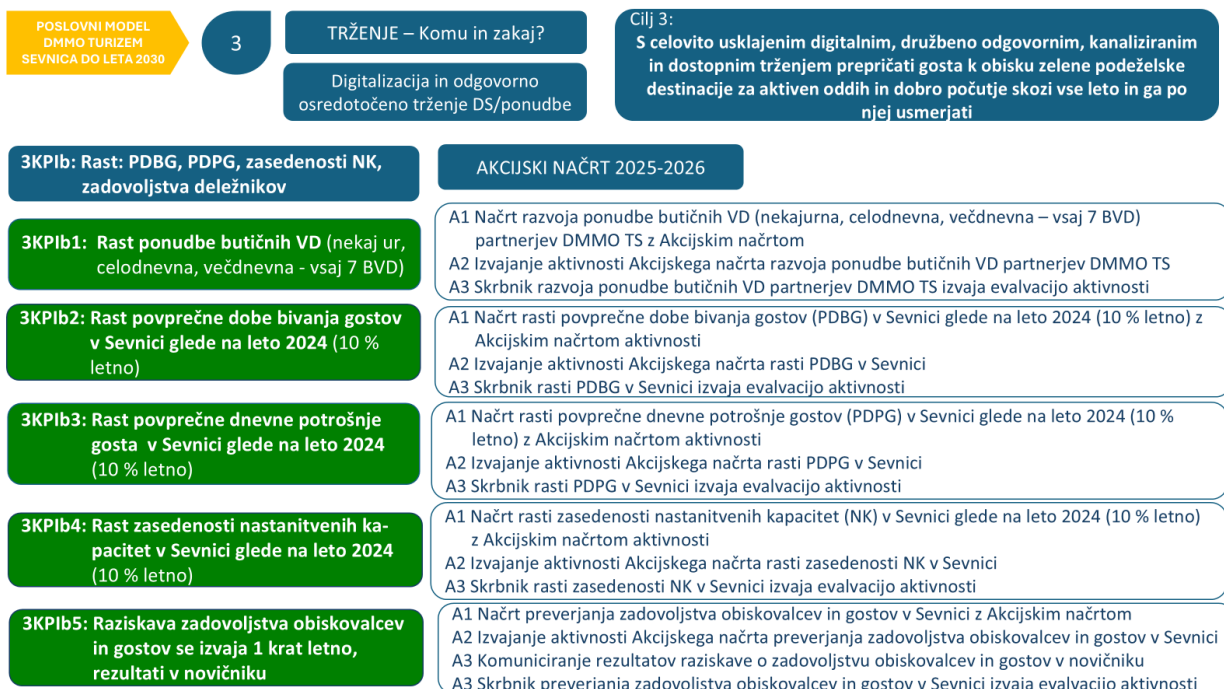
Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, glej **sliko 25**



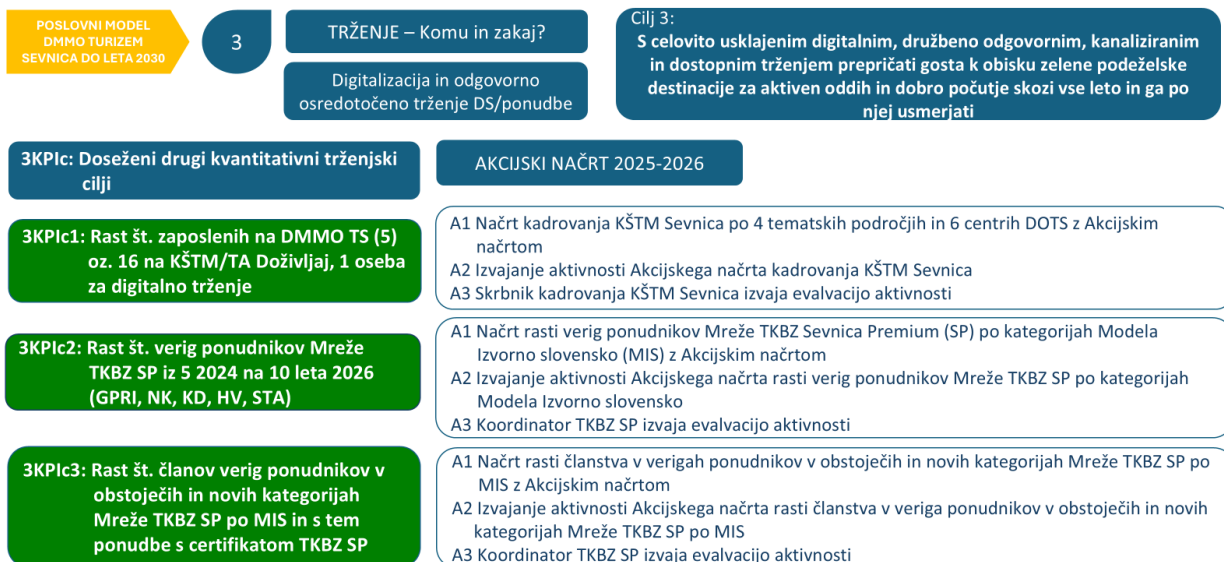
Slika 38: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, 3KPIa



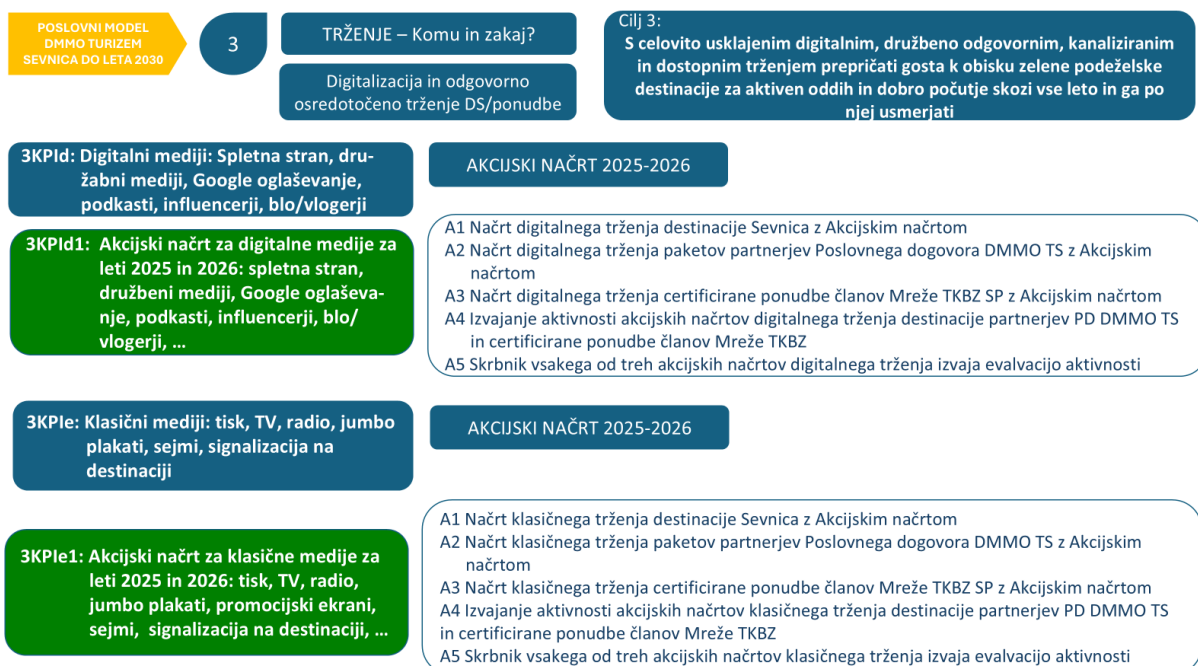
Slika 39: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, 3KPIb



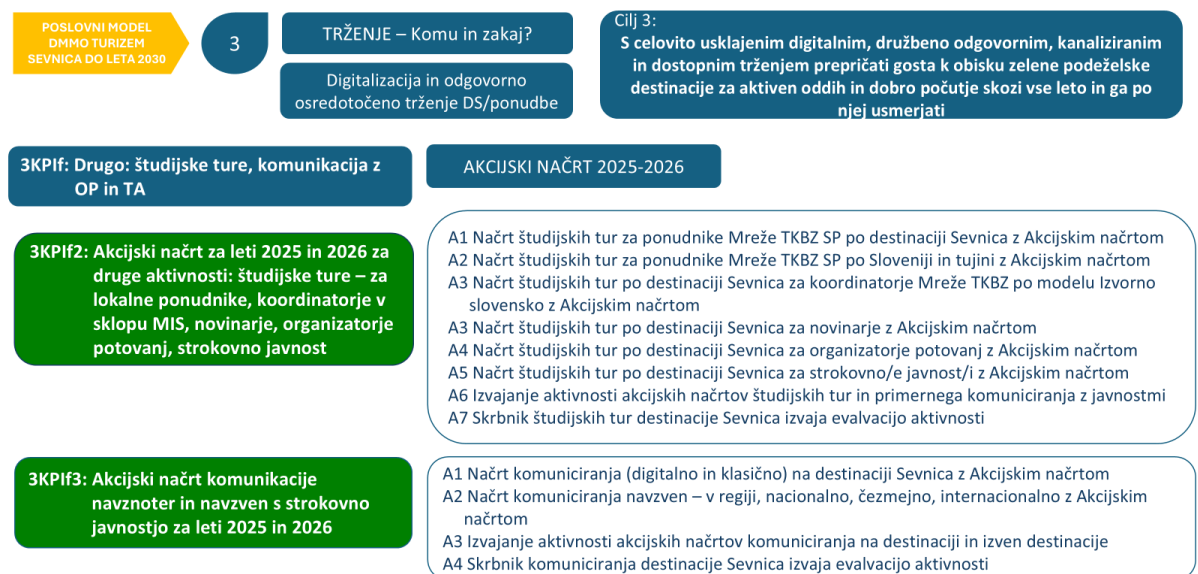
Slika 40: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, 3KPIc



Slika 41: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, 3KPId in 3KPIe



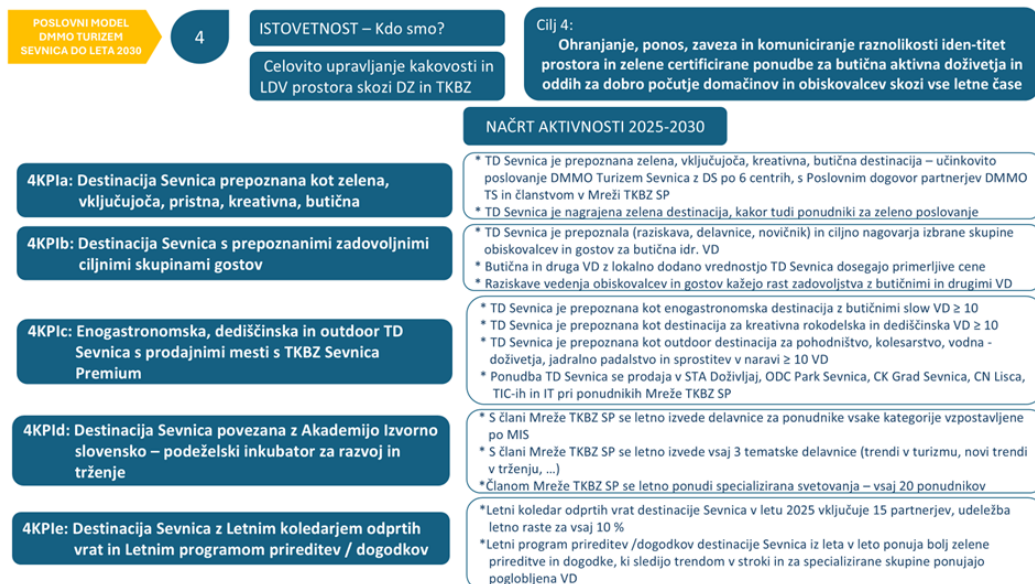
Slika 42: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – TRŽENJE, 3KPIf



