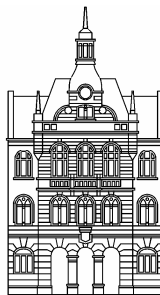


Mestna občina Novo mesto



Župan

Seidlova cesta 1
8000 Novo mesto
tel.: 07 / 39 39 244, faks: 07 / 39 39 269
e-pošta: mestna.obcina@novomesto.si
www.novomesto.si

Številka: 322-2/2009-1810
Datum: 16. 2. 2009

**OBČINSKI SVET
MESTNE OBČINE NOVO MESTO**

ZADEVA: Program dela in finančni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

Namen: Soglasje k programu dela zavoda

Pravna podlaga: - Statut Mestne občine Novo mesto-UPB-2 (Uradni list RS, št. 96/08)
- Odlok o ustanovitvi javnega gospodarskega zavoda za turizem Novo mesto (Uradni list RS, št. 70/2007 in 79/2007)

Poročevalec: Ivan Kuljaj, v.d. direktorja javnega gospodarskega zavoda za turizem Novo mesto

Obrazložitev: Na podlagi tretje alineje 9. člena Odloka o ustanovitvi javnega gospodarskega zavoda za turizem Novo mesto (Uradni list RS, št. 70/2007 in 79/2007) ustanovitelj daje soglasje k programom dela zavoda. Zavod je posredoval program dela in finančni načrt za leto 2009 po predhodni obravnavi in sprejemu na 9. seji upravnega odbora zavoda, ki je bila 13. 2. 2009.
Predlog programa dela je usklajen s predlogom proračuna Mestne občine Novo mesto za leto 2009.

Predlog sklepa:

Občinski svet Mestne občine Novo mesto poda soglasje k programu dela in finančnemu načrtu javnega zavoda za turizem Novo mesto za leto 2009.

ŽUPAN

Alojzij Muhič

PRILOGE:

- Program dela in finančni načrt zavoda za turizem Novo mesto za leto 2009

PREDLOG

PROGRAM DELA IN FINANČNI NAČRT 2009
ZAVODA ZA TURIZEM NOVO MESTO



December, 2008

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

1. UVOD	3
2. TRŽNO KOMUNICIRANJE - PROMOCIJA PONUDBE TURISTIČNE DESTINACIJE NOVO MESTO - DOLENJSKA	4
2. 1. ODNOSI Z JAVNOSTMI IN PUBLICITETA	5
2. 2. OGLAŠEVANJE	5
2. 3. POSPEŠEVANJE PRODAJE	6
2. 4. PRODUKCIJA PROMOCIJSKIH MATERIALOV	7
2. 5. SPLETNI PORTAL DOLENJSKA.NET	11
2. 6. IZDELAVA CELOSTNE GRAFIČNE PODOBE TURISTIČNE DESTINACIJE DOLENJSKA	13
3. RAZVOJNI PROJEKTI	14
4. TURISTIČNO INFORMACIJSKA IN PRODAJNA DEJAVNOST	17
5. PRIREDITVENA DEJAVNOST	18
6. OSTALE AKTIVNOSTI	19
6. 1. SOFINANCIRANJE PROGRAMOV TURISTIČNIH DRUŠTEV V MESTNI OBČINI NOVO MESTO	19
6. 2. POBUDE IN PREDLOGI	19
7. FINANČNI NAČRT ZAVODA ZA TURIZEM NOVO MESTO ZA LETO 2009.....	21
8. PRILOGE	22
8. 1. GRAFIČNI PRIKAZ FINANČNEGA NAČRTA.....	22
8. 2. PREDLOG CELOSTNE GRAFIČNE PODOBE	24

1. UVOD

Skladno s poslovnim načrtom Javnega gospodarskega zavoda za turizem Novo mesto (v nadaljevanju: zavod) 2007-2010, Odlokom u ustanovitvi Javnega gospodarskega zakona Novo mesto (Ur. l., 70/07 in popravek odloka 79/07) in Statuta Javnega gospodarskega zavoda za turizem Novo mesto predlagam Občinskemu svetu Mestne občine Novo mesto v potrditev plan dela s finančnim načrtom Zavoda za turizem Novo mesto za leto 2009.

V nadaljevanju so navedeni programi, projekti in druge aktivnosti, ki jih bo zavod ob predvidenih finančnih, kadrovskih in organizacijskih načrtih izvajal v naslednjem letu. Tudi v drugem letu delovanja zavoda bomo aktivnosti usmerili predvsem v utrjevanje obstoječih nalog in uvajanje novih programov in projektov za povečanja turističnega obiska ter povečane prepoznavnosti turistične destinacije **Dolenjska** z glavno blagovno znamko »**Cvetoči halštat Dolenjske**« in drugih turističnih produktov. S tem v zvezi se je zavod že povezal z Dolenjskim muzejem, s katerim bo najprej ustvaril bazo podatkov za segmentiran nastop na tržišču. Na tej podlagi bomo poskušali privabiti v Novo mesto čim večje število študentov, profesorjev in arheoloških raziskovalcev s številnih univerz po svetu. Tem bolj, ker je v minulem letu začel delovati hostel Situla, kar pomeni, da imamo v Novem mestu v tem pogledu tudi specializirane nastanitvene zmogljivosti.

Zavod bo še naprej z vsemi sredstvi spodbujal in pomagal, kolikor je to seveda v njegovi moči, zasebne investicije v turistične in gostinske zmogljivosti v občini in jih skušal povezati v celovite turistične blagovne znamke oziroma produkte. Pri tem mislimo na večjo promocijo že vzpostavljenih mestnih znamenitosti, ki jih je treba povezati z nujno izgradnjo osnovnih infrastrukturnih objektov za večji obisk reke Krke. Te objekte bi bilo lahko moč postaviti tudi o okviru projekta Mestni park Portovald, saj vse kaže, da je tu nujen pogoj za pridobitev evropskih sredstev.

Zavod je poleg tega stopil v stik z zasebnikoma, ki obnavljata manjšo barko za plovbo po reki Krki. Vse to naj bi, seveda ob številnih drugih prvinah, zaokrožilo turistično podobo Novega mesta kot regionalnega središča Dolenjske. V ta kontekst pa nujno sodi tudi postavitve Deželne vinoteke v atriju stavbe na Glavnem trgu 24, prenova stavbe na Glavnem trgu 30 (Gostišče) ter izostren posluš za komunalno in prometno ureditev mesta, še zlasti pa mestnega jedra.

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

Poleg tega bo zavod iniciral in razvijal posamezne blagovne znamke (zidanični turizem, praznik kolin, zaščita dolenske šunke itd.), s katerimi bomo skušali popestriti t.i. revitalizacijo podeželja, za kar je zavod že izdelal programe, s katerimi kandidira za pridobitev evropskih sredstev. Prav slednja nam omogočajo povečevanje lastnih prihodkov, kar je skladno z načrtano finančno projekcijo (2007-2010). Še več, zavod že v drugem letu poslovanja v tolikšni meri povečuje prihodke iz lastnih virov, da bo presegel omenjeno projekcijo.

Aktivnosti v letu 2009 bodo usmerjene zlasti v:

- promocijo območja preko izdelave in ponatisa promocijskega gradiva, vsebinsko bogatitev vzpostavljenе spletne strani dolenjska.net, izpeljavi študijskih obiskov, oglaševanje v medijih, predstavitve na sejnih, workshopih;
- izdelavo novih projektov, ki bodo pomenili dodatno vrednost z namenom utrjevanja opredeljene turistične destinacije, obogatitve in popestritve turistične ponudbe ter s tem povečanja prihodka iz naslova turistične dejavnosti;
- turistično informacijsko-prodajno dejavnost, ki predstavlja pomemben prvi stik turista s krajem v katerega prihaja;
- organizacijo in promocijo prireditve, ki privabljajo številne obiskovalce.
- organizacijo prireditve v okviru projekta »Veseli december« ter okrasitev in osvetlitev ožjega mestnega jedra.
- izvedbo razpisa za posamezne aktivnosti in prireditve in sredstva, za katera bodo kandidirala posamezna turistična društva