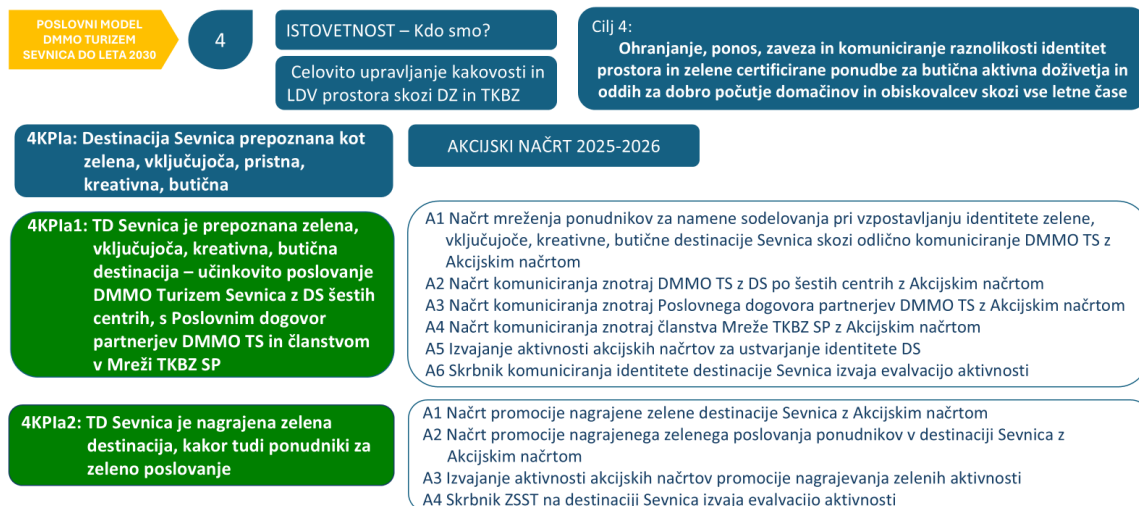
6.4 Istovetnost celovite ponudbe destinacije Sevnica 2025-2026

Izvajanje aktivnosti istovetnosti ponudbe za leti 2025-2026 izhaja iz načrta razvoja DMMO Turizem Sevnica v obdobju 2025-2030, ki bo udejanjeno skozi **5 ključnih kazalnikov uspešnosti** – **4KPI** a do e s po dvema do štirimi aktivnostmi za vsak KPI.

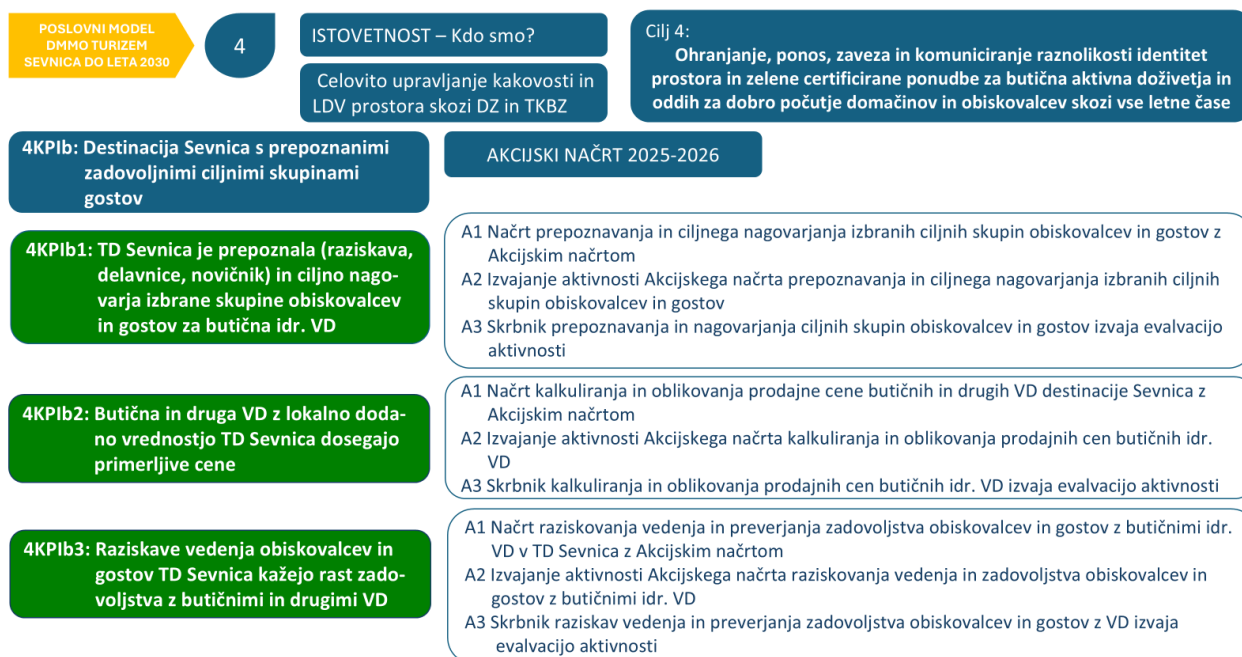
Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST, glej sliko 26



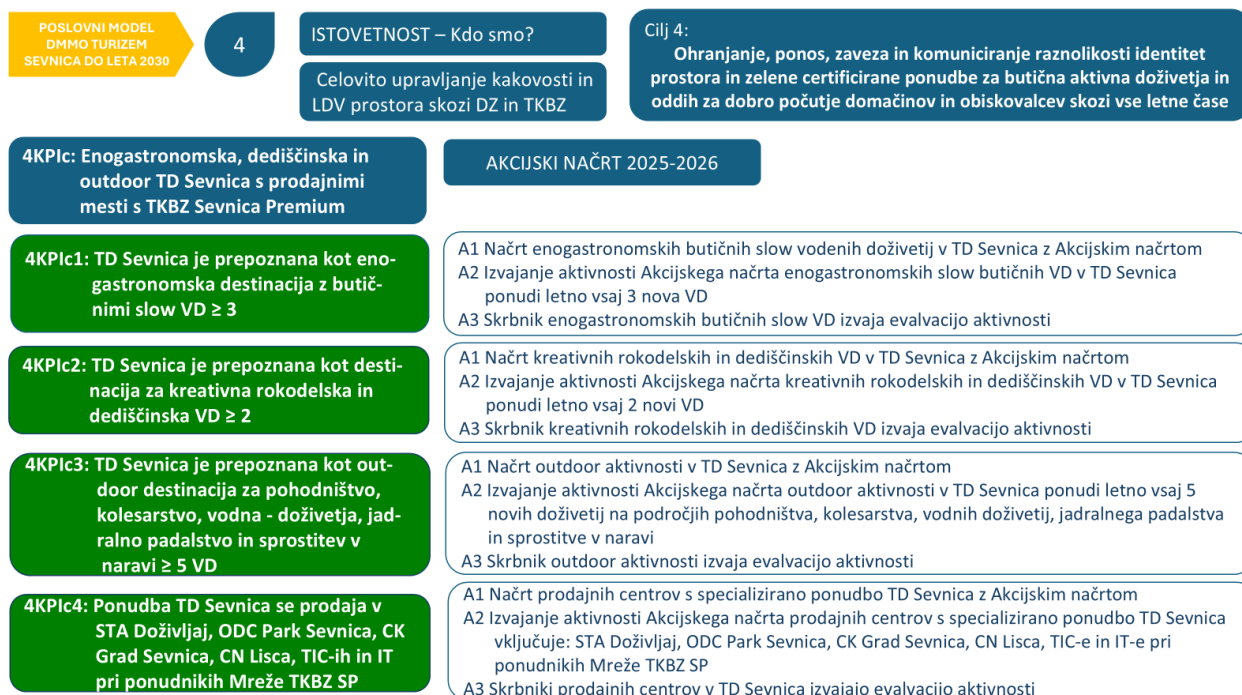
Slika 43: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica - ISTOVETNOST, 4KPIa



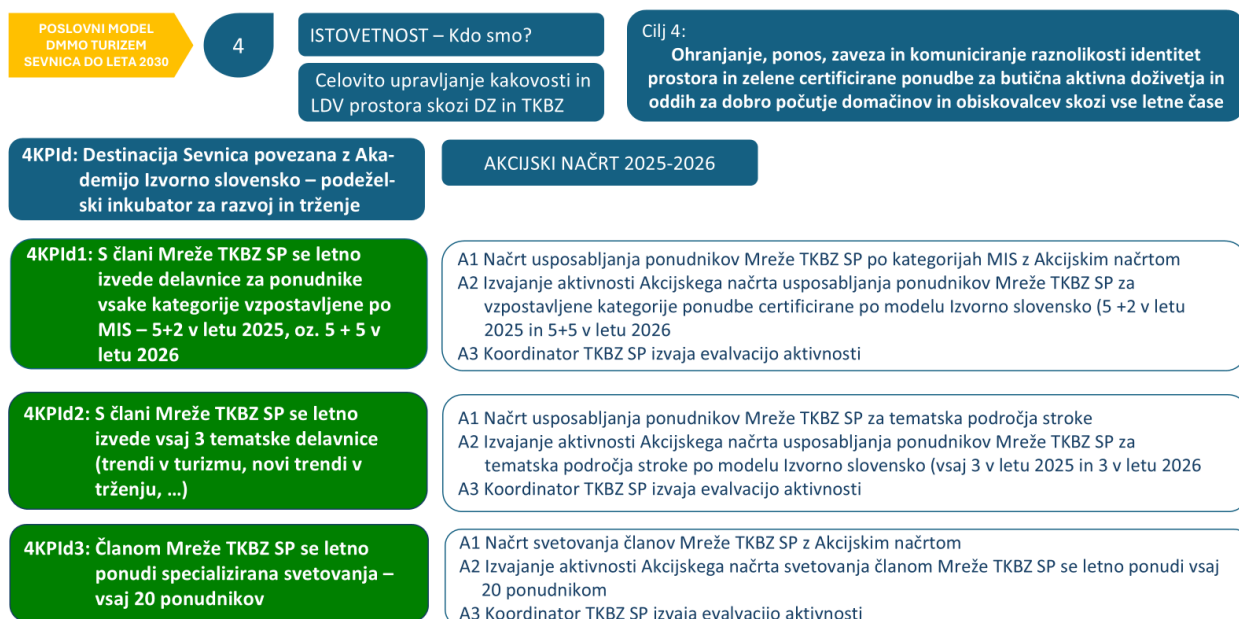
Slika 44: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST, 4KPIb



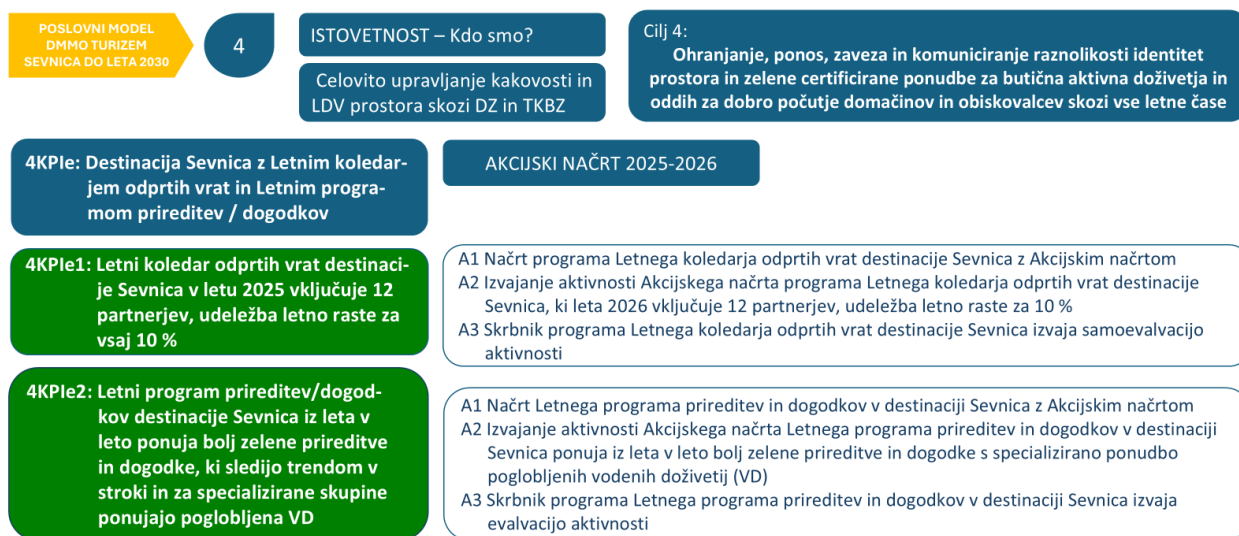
Slika 45: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST, 4KPIc



Slika 46: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST, 4KPId



Slika 47: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica – ISTOVETNOST, 4KPIe

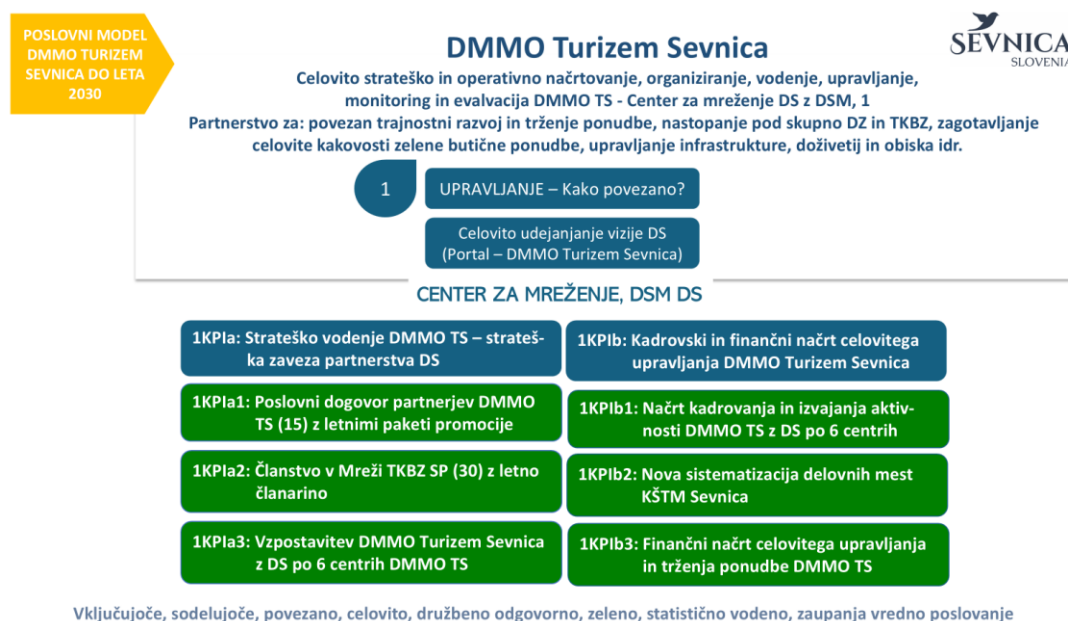


7 DOSEGANJE KPI ŠTIRIH STRATEŠKIH AKTIVNOSTI PO CENTRIH DMMO TURIZEM SEVNICA V OBDOBJU 2025-2026

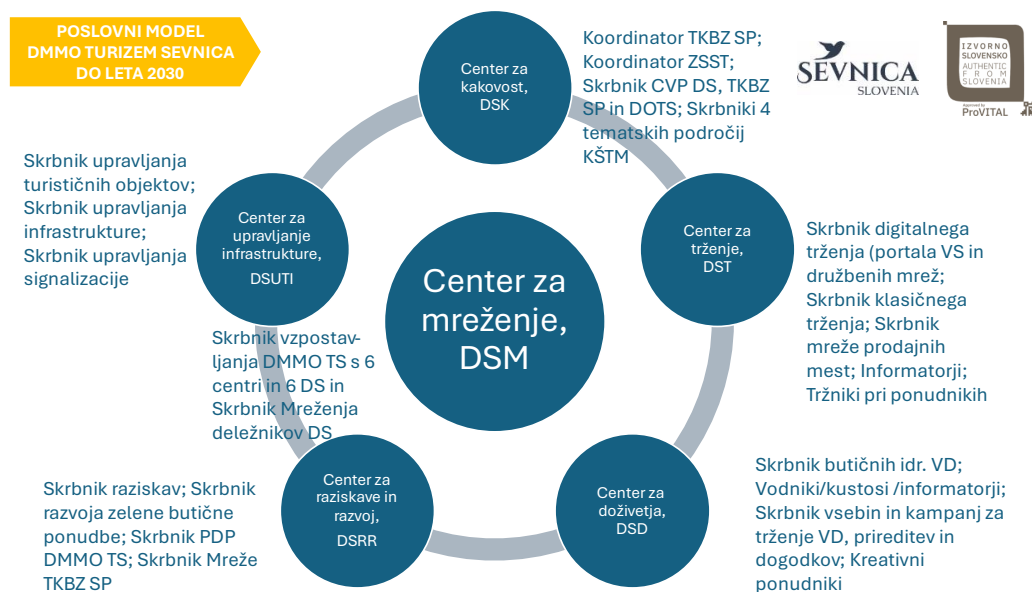
V nadaljevanju je predstavljeno doseganje ključnih kazalnikov uspešnosti udejanjanja Strategije razvoja turizma destinacije Sevnica 2025-2026 skozi aktivnosti šestih centrov DMMO Turizem Sevnica.

7.1 Center za mreženje in kadrovsko zasedbo DMMO Turizem Sevnica

Slika 48: CENTER ZA MREŽENJE DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI UPRAVLJANJA: 1KPIa in 1KPIb

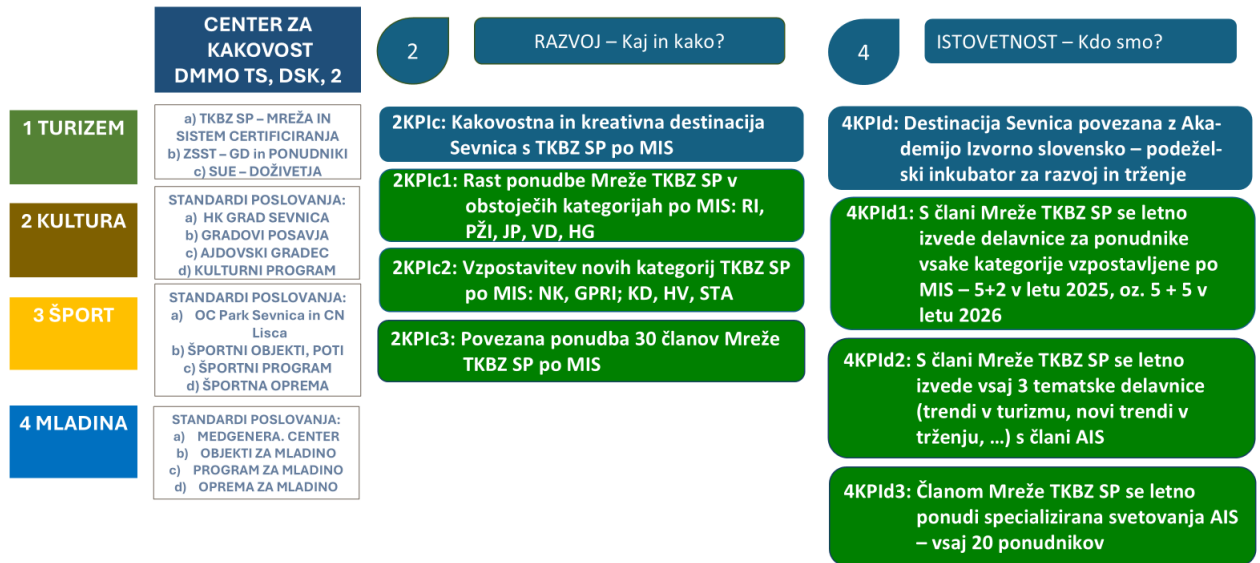


Slika 49: KADROVSKA ZASEDBA po centrih DMMO Turizem Sevnica

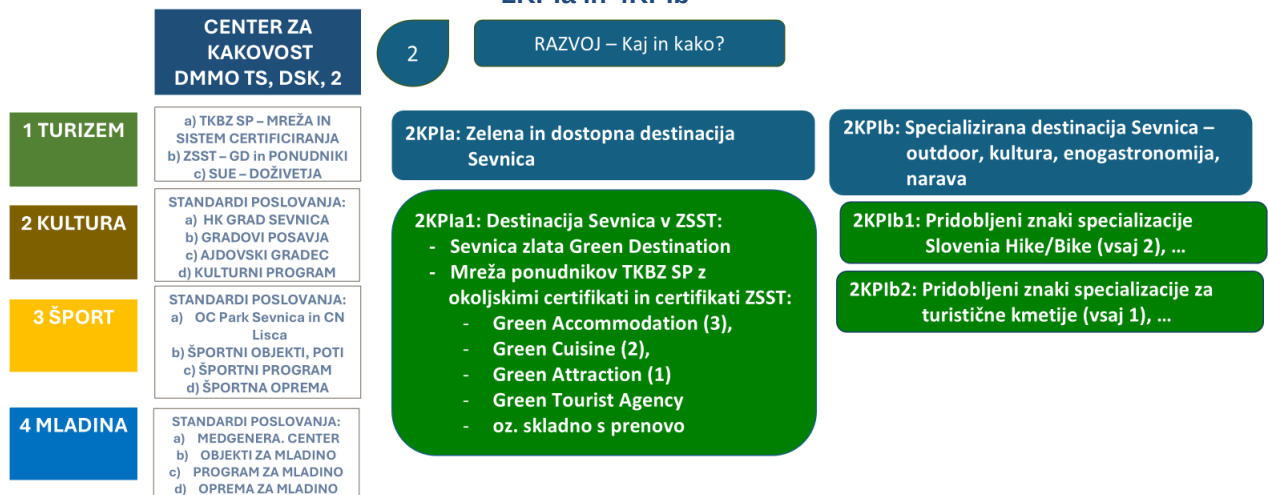


7.2 Center za kakovost DMMO Turizem Sevnica

Slika 50: CENTER ZA KAKOVOST DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI RAZVOJA IN ISTOVETNOSTI: 2KPIc in 4KPId