2. TRŽNO KOMUNICIRANJE - PROMOCIJA PONUDBE TURISTIČNE DESTINACIJE NOVO MESTO - DOLENJSKA

Tržno komuniciranje ima pomembno vlogo med turistično ponudbo in turističnim povpraševanjem in je ključni element pri graditvi prepoznavnosti turistične destinacije. Da bomo povečali prepoznavnost destinacije in njene turistične ponudbe, moramo čim več pozornosti in sredstev vložiti v promocijo. S tem bomo dosegli povečan obisk, ter posledično večji zaslužek.

2. 1. ODNOSI Z JAVNOSTMI IN PUBLICITETA

V zavodu bomo težili k temu, da bomo redno seznanjali in obveščali javnost, medije, strokovno turistično javnost, poslovno javnost in vse tiste referenčne javnosti, ki pomembno oblikujejo javno mnenje in prispevajo k pozitivni naravnosti ciljnih segmentov do zavoda. Obveščali bomo o novostih, uspehih, o prireditvah in dogodkih, ter ostalih aktivnostih s katerimi bi radi seznanili javnost. Ob vseh večjih dogodkih in drugih pomembnih aktivnostih bomo pripravili predstavitve in tiskovne konference za novinarje.

Najpogosteje bomo uporabljali orodja komuniciranja z mediji kot so: elektronska pošta, adreme novinarjev, osebni kontakti z novinarji, informacije za medije, avtorski prispevki, intervjuji, novinarske konference, materiali za medije, fotografski material, javni nastopi, izjave za medije, letna poročila, dnevi odprtih vrat, telefonski kontakti z novinarji in drugo.

2. 2. OGLAŠEVANJE

Oglaševanje je eno izmed petih glavnih orodij, ki jih podjetja tako v proizvodnji kot tudi v storitvenih dejavnostih uporabljajo za prenos sporočil, s katerimi prepričujejo kupce oziroma ciljno občinstvo. Če primerjamo z drugimi dejavnostmi tržnega komuniciranja, je oglaševanje najdražje predvsem zaradi zakupa medijskega prostora. Tudi stroški za izdelavo oglaševalskega sporočila v želenem formatu so relativno visoki. Je pa oglaševanje izvrstno orodje za doseg velikih ciljnih skupin in splošne javnosti. Zato je primerno orodje za korporativno oglaševanje, učvrstitev blagovne znamke in pospeševanje prodaje, kjer je to cenovno opravičljivo.

V promociji samega zavoda oglaševanje ne bo igralo pomembne vloge, zagotovo pa bo ključna komunikacijska aktivnost pri vzpostavljanju prepoznavnosti; blagovnih znamk, Novega mesta – Dolenjske kot atraktivne turistične destinacije, prireditvev, storitev Turistično informacijskega centra (trgovina s spominki, dejavnosti turistične agencije, izposoja koles ipd.).

Nekatere storitve, kot na primer delovanje trgovine s spominki, ki imajo pomemben ciljni segment tudi v lokalni skupnosti, se bodo oglaševale preko medijev, ki imajo izrazito lokalni oz. regionalni doseg, saj pospešujejo prodajo in dvigujejo

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

prepoznavnost o novi ponudbi. Nekateri drugi vidiki ponudbe (kot na primer organizacija prireditve Tedna cvička, in drugih pomembnih produktov) pa so širšega pomena, zato bomo oglasna sporočila segmentirano posredovali v javnost skozi strokovni tisk, turistične strani v dnevnem časopisju, radijskega oglaševanja in izjemoma (predvsem ob zanimivih oddajah ali TV dogodkih, ki so poslovnega ali turističnega značaja) tudi preko TV oglaševanja.