Slika 51: CENTER ZA KAKOVOST DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI RAZVOJA: 2KPIa in 4KPIb

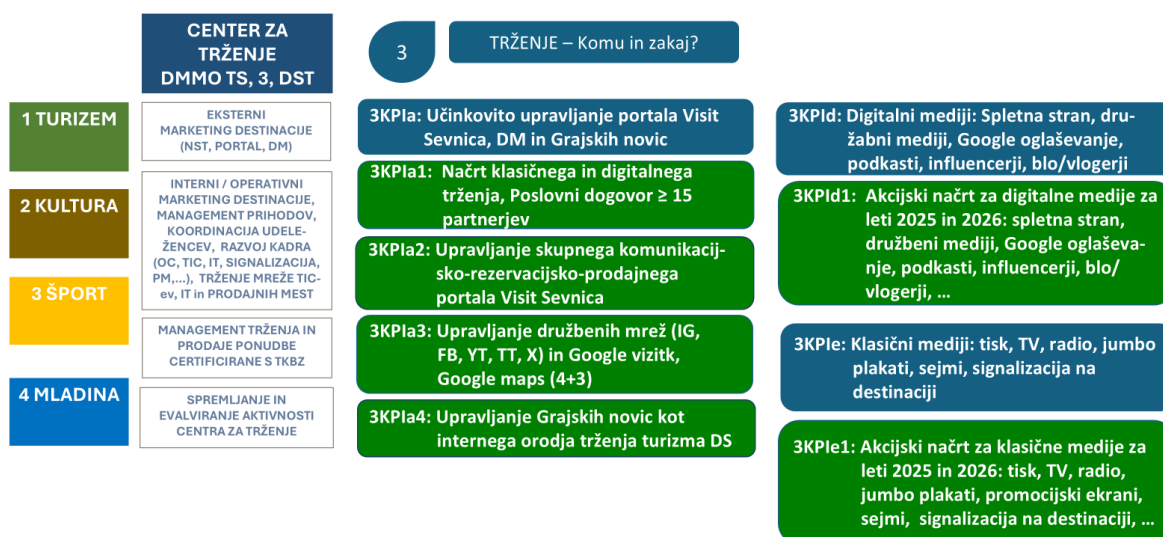


7.3 Center za trženje DMMO Turizem Sevnica

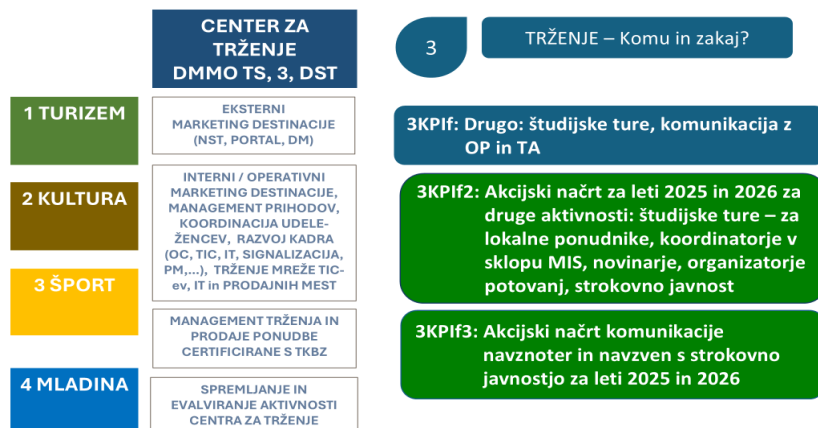
Slika 52: CENTER ZA TRŽENJE DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI UPRAVLJANJA: 1KPIc in 1KPIId



Slika 53: CENTER ZA TRŽENJE DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI TRŽENJA: 3KPIa in 3KPIId in 3KPIe

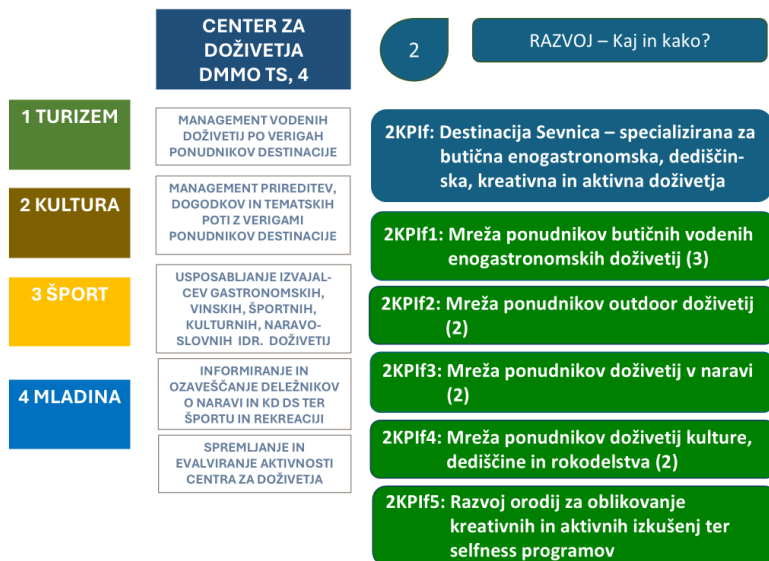


Slika 54: CENTER ZA TRŽENJE DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI TRŽENJA: 3KPIf

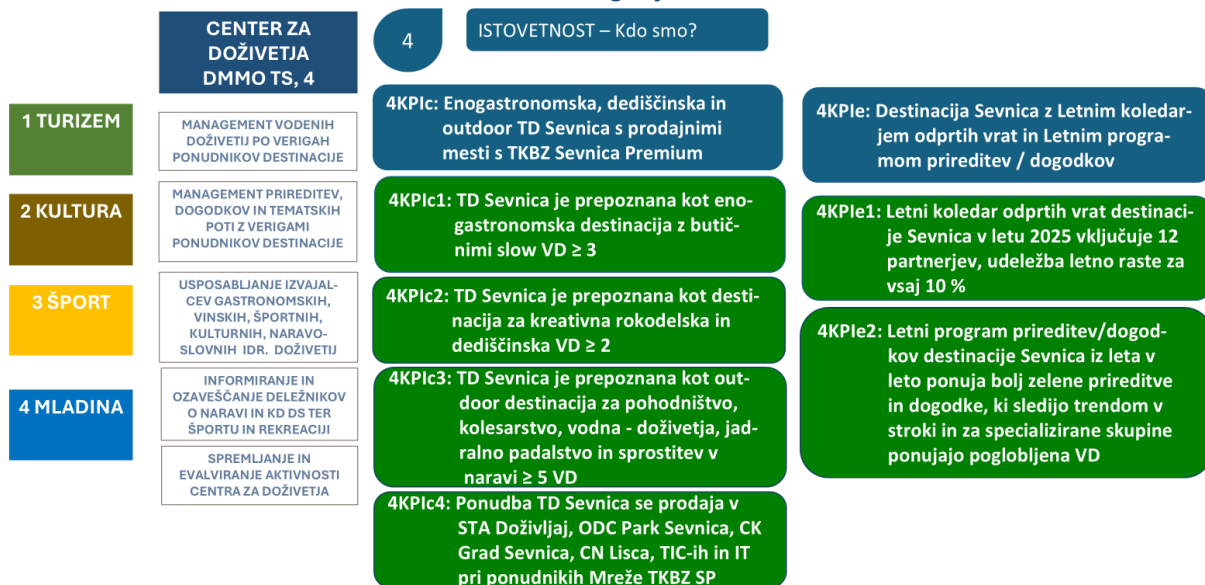


7.4 Center za doživetja DMMO Turizem Sevnica

Slika 55: CENTER ZA DOŽIVETJA DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI RAZVOJA: 2KPIf

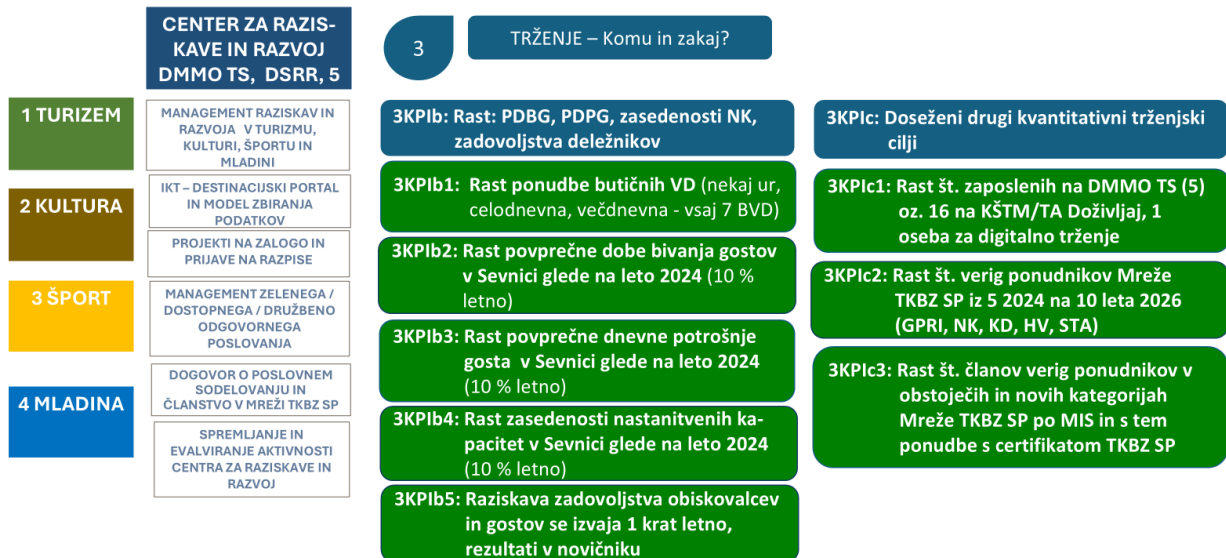


Slika 56: CD DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI ISTOVETNOSTI: 4KPIc in 4KPIe



7.5 Center za raziskave in razvoj DMMO Turizem Sevnica

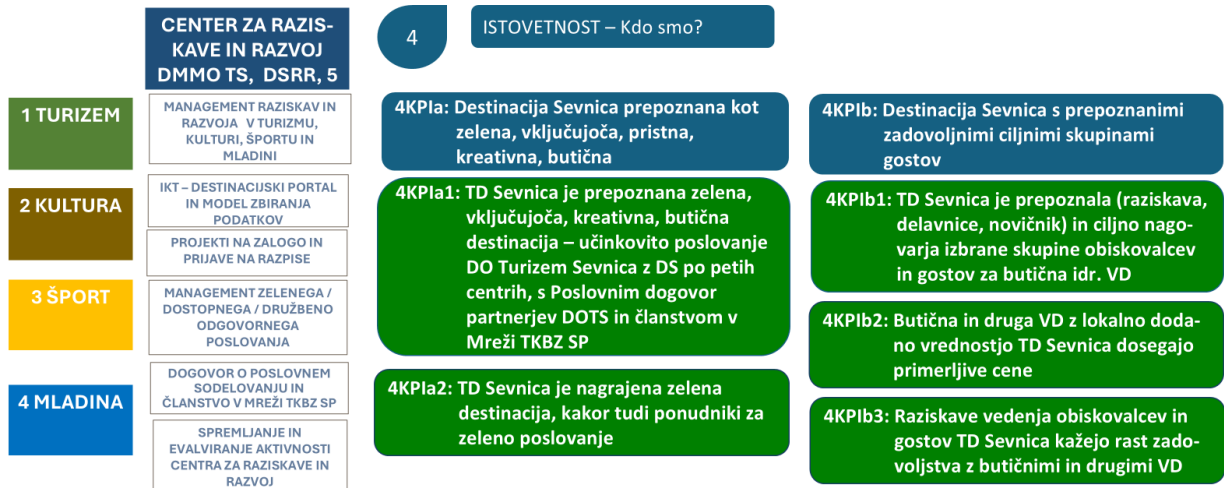
Slika 57: CRR DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI trženja: 3KPIb in 3KPIc



Slika 58: CRR DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI upravljanja: 1KPIe

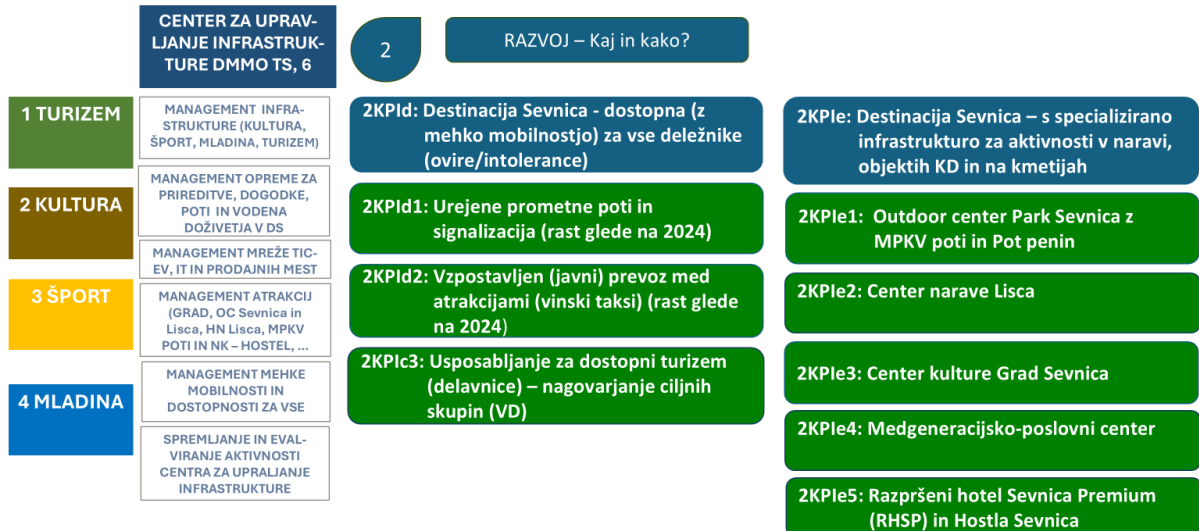


Slika 59: CRR DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI istovetnosti: 4KPIa in 4KPIb



7.6 Center za upravljanje turistične infrastrukture DMMO Turizem Sevnica

Slika 60: CUTI DMMO TS - aktivnosti za doseganje KPI istovetnosti: 2KPIId in 2KPIe



8 PRIORITETNE AKTIVNOSTI IN PREDVIDENI PROJEKTI OBČINE SEVNICA IN KŠTM SEVNICA ZA OBDOBJE 2025-2030

8.1 Prioritetne aktivnosti na območju destinacije Sevnica

Med prioritete aktivnosti turistične dejavnosti DMMO Turizem Sevnica za obdobje 2025-2030 se prišteva vzpostavitev oz. nadgradnja in učinkovito poslovanje:

- Mreže TKBZ Sevnica Premium, ki vključuje tudi Predstavitveno-prodajni center TKBZ Sevnica Premium
- STA Doživljaj in Portala VISIT SEVNICA ter družbenih mrež z učinkovito komunikacijo z javnostmi ter Modela vodenih butičnih doživetij ter gastronomskih idr. prireditev
- Hiše kulture Grad Sevnica s TIC-em in gostinskim lokalom
- Outdoor centra Park Sevnica z Mrežo pohodnih, kolesarskih in vodnih poti (PKV)
- Centra narave Lisca
- Razpršenega hotela Sevnica Premium (RHSP) s hostlom, glampom in Mrežo postajališč za avtodome (PZA) ter
- Modela trženja in prodaje certificirane ponudbe TKBZ Sevnica Premium

DMMO Turizem Sevnica bi skladno s strategijo razvoja turizma lahko v letu 2030 upravljala številne izjemne turistične privlačnosti in celovito tržila butično ponudbo destinacije Sevnica na destinaciji, na slovenskem in mednarodnih emitivnih trgih.

Slika 61: Poslovanje DMMO Turizem Sevnica bi v letu 2030 vključevalo naslednje IZJEMNE TURISTIČNE PRIVLAČNOSTI - objekte in aktivnosti



V nadaljevanju so podrobno predstavljeni možni načini poslovanja izjemnih turističnih privlačnosti destinacije Sevnica ter model trženja celovite butične ponudbe v projektnem obdobju.

Slika 62: MREŽA PONUDNIKOV TKBZ SEVNICA PREMIUM, ki je vzpostavljena po Modelu Izvorno slovensko

AKCIJSKI NAČRT
DMMO TURIZEM SEVNICA:
2025-2026, 2027-2028, 2029-2030



DMMO TURIZEM SEVNICA 2025-2026: - MREŽA TKBZ SEVNICA PREMIUM, NADGRADNJA



- Sistem usposabljanja/ svetovanja ponudnikom
- Sistem certificiranja ponudbe
- Sistem komuniciranja ponudbe TKBZ SP
- Prodaja certificirane ponudbe TKBZ SP – fizično, on-line
- Spremljanje prodaje - statistika

Slika 63: STA Doživljaj, Portal VISIT SEVNICA in družbene mreže za komunikacijo z javnostmi

AKCIJSKI NAČRT
DMMO TURIZEM SEVNICA:
2025-2026, 2027-2028, 2029-2030



DMMO TURIZEM SEVNICA 2025-2026: - STA DOŽIVLJAJ IN PORTAL VISIT SEVNICA, KOMUNIKACIJA ↑↓



Slika 64: HIŠA KULTURE GRAD SEVNICA s TIC-em in gostinskim lokalom

AKCIJSKI NAČRT
DMMO TURIZEM SEVNICA:
2025-2026, 2027-2028, 2029-2030



**DMMO TURIZEM SEVNICA 2025-2030:
- HIŠA KULTURE, TIC GRAD SEVNICA**

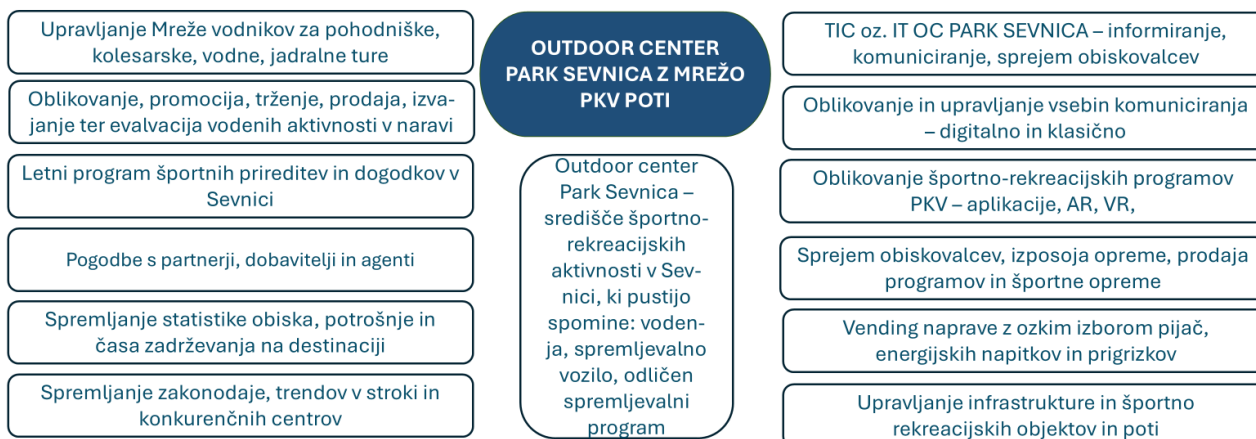


Slika 65: OUTDOOR CENTER PARK SEVNICA z Mrežo pohodnih, kolesarskih in vodnih poti (PKV)

AKCIJSKI NAČRT
DMMO TURIZEM SEVNICA:
2025-2026, 2027-2028, 2029-2030



**DMMO TURIZEM SEVNICA 2025-2030:
- OUTDOOR CENTER PARK SEVNICA Z MREŽO PKV POTI**

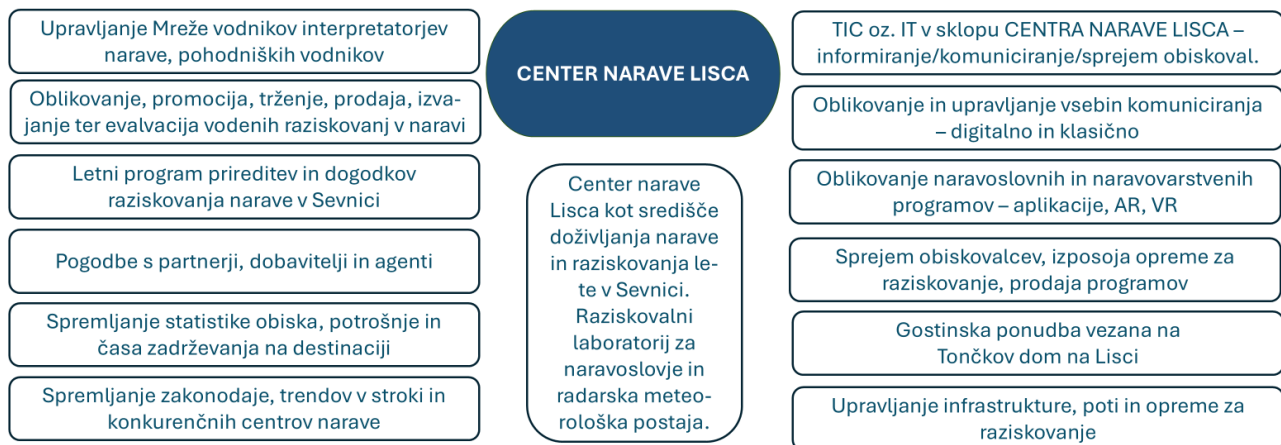


Slika 66: CENTER NARAVE LISCA

AKCIJSKI NAČRT
DMMO TURIZEM SEVNICA:
2025-2026, 2027-2028, 2029-2030



DMMO TURIZEM SEVNICA 2025-2030: - CENTER NARAVE LISCA



Slika 67: RAZPRŠENI HOTEL SEVNICA PREMIUM (RHSP)

AKCIJSKI NAČRT
DMMO TURIZEM SEVNICA:
2025-2026, 2027-2028, 2029-2030



DMMO TURIZEM SEVNICA 2025-2030: - RAZPRŠENI HOTEL SEVNICA PREMIUM, HOSTEL, GLAMP, PZA,...