Najpogostejši instrument oglaševanja v zavodu bodo:

- tiskani in RTV oglasi / elektronsko oglaševanje,
- brošure in knjižice,
- letaki in zgibanke,
- video materiali.

Potrebna sredstva: 2.000,00 eur +ddv

2. 3. POSPEŠEVANJE PRODAJE

V zavodu bomo izvajali različne oblike pospeševanja prodaje (sejmi, borze, delavnice, strokovne ekskurzije, distribucija aktualnih programov, direktni marketing). Menimo, da študijska potovanja za organizatorje ter novinarje v veliki meri pripomorejo k promociji destinacije oz produkta, zato bomo poskušali čim večkrat v sodelovati s Slovensko turistično organizacijo pri izvedbi teh in tako na Dolenjsko pripeljati čim več novinarjev oz. organizatorjev potovanj. Na ta način bomo relativno poceni promovirali destinacijo tujih trgov. Ravno tako načrtujemo v sodelovanju s turističnim gospodarstvom na Dolenjskem izvesti študijsko turo za domače novinarje in organizatorje potovanj.

Za bolj učinkovito trženje destinacije bomo morali vzpostaviti poslovne odnose s turističnimi agencijami in organizatorji potovanj.

V Zavodu se bomo v mesecu januarju udeležili sejma Turizem in prosti čas, na katerem bomo poskušali navezati poslovne odnose z turističnimi agencijami in organizatorji potovanj, predvsem pa bomo pozornost usmerili, da privabimo na Dolenjsko čim več organiziranih skupin izletnikov in posameznikov.

Glede na relativno visoke stroške, ki nastanejo pri nastopih na sejmih v tujini bomo poskušali na tem področju intenzivirati sodelovanje s podjetjem Terme Krka d.o.o., ki

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

se udeležujejo številnih sejmov, sicer predvsem v sodelovanju s STO, na nekaterih pa nastopajo tudi samostojno. Tu vidimo priložnost, da nastopamo z našimi promocijskimi materiali in tako vršimo promocijo na tujih trgih.

Če bodo sredstva zagotovljena za pripravo promocijskih brošur, tako kot smo si zadali, (glej rubriko produkcija promocijskih materialov) se bomo v jeseni udeležili Slovenske turistične borze – SIW, ki je postala obvezen turistični dogodek v Sloveniji, na katerem se slovenska turistična ponudba srečuje s povpraševanjem organizatorjev potovanj z vsega sveta. S produkcijo brošur je ravno tako pogojen samostojen, oz. v sodelovanju s STO, nastop na sejmu v tujini. V primeru, da bomo zagotovili ustrezne materiale, bi se lahko in udeležili kakšnega večjega sejma (London- november, Dunaj november) tudi v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo.

V poletnih mesecih (junij, julij, avgust), ko Ljubljano obišejo številni turisti bi postavili na frekventno lokacijo premično stojnico, na kateri bi informator turiste seznanjal s turistično ponudbo Dolenjske in vabil turiste, da nas obišejo. Za potrebe te akcije bi bilo smiselno oblikovati letak v smislu povabila na Dolenjsko in konkretnimi informacijami o prometnih povezavah med Ljubljano in Novim mestom ter drugimi turističnimi informacijami.

Priložnost za prisotnost na tujih trgih vidimo tudi v povezavi z »pobratenimi« mest. V sodelovanju z MONM bomo podali pobudo za sodelovanje na področju informiranja oz. izmenjavi promocijskih gradiv in prisotnost teh v turističnih informacijskih centrih pobratenih mest. Tako bodo prišli do turističnih informacij lokalni prebivalci kot tudi turisti, ki obišejo posamezno mesto.