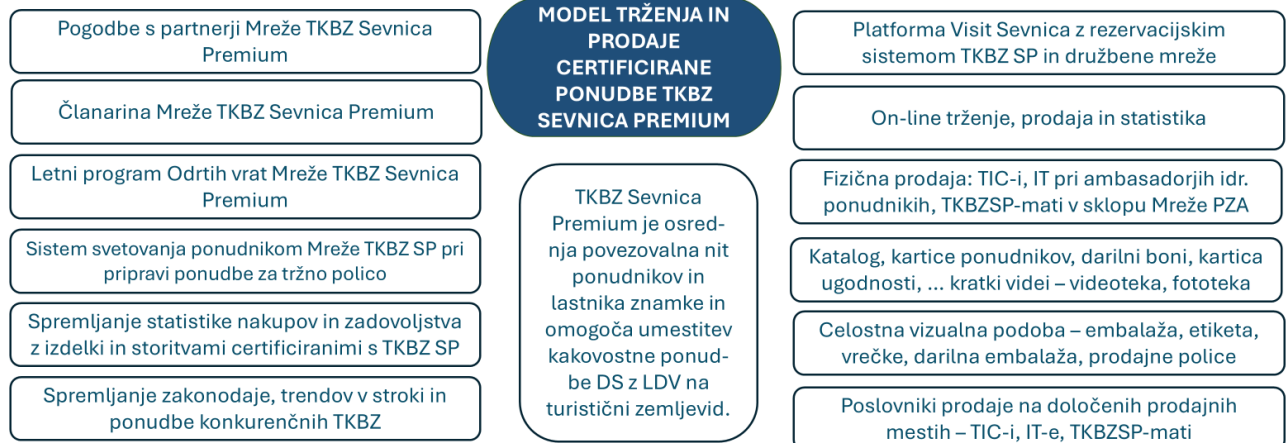


Slika 68: MODEL TRŽENJA IN PRODAJE certificirane ponudbe TKBZ Sevnica Premium

AKCIJSKI NAČRT
DMMO TURIZEM SEVNICA:
2025-2026, 2027-2028, 2029-2030



DMMO TURIZEM SEVNICA 2025-2030:
- TRŽENJE IN PRODAJA CERTIFICIRANE PONUDBE TKBZ SP



8.2 Predvideni projekti Občine Sevnica in KŠTM Sevnica

Občina Sevnica načrtuje v naslednjih letih številne projekte na področju turizma in z njim povezanimi dejavnostmi.

Tabela 1: Projekti Občine Sevnica na področju turizma v obdobju 2025-2030

Projekti	Izvedba	Opis
KOLESARSKA POVEZAVA D2-SEVNICA–	do 2029	Predmet projekta je izgradnja in dogradnja kolesarske infrastrukture v okviru državnega kolesarskega omrežja v občini Sevnica z namenom spodbujanja trajnostne (čez)regionalne mobilnosti in poveljivosti in izboljšanja navezave na urbana središča in vozlišča javnega potniškega prometa, ki spodbuja multimodalnost pri opravljanju dnevnih poti od izhodišča do cilja na trajnosten način. Namen je spodbujati spremembo potovalnih navad tako, da se vsaj del poti, ki se opravlja z osebnimi avtomobili preusmeri na kolo, električno kolo ali na večmodalnost (kolo/vlak ali avtobus).
ZELENE POVRŠINE MESTA SEVNICA	do 2029	Predmet projekta je ureditev in povezava zelene infrastrukture v občini Sevnica z namenom izboljšanja kakovosti in uporabnosti ter vzpostavitev nove zelene infrastrukture, javno dostopnih zelenih površin in naravnih struktur v občini Sevnica ter povezovanja že obstoječih zelenih območij v zaključeno celoto. Namen projekta Zelene površine mesta Sevnica je sledeče: Izboljšanje kakovosti in uporabnosti obstoječe ter vzpostavitev nove zelene infrastrukture, javno dostopnih zelenih površin in naravnih struktur v urbanih naseljih ter njihovo povezovanje tudi za zagotavljanje ekosistemskih storitev t.i. zelenih in modrih koridorjev. Ozelenjevanje grajenih površin v urbanih naseljih, kot na primer ozelenjevanje javnih odprtih prostorov, zelene strehe, zelene vertikalne površine idr. Ozaveščanje in vključevanje lokalnega prebivalstva v vzpostavljanje in izboljšanje zelene infrastrukture in zelenih površin ter aktivnosti za ozelenjevanje urbanih naselij.
NADGRADNJA ŽELEZNIŠKE POSTAJE SEVNICA		Investitor Ministrstvo za infrastrukturo, Občina Sevnica bo financirala spremljajoče ureditve
POSTAJALIŠČE ZA AVTODOME	do leta 2025	Izgradnja novega postajališča za avtodome v mestu Sevnica
ELEKTRIČNE POLNILNICE	do leta 2026	Izgradnja električnih polnilnic v starem mestnem jedru Sevnica
IZVEDBA PROJEKTA JEM LOKALNO, ŽIVIM GLOBALNO	do leta 2025	Občina Sevnica je skupaj s partnerji po objavi razpisa Ribiškega LAS Posavje 2021-2027 kandidirala za sredstva programa LEADER/CLLD iz Evropskega sklada za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo. Projekt "JEM LOKALNO, ŽIVIM GLOBALNO" se osredotoča na spodbujanje uporabe sladkovodnih rib in lokalno pridelane hrane v Posavju. Cilji vključujejo povečanje ozaveščenosti o prednostih lokalnih virov, promocijo trajnostnega turizma in mobilnosti ter krepitev lokalne ekonomije in povezovanja med lokalnimi akterji. S projektom želijo izboljšati kakovost prehrane, povečati privlačnost destinacije in spodbujati trajnostne prakse. Vodilni partner projekta je Občina Sevnica. Partnerji projekta so: AKVAL d.o.o., Domačija Repovž d.o.o., Društvo kmetič Sevnica in Društvo podeželskih žena Pod Gorjanci, Kostanjevica na Krki. V sklopu projekta bodo partnerji in vodilni partner izvedli naslednje aktivnosti ter kupili določeno opremo: Občina Sevnica (vodilni partner): Koordinacija in vodenje celotnega projekta; Nakup šotora, odra, miz s prti, stolov in 4 električnih koles za organizacijo dogodkov in trajnostno mobilnost; Organizacija 6 delavnic za pripravo ribjih jedi za osnovne šole in društva kmetič ter izvedba dogodkov na tržnicah; Promocija in obveščanje javnosti s pripravo člankov in digitalnih vsebin. AKVAL d.o.o.: Organizacija šestih ekskluzivnih degustacijskih dogodkov z ribjimi jedmi, združenimi z lokalnimi vini; Nakup 2 električnih koles, 1 električnega motornega vozila in 1 ledomata za trajnostno mobilnost in podporo dogodkom; Razvoj promocijskih materialov in video vsebin, ki predstavljajo zgodbo ribogojnice, pripravo jedi in povezavo z lokalnimi pridelovalci. Domačija Repovž d.o.o.: Prenova nastanitvenih kapacitet, ki vključuje gradbena dela, strojne in elektro inštalacije za namestitvene zmogljivosti; Uporaba prenovljenih nastanitvenih kapacitet za izboljšanje turistične ponudbe. Društvo kmetič Sevnica in Društvo podeželskih žena Pod Gorjanci, Kostanjevica na Krki: Organizacija 2 delavnic za starejše in 6 delavnic za osnovne šole, kjer bodo udeleženci spoznali pomen lokalnih surovin in pripravljali ribje jedi. Sodelovanje na sejmi in tržnicah za promocijo lokalnih ribjih izdelkov. Dodatno bodo za promocijske aktivnosti kupljeni računalnik, fotoaparat in USB ključki, s katerimi bodo pripravljene in distribuirane digitalne vsebine, kot so promocijski videi in recepti za lokalne ribje izdelke.
IZPOSOJA E-KOLES	2025 do 2030	Nadgradnja sistema izposoje električnih koles tudi izven mesta Sevnica
UREDITEV GRAJSKEGA POBOČJA	do 2030	Ureditev grajskega pobočja zajema ureditve Lutrovske kleti in njene okolice
BAZEN	do 2030	Ogrevanje bazena in pokritje bazena
SLOMŠKOV DOM	do 2027	Ureditev Slomškovega doma zajema ureditev konferenčne dvorane v starem mestnem jedru, razstavni prostori
ŠPORTNI PARK KRMELJ	do 2030	Športni park
TRIM STEZE, IGRALNE POVRŠINE IN IGRIŠČA	do 2030	Postavitev trim stez, igralnih površin za otroke, večnamenskih igrišč

KŠTM Sevnica načrtuje v naslednjih letih številne projekte na področju turizma.

Tabela 2: Projekti KŠTM Sevnica na področju turizma v obdobju 2025-2030

Projekti
Načrtuje se ponovno odprtje kavarne na Gradu Sevnica v sodelovanju s poslovnim partnerjem.
Projekt "Gozd je kultura": Tematska pot okoli sevnškega gradu, ki obiskovalcem omogoča spoznavanje biotske raznovrstnosti in kulturne dediščine območja. Jedro projekta je gozd in z gozdom povezane vsebine. Jedro tematske poti je pot z didaktično-doživljajskimi točkami, med katerimi se želi nadgraditi predvsem sodobno-tehnološko opremljen interpretacijski center v Lutrovski kleti, ki je ena od točk tematske poti. K razvoju, pripravi in izvedbi projekta so aktivno vabljeni oziroma vključeni Srednja šola Krško-Sevnica – program mizar, osnovne šole, vrtci, Zavod za gozdove in podjetja z območja občine Sevnica in Posavja, katerih proizvodnja vključuje les in surovine iz lesa.
Projekt "Lisička giba": »Lisička giba« je večletni, trajni in trajnostni projekt, ki spodbuja občane občine Sevnica k aktivnemu preživljanju prostega časa in k večji športni aktivnosti ter obiskovanju športnih, rekreativnih in športno-turističnih prireditev in dogodkov (tekme, pohodi, prireditve ...) Eden od vrhuncev letnega dogajanja je Športno-zabavni dogodek na bazenu Sevnica, ki vključuje tekmovanje ekip v zabavnih igrah v vodi. Drugi vrhunci večletnega projekta so: osrednja prireditve na Lisci ob slovenskem dnevu športa, Božičkov tek, Rožnati tek, Gorski tek na Lisco ...
Projekt VGC+: Delavnice in izobraževanja za izboljšanje medgeneracijskega sodelovanja različnih ciljnih skupin (mladostniki, migranti).
Projekt »Festival modre frankinje« - večdnevni kulinarčno-turistični festival z več dogodki in prireditvami.
Izdelava turistično-promocijskega filma za destinacijo Sevnica z več krajšimi dodatnimi produktnimi filmi.
Nadgradnja projekta »TRO Lisca« - Turistično-rekreacijsko območje Lisca; strateško-razvojni projekt iz leta 2007, v katerega so bili leta 2007 vključeni Občina Sevnica, Občina Laško, Planinsko društvo Lisca-Sevnica ter KŠTM Sevnica; na podlagi projekta TRO Lisca so bile izvedene vse aktivnosti na Lisci v obdobju 2008-2024; projekt bi bilo potrebno pregledati in nadgraditi v TRO Lisca 2.
Projekt »100 cerkva« - nadgradnja, digitalizacija in promocija projekta »100 cerkva«, katerega jedro je več kot 100 cerkva, vrhov hribov, gradov in posebnih točk na širšem območju občine Sevnica, ki so vključene v tri odseke poti in jih je možno prehoditi, prekolesariti ali kako drugače obiskati – primarno se spodbuja obisk vseh teh točk peš ali s kolesom, ker pa gre za 100 cerkva, več kot 10 gradov in ostankov gradov na območju med rekami Savo, Savinjo in Sotlo, je to večdnevni turistični produkt
»Zasavska planinska pot« - promocija sevnškega dela ter celotne Zasavske planinske poti, ki je druga najdaljša in druga najstarejša planinska pot v Sloveniji.
»Turistični minibus »Serbus-Sevbus« - turistični minibus za prevoz turistov in obiskovalcev na večjih prireditvah
Nova spletna stran Visit Sevnica.
Nadgradnja TKBZ Sevnica Premium po Modelu Izvorno slovensko, obstoječe in nove kategorije: RI, PŽI, JP, NK, GPRI, VD, HG, HV, STA, HO, KD, ITP – CN, CK, ODC, STA, PPC
Nova zaposlitev za digitalno trženje
Družbeno odgovoren delodajalec in ta projekt še nadgraditi.
Koordinacija Zelene sheme slovenskega turizma in povečati aktivnosti.
Skrb za prepoznavnost Sevnice: prisotnost na sejmi, razvoj promocijskega materiala.
Digitalizacija produktov in vsebin, ki jih ponujamo.
Razvoj dostopnosti na upravljanjih objektih: dvigana, klančine, zanke za slušno prizadete.
Sprememba upravljanja objektov v skladu z zakonskimi podlagami.
Povečati uspešnost pri pridobivanju prihodkov na trgu in iz razpisov.
Enovit sistem zaračunavanja storitev.
Razvoj nesnovne dediščine (vpis sevnške salame v register) in pridobitev geografskega porekla za ta produkt.
Prenova Grajskih novic.
Gradnja in izobraževanje kadrov.
Nadgradnja produktov (zanimivi za širšo množico, zero waste) in razširitev ponudbe (doživetja).
Digitalizacija in avtomatizacija na objektih (kartični dostop do bazena, digitalni vodiči, itd.)