Potrebna sredstva: 5.000 eur + ddv

2. 4. PRODUKCIJA PROMOCIJSKIH MATERIALOV

Promocijsko - informativni material je podporno orodje tržnega komuniciranja brez katerega si težko predstavljamo trženje turistične destinacije.

Cilji promocije

- Povečati prepoznavnost turistične destinacije Novo mesto – Dolenjska.
- Kakovostno izvajati promocijske aktivnosti na izbranih tržnih segmentih, ki so ključni in perspektivni za našo destinacijo.
- Povečati povpraševanje tujih in domačih gostov s pospeševanjem razvoja obstoječih kot novih integralnih turističnih proizvodov.
- Iskanje novih partnerskih aktivnosti.
- Povečati število partnerjev pri skupnem trženju.
- Oblikovati nove atraktivne turistične produkte.

Za kvalitetno in učinkovito delo na področju promocije bo med drugim moral zavod razpolagati z brošurami, ki bodo celovito predstavljale ponudbo Novega mesta in Dolenjske. Brošure bodo morale biti prevedene v tuje jezike in sicer v angleški jezik, nemški jezik in italijanski jezik. Natisnjene pa v zadostnih količinah. Brez takšnih promocijskih materialov je vprašljiva učinkovitost na sejnih v tujini saj obiskovalci sejmov na naših ključnih trgih v Italiji, Nemčiji, Avstriji, pričakujejo promocijske materiale v jezikih držav, iz katerih prihajajo. Seveda pa je potreba po zadostnih in prevedenih promocijskih materialih tudi v turistično informacijskem centru.

Da bi zadostili potrebam po promocijskih materialih, bomo v letošnjem letu naredili pet ponatisov promocijskih materialov. Nekateri od teh so potrebni tudi vsebinskih popravkov oz. dopolnitev. Načrtujemo pa tudi izdajo treh novih promocijskih brošur z ustreznimi prevodi.

A. Ponatis promocijskih materialov

1. Brošura »Novo mesto - mestno jedro«, v štirih jezikovnih različicah (slo, ital, ang, nem).
 - Slo verzija, naklada 6000, cena 0,255/kos
cena: = **1.530 eur + ddv**
 - Ital verzija, naklada 6000, cena 0,255/kos
cena = **1.530 eur + ddv**
 - Nem verzija, naklada 6000, cena 0,255/kos
cena = **1.530 eur + ddv**
 - Ang verzija, naklada 6000, cena 0,255/kos

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

cena = **1.530 eur + ddv**

2. Predstavitveni katalog »Novo mesto« (A4 format) v slovenski in angleški različici.

- Slo verzija, naklada 5000 kos po posamezni jezikovni variaciji,

cena = **5.000 eur + ddv**

- Ang verzija, naklada 5000 kos po posamezni jezikovni variaciji,

cena = **5.000 eur + ddv**

3. Blok karta Novega mesta

- Naklada 10.000 kos

cena = **2.000 eur + ddv**

4. Brošura »Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine« (slo, ital, nem in ang jezik)

- slo verzija, naklada 5.000 kos po posamezni jezikovni variaciji

cena = 0,2158 eur + ddv/kos = **1.079 eur + ddv**

- ang verzija, naklada 5.000 kos po posamezni jezikovni variaciji

cena = 0,2158 eur + ddv/kos = **1.079 eur + ddv**

- nem verzija, naklada 5.000 kos po posamezni jezikovni variaciji

cena = 0,2158 eur + ddv/kos = **1.079 eur + ddv**

- ita verzija, naklada 5.000 kos po posamezni jezikovni variaciji

cena = 0,2158 eur + ddv/kos = **1.079 eur + ddv**

- Strošek posodobitve brošure »Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine« za vse jezikovne različice (teksti, prevodi, fotografije)

cena = **2.000 eur + ddv**

5. Brošura »Izleti po Poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine« (slo, ang, in nem jezik)

- Slo verzija, naklada: 4000 kosov po posamezni jezikovni variaciji

cena=0,2643eur +ddv =**1.057 eur + ddv**

- Ang verzija, naklada: 4000 kosov po posamezni jezikovni variaciji

cena =0,2643eur +ddv =**1.057 eur + ddv**

- Nem verzija, naklada: 4000 kosov po posamezni jezikovni variaciji

cena =0,2643eur +ddv =**1.057 eur + ddv**

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

- Strošek posodobitve za vse jezikovne različice (teksti, prevodi, fotografije):

cena = **1.000 eur + ddv**

V nekaterih segmentih, kot so kolesarske poti, po katerih je vedno večje povpraševanje, kljub nekaterim izdajam v preteklosti še vedno ne razpolagamo s primernimi materiali, ravno tako nimamo celovite informacije na tiskani ediciji o gostinskih in prenočitvenih ponudnikih na Dolenjskem, zato načrtujemo v letošnjem letu izdelati kvaliteten promocijski material slednjih dveh segmentov. Pri kolesarskih poteh gre za kompleksnejši projekt in je tiskovina le del projekta.

B. Novi tiskani promocijski materiali:

1. Predstavitveni katalog Novo mesto (A4 format) v nemški in italijanski različici:

- Nemška verzija, naklada 5000 kos

cena = **6.000 eur + ddv**

- Italijanska verzija, naklada 5000 kos

cena = **6.000 eur + ddv**

2. Zloženska gostinskih in prenočitvenih ponudnikov na Dolenjskem:

- Naklada 2000 kos

cena = **2.000 eur + ddv**

3. Karta kolesarskih poti (tiskana edicija):

- Naklada 5000 kos

cena = **7.000 eur + ddv**

C. Izdelava drugih promocijskih materialov (v skladu s celostno grafično podobo):

1. vložne mape:

količina: 1000 map

cena = 0,625 eur + DDV = **625 eur + ddv**

2. tisk poslovnih vizitk:

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

format 8,5 x 5,5,

količina: 5x 400 kos

cena = **220 eur + ddv**

3. majice:

količina: 400 kos

cena = **1200 eur + ddv**

4. kape:

količina: 300

cena = **750 eur + ddv**

5. izdelava plakata:

količina: 100 kos

cena = **2.000 eur + ddv**

6. vrečke:

količina: 2000 kos

cena = **600 eur +ddv**

7. izdelava transparentov (pingvini) za sejemske in druge predstavitve:

cena = **500 eur +ddv**

2. 5. SPLETNI PORTAL DOLENJSKA.NET

Zavedamo se, da je predvsem kakovostna spletna stran učinkovito tržno orodje in konkurenčna prednost ter ogledalo uspešnosti podjetja. Izdelava kakovostne spletne strani ni strošek, temveč je investicija v prihodnost zavoda.

Ker se zavedamo, da sta za spletno stran poleg dobrega sodobnega spletnega oblikovanja, profesionalnega spletnega programiranja, pomembna tudi prilagojena vsebina in teksti za spletno stran bomo v zavodu namenili pozornost in sredstva tudi v ta namen. Z optimizacijo spletne strani bomo dosegli, da bo spletna stran uvrščena visoko v spletnih iskalnikih (Google, Yahoo, Najdi.si). Za spletno stran dolenjska.net

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

v preteklem letu nismo mogli nameniti izdatnih zato ima trenutno kar nekaj pomanjkljivosti, ki pa bi se z optimizacijo odpravile in naredile stran učinkovito.