9 ZAKLJUČEK OZ. POVZETEK DOKUMENTA

Destinacija Sevnica se je z Gradom Sevnica, Ajdovskim gradcem in Lisco kot privlačno razgledno točko, že pred več desetletji uvrstila na turistični zemljevid destinacij, ki ob zagotavljanju **kakovosti bivanja lokalnih prebivalcev pritegnejo obiskovalce in turiste** k občudovanju narave in kulturne dediščine ter pokušanju odličnih kulinarčnih dobrot (modra frankinja, sevniška salama, sevniška voščenska idr.) in gastronomskih doživetij. Turisti obiščejo območje na krajših izletih ali pa v območju preživijo **počitnice, se rekreirajo ali enostavno uživajo v neponovljivi naravi in lokalni kulinariki**.

Odločitev za **strateški razvoj in trženje turizma na območju destinacije Sevnica do leta 2030** zagotavlja **celovito in povezano ustvarjanje zgodb in nagovarjanje ciljnih skupin**, ki si jih na destinaciji želimo. Gre za goste, ki pričakujejo **poglobljene izkušnje** v krogu svojih bližnjih in so pripravljeni za butična doživetja nameniti svoj **prosti čas in denar**.

Postavljena vizija razvoja turizma, cilji in ukrepi iz prvega strateškega obdobja 2019-2024 so bili nadgrajeni in potrjeni s strani deležnikov za obdobje 2025-2030. Zagotovljeno je odprto in zaupanja vredno povezovanje partnerjev, kar lahko prinaša iskreno **zadovoljstvo vsem vpletenim deležnikom, zagotavlja večjo lokalno dodano vrednost** in s tem **konkurenčnost in dostopnost destinacije**.

VIZIJA razvoja in trženja turizma v destinaciji Sevnica

Slogan

Destinacija Sevnica – ZAKLADNICA DOŽIVETIJ

Vizija – krajša

Destinacija Sevnica je leta 2030

**BLIŽNJA ZELENA BUTIČNA DESTINACIJA ZA OBISKOVALCA,
KI IŠČE RAZNOLIKA IN AKTIVNA DOŽIVETJA, MIR,
VRHUNSKE ENOGASTRONOMSKE IZKUŠNJE
IN OSEBNE KORISTI.**

Vizija

Destinacija Sevnica leta 2030

**PRITEGNE IN PRESENETI KOT
CELOVITO POVEZANA, NA ZNANJU TEMELJEČA, DOSTOPNA, ZELENA,
SPECIALIZIRANA DESTINACIJA OB REKI SAVI,
Z BUTIČNO PONUDBO ZA DRUŽINE, PARE IN MANJŠE SKUPINE TER
VISOKO KAKOVOSTJO SONARAVNEGA BIVANJA DOMAČINOV,
KI GOSTIJO OBISKOVALCE OB UŽIVANJU V PESTRI ENOGASTRONOMSKI
PONUDBI LOKALNIH DOBROT, IZJEMNIH NARAVNIH DANOSTIH S POGLEDI
PO VINORODNI IN GOZDNATI KRAJINI,
PRIVLAČNIH REKREACIJSKIH AKTIVNOSTIH PO RAZGIBANEM TERENU,
POGLOBLJENIH DOŽIVETIJH KULTURNE DEDIŠČINE TER ODLIČNIH
PRIREDITVAH S PRIJAZNIMI DOMAČINI NA OBMOČJU POSAVJA.**

STRATEŠKI RAZVOJNI CILJI na področju turizma na območju občine Sevnica 2025 – 2030

- 1 Varovana narava, privlačna kulturna krajina in kulturna dediščina za nišna doživetja – interpretacija narave in kulturne dediščine v privlačni krajinski podobi.
- 2 Čisto, zdravo in prijetno bivalno okolje – kakovostne ekosistemske storitve, sonaravno kmetijstvo in zadovoljiva pridelava in predelava lokalnih živil in gradiv, mehka mobilnost in energetska učinkovitost, sonaravna gradnja – visoka kakovost bivanja.
- 3 **Kakovostna, zelena, dostopna in inovativna osnovna** (prometna, vodovod, kanalizacija, internetna dostopnost idr.) **in turistična infrastruktura** (objekti za prehrano, nastanitev, doživetja) **in superstruktura** (storitve v turističnih objektih, ki so plod človeškega dela) – **privlačna doživetja za domačine in turiste.**
- 4 **Celovito povezano območje z učinkovito DO TURIZEM SEVNICA s petimi centri in štirimi tematskimi področji, mrežo TIC-ev in TA Doživljaj - učinkovit sistem komuniciranja, trženja in prodaje ponudbe.**
- 5 Usposobljeni in povezani informatorji, tržniki, ponudniki, vodniki, interpretatorji in kustosi za kakovostna doživetja narave, KD, gospodarskih, športnih idr. doživetij – izjemne izkušnje za prepoznane ciljne skupine.
- 6 Vzpostavljene lokalne dobaviteljske verige in mreža prodajnih mest - kakovostna in vsebinsko usklajena ponudba destinacije Sevnica s TKBZ SEVNICA PREMIUM.
- 7 Učinkovite naložbe v ponudbo in promocijo turizma v destinaciji Sevnica – ponudba zelenih enogastronomskih butičnih doživetij.
- 8 Podjetniške priložnosti na področju turizma in na z njim povezanih dejavnostih - večja zaposlenost kadra, dvig standarda deležnikov, priseljevanje mladih družin in rast investicij.

STRATEŠKI TRŽENJSKI KVALITATIVNI CILJI na področju turizma na območju občine Sevnica 2025 – 2030

- 1 Destinacija Sevnica je prepoznana, učinkovito pozicionirana in tržena z unikatnimi vodenimi in samovodenimi doživetji v lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem okolju – DO Turizem Sevnica in TA Doživljaj.
- 2 Mreža povezanih ponudnikov v destinaciji Sevnica – zagotovljena in prepoznana visokokakovostna ponudba vodenih doživetij s certifikatom TKBZ SP.
- 3 Zgrajena destinacijska znamka SEVNICA SLOVENIA s ključno besedno zvezo VISIT SEVNICA – odlično interno in eksterno komuniciranje s sistemom vertikalnega strateškega trženja v regiji/Sloveniji/čezmejno.
- 4 Vzpostavljen sodoben sistem komuniciranja destinacije Sevnica z javnostmi – akcijski načrt trženja z vzpostavljenimi klasičnimi in digitalnimi orodji.
- 5 Upravljana teritorialna kolektivna blagovna znamka SEVNICA PREMIUM, vzpostavljena po modelu Izvorno slovensko, kot članica Mreže Izvorno slovensko - prepoznavnost celovite vizualne podobe certificiranih produktov destinacije Sevnica v Sloveniji.
- 6 Vzpostavljena ponudba privlačnih butičnih vodenih doživetij po meri ciljnih skupin gostov in izletnikov - VD obogatena s podporo UI.
- 7 Vzpostavljena Letni program destinacijskih prireditev in dogodkov kot Dnevi odprtih vrat ponudnikov.
- 8 Zagotovljena odličnost izkušenj - usposobljeni zaposleni za mreženje in trženje ponudbe v destinaciji Sevnica ter ponudniki za odlična doživetja.

STRATEŠKI TRŽENJSKI KVANTITATIVNI CILJI na področju turizma na območju občine Sevnica 2025 – 2030

- C1: Vsaj 6 zaposlenih na področju turizma oz. 17 na KŠTM in TA Doživljaj – DO Turizem Sevnica
- C2: Vsaj 8 vzpostavljenih verig povezanih ponudnikov v DS in 40 članov Mreže TKBZ SP
- C3: Vsaj 10 rokodelcev
- C4: Vsaj 10 kmetij in predelovalcev hrane
- C5: Vsaj 5 gostinskih prehrabnih ponudnikov
- C6: Vsaj 5 novih ponudnikov nastanitvenih kapacitet (30 novih ležišč)
- C7: Vsaj 3 kakovostne zelene prireditve na destinacijskem nivoju, ki pritegnejo 250 do 500 obiskovalcev
- C8: Vsaj 7 butičnih vodenih doživetij
- C9: Vsaj 1 Hiša gastronomije
- C10: Vsaj 3 Hiše vina
- C11: Vsaj 2 Delavnici odprtih vrat
- C12: Vsaj 1 Izjemna turistična privlačnost - atrakcija
- C13: Vsaj 15 ponudnikov povezanih v projekt Dnevi odprtih vrat DS (vinarji, kmetije, gostinci)
- C14: Vsaj 3 dni (2 nočitvi) bivanja turistov v DS (izhodišče leto 2024)
- C15: Vsaj 30 % rast števila prihodov in nočitev (izhodišče leto 2024)
- C16: Vsaj 30 % rast potrošnje gostov (ključ izračuna od leta 2024)
- C17: 30 % zasedenost nastanitvenih kapacitet v DS skozi vse leto (izhodišče leto 2024)
- C18: Vsaj 20 partnerjev povezanih v Poslovni dogovor

UKREPI na področjih razvoja in trženja turizma – na območju občine Sevnica 2025 – 2030



Uspeh je mogoč samo ob *iskrenem zaupanju deležnikov, dostopnosti destinacije za vse ciljne skupine, komuniciranju s sodobnimi trženjskimi orodji*, ki dosegajo *želene ciljne skupine gostov in usposobljenosti za hitro prilagajanje personalizirane ponudbe* izjemno zahtevnemu turističnemu trgu. Zato se vzpostavlja *partnerstvo z namenom učinkovitega razvoja in trženja ponudbe destinacije Sevnica skozi DMMO Turizem Sevnica*.