Z optimizacijo spletnega portala bomo pridobili:

- Povečanje obiska strani – poveča število obiskovalcev, ki aktivno iščejo naše storitve ali izdelke.
- Promocija blagovne znamke – optimizacija strani poveča vidnost in prepoznavnost naše blagovne znamke po celem svetu.
- Povečanje vračila investicije – optimizacija spletne strani nam zagotavlja večjo vračilo investicije kot katerakoli druga oblika marketinga.
- Povečanje prodaje – s pomočjo optimizacije lahko povečamo obseg prodaje.
- Dolgoročni učinki – dobro zasnovana in kvalitetno optimizirana spletna stran nam v primerjavi z oglaševanjem na klik dolgoročno zagotavlja visok položaj na iskalnikih.

Potrebna sredstva:

- Optimizacija besedil – 96 člankov po 1500 znakov s presledki = **2.880 eur + ddv**
- Pisanje novih besedil – 24 člankov po 1500 znakov s presledki = **1.080 eur + ddv**
- Vpis v iskalnike – enkratno = **150 eur + ddv**
- Vpis v imenike – enkratno = **300 eur + ddv**
- Priprava navodil za tehnično optimizacijo spletnega mesta – enkratno = **500 eur +ddv**
- Analiza ključnih besed = **400 eur + ddv**

Skupaj potrebna sredstva : 5.310 eur + ddv

Ostale potrebne investicije v portal:

- Za potrebe spletnega portala je potrebno izdelati interaktiven zemljevid.
- Pridobiti kvalitetne tekste, fotografije.
- Izdelava angleške različice portala dolenjska.net.
- Mesečni strošek vzdrževanja.

Potrebna sredstva: 5.000 eur +ddv

Poleg vzdrževanja in upravljanja s portalom dolenjska.net bomo vzdrževali vsebine še na spletnih straneh kjer smo skrbniki vsebin.

- www.slovenia.info
- www.novomesto.si
- www.slovenia-heritage.net
- vzdrževanje vsebin na infomatu

2. 6. IZDELAVA CELOSTNE GRAFIČNE PODOBE TURISTIČNE DESTINACIJE DOLENJSKA

S celostno grafično podobo destinacije DOLENJSKA kaže zavod svojo ambicijo povezovalca širših interesov in produktov, ki bo v isti sapi zagotavljala našemu zavodu prepoznavnost in originalnost, za kar bomo morali seveda izvesti tudi primerno promocijo. Vsi elementi se bodo odražali v aplikacijah, kot je dopisni papir, vizitka, pisemska ovojnica, vložna mapa, vrečka, pisala, majica, kapa ... (glej. prilogo).

Potrebna sredstva za izdelavo CGP-ja: 2.000 eur +ddv

Tisk pisarniškega in drugega materiala v skladu s CGP:

- ovojnice:
standardne amerikanke, količina 2000 ovojnic= 0,065 eur + ddv=**130 eur + ddv**,
ovojnica A5, količina: 1000 ovojnic= 0,155 eur + ddv =**155 eur +ddv**,
ovojnica A4, količina: 1000 ovojnic = 0,31 eur +ddv =**310 + ddv**,
- dopisni papir
količina 1000=0,20 eur +ddv =**200 eur +ddv**.

3. RAZVOJNI PROJEKTI

Nadaljevali bomo z razvojem. V minulem letu smo v sodelovanju s partnerji izdelali dva projekta s katerima kandidiramo na EU sredstva.

1. Leader +:

Skupaj s partnerjem in z zunanjimi izvajalci kandidiramo na omenjena sredstva za izvedbo projekta z naslovom **Praznik dneva kolin na Dolenjskem in v Beli krajini**. S projektom bomo v celoti opredelili dogajanje, posebnosti in izvirnost v pripravi posameznih izdelkov. V pripravi posameznih izdelkov znotraj pojma koline bomo opredelili pojem krvavic, pečenic, mesenk, tlačenske in ostalih izdelkov. Pri kosih bomo opredelili namensko rabo in tradicionalno poimenovanje. Pri posameznih izdelkih bomo opredelili kulinarčno izhodišče glede na rabo vseh delov prašiča. Koline kot etnološki pojav