PARTNERSTVO Z NAMENOM vzpostavitve DMMO Turizem Sevnica



- 1 UPRAVLJANJE – Kako povezano?**
Celovito udejanjanje vizije destinacije Sevnica (Portal - DO Turizem Sevnica)
Skupni upravljaljski projekti za strateško vodenje destinacije Sevnica
- 2 RAZVOJ – Kaj in kako?**
Celovit razvoj ponudbe zelenih doživetij DS (CD), in upravljanje turistične infrastrukture DS (CUTI)
Skupni projekti za celovito medsektorsko povezovanje – raziskave, razvoj, izvajanje, spremljanje, evalvacija
- 3 TRŽENJE – Komu in zakaj?**
Digitalizacija in odgovorno osredotočeno trženje DS in njene certificirane ponudbe (CT)
Destinacijski (butični) produkti, prireditve in dogodki – skupno nastopanje na trgih/širitev sezone
- 4 ISTOVETNOST – Kdo smo?**
Celovito upravljanje kakovosti, lokalno dodane vrednosti prostora skozi DZ in TKBZ (CT, CK, CRR)
Ohranjanje in komuniciranje raznolikosti identitet prostora, ponudnikov in produktov

Uspešni smo lahko, ko predani partnerji posvojijo skupno zgodbo destinacije in so pripravljeni slediti **modelu štirih strateških aktivnosti**, in sicer: (i) *celovito upravljanje za udejanjanje vizije destinacije Sevnica*, (ii) *celovit razvoj ponudbe zelenih butičnih doživetij*, (iii) *digitalizacija in odgovorno osredotočeno trženje* ter (iv) *celovito upravljanje kakovosti in lokalno dodane vrednosti prostora skozi destinacijsko in teritorialno kolektivno blagovno znamko* ter **aktivni participaciji v šestih centrih z delovnimi skupinami**. Tako se z udejanjanjem ključnih kazalnikov uspešnosti strategije razvoja turizma udejanja slika prihodnosti destinacije Sevnica.

MODEL PARTNERSTVA za izvajanje Strategije razvoja turizma TD Sevnica

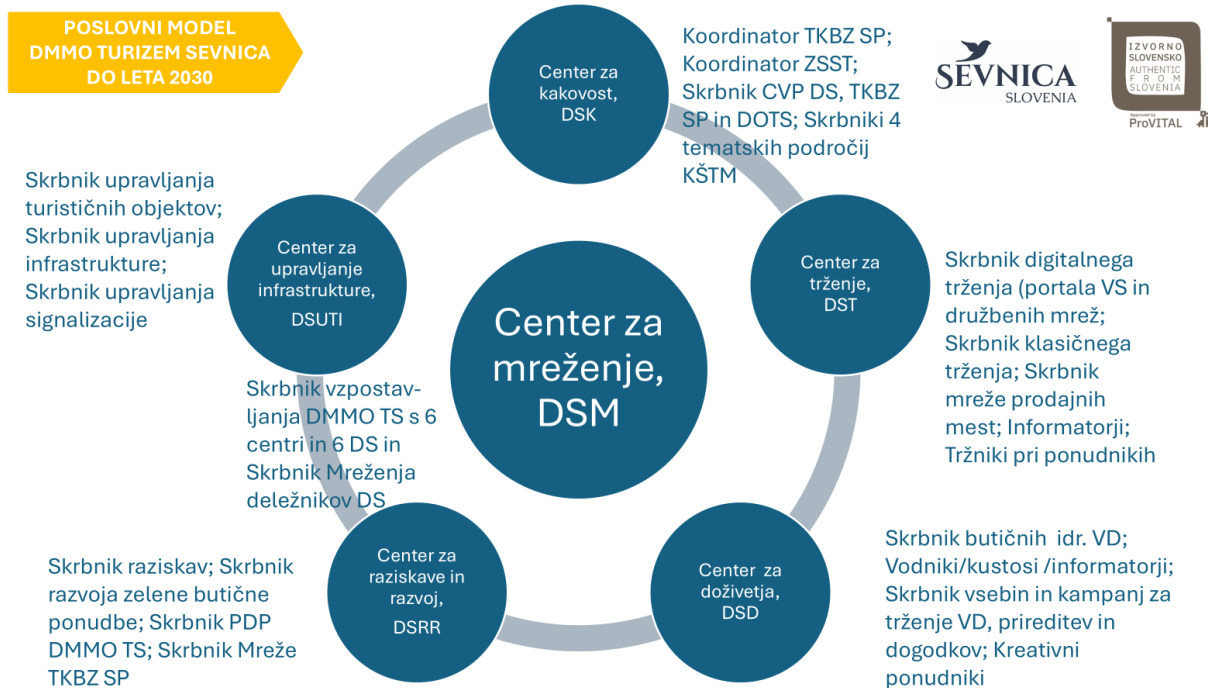
POSLOVNI MODEL DMMO TURIZEM SEVNICA DO LETA 2030	1	2	PARTNERSTVO SEVNICA SLOVENIA	3	4
	UPRAVLJANJE – Kako povezano?	RAZVOJ – Kaj in kako?	TRŽENJE – Komu in zakaj?	ISTOVETNOST – Kdo smo?	
	Celovito udejanjanje vizije DS (Portal – DMMO Turizem Sevnica)	Celovit razvoj ponudbe zelenih butičnih aktivnih doživetij v DS	Digitalizacija in odgovorno osredotočeno trženje DS/ponudbe	Celovito upravljanje kakovosti in LDV prostora skozi DZ in TKBZ	
	Cilj 1: Uspešno preobraziti občino Sevnica v destinacijo Sevnica, ki povezuje deležnike skozi usklajeno nosilno zmogljivost in povezano operativno zeleno in digitalno poslovanje	Cilj 2: Preseči manke in vzpostaviti sistem kakovosti, zelenega, odgovornega, celovito butičnega poslovanja DS z Mrežo v verige povezanih partnerjev, z orodji komuniciranja za pametne poslovne odločitve	Cilj 3: S celovito usklajenim digitalnim, družbeno odgovornim, kanaliziranim in dostopnim trženjem prepričati gosta k obisku zelene podeželske destinacije za aktiven odhiti in dobro počutje skozi vse leto in ga po njej usmerjati	Cilj 4: Ohranjanje, ponos, zaveza in komuniciranje raznolikosti identitet prostora in zelene certificirane ponudbe za butična aktivna doživetja in odhiti za dobro počutje domačinov in obiskovalcev skozi vse letne čase	
	1KPIa: Strateško vodena TD Sevnica 1KPIb: Kadrovske in finančni načrt celovitega upravljanja DMMO TS 1KPIc: Destinacijski portal Visit Sevnica, družbena omrežja, Grajske novice z uredniškim odborom 1KPId: Nadgradnja CVP z DZ/TKBZ z vertikalno znamčenja 1KPIe: Raziskave za učinkovito odločanje	2KPIa: Zelena TD Sevnica 2KPIb: Specializirana TD Sevnica 2KPIc: Kakovostna in kreativna TD Sevnica s TKBZ SP 2KPId: Dostopna TD Sevnica za vse deležnike 2KPIe: TD Sevnica s specializirano infrastrukturo za aktivnosti v naravi in objektih 2KPIf: TD Sevnica s specializirano butično ponudbo	3KPIa: Učinkovito strateško načrtovanje upravljanja portala, druž. omrežij in Grajskih novic 3KPIb: Rast kazalcev - PDBG, PDPG, zasedenost NK,... 3KPIc: Doseženi drugi kvantitativni cilji 3KPId: Upravljeni digitalni mediji 3KPIe: Upravljeni klasični mediji 3KPIf: Upravljanje druge oblike trženjskega komuniciranja	4KPIa: TD Sevnica prepoznana zelena, kreativna, butična 4KPIb: Ocena zadovoljstva obiskovalcev in gostov s ponudbo v DS 4KPIc: Mrežo prodajnih mest s TKBZ SP sestavljajo STA, HK, OC Sevnica, CN Lisca, TIC-i in IT ter Mreža ponudnikov 4KPId: V sklopu TKBZ SP se z AIS izvaja usposabljanja skladno z AN 4KPIe: Letni koledar odprtih vrat in prireditve vključuje vsaj 15 partnerjev	

Organizacijska oblika DMMO Turizem Sevnica za udejanjanje ključnih kazalnikov uspešnosti strategije razvoja turizma obdobje 2025-2030



Izvajanje Modela partnerstva zahteva vzpostavitev in aktivno delovanje **Delovnih skupin vseh šestih Centrov DMMO Turizem Sevnica** ter **prizadevanja ponudnikov in koordinatorja k razvoju privlačne butične ponudbe po meri prepoznanih ciljnih in nižnjih skupin turistov.**

Kadrovska zasedba šestih centrov DMMO Turizem Sevnica z aktivnimi člani delovnih skupin



Zgodbe turističnih programov lahko izhajajo iz ***naravnih, kulturnih in izgrajenih lokalnih posebnosti urbanega in ruralnega območja***, ki se jasno razlikujejo od ponudbe konkurenčnih destinacij.

Med ***prioritetne aktivnosti turistične dejavnosti DMMO Turizem Sevnica za obdobje 2025-2030*** se prišteva vzpostavitev oz. nadgradnja in učinkovito poslovanje:

- *Mreže TKBZ Sevnica Premium, ki vključuje tudi Predstavitveno-prodajni center TKBZ Sevnica Premium*
- *STA Doživljaj in Portala VISIT SEVNICA ter družbenih mrež z učinkovito komunikacijo z javnostmi ter Modela vodenih butičnih doživetij ter gastronomskih idr. prireditev*
- *Hiše kulture Grad Sevnica s TIC-em in gostinskim lokalom*
- *Outdoor centra Park Sevnica z Mrežo pohodnih, kolesarskih in vodnih poti (PKV)*
- *Centra narave Lisca*
- *Razpršenega hotela Sevnica Premium (RHSP) s hostlom, glampom in Mrežo postajališč za avtodome (PZA) ter*
- *Modela trženja in prodaje certificirane ponudbe TKBZ Sevnica Premium*

Le ***motivirani in visoko strokovno usposobljeni posamezniki lahko skozi sinergijo partnerskih odnosov in pristno interpretacijo*** nadgrajujejo izjemnosti narave in kulturne dediščine območja ter njenih pogojev na področju kmetijske pridelave in predelave. Tako zagotavljajo ***neponovljiva doživetja prepoznanim ciljnim nišnim skupinam, ki so prijazno povabljene k ponovnemu obisku***.

Povezani z združenimi sredstvi lahko dokažemo, da ***znamo in zmoremo udejanjiti vizijo, ki smo jo skupaj zasnovali – sliko prihodnosti destinacije Sevnica do leta 2030***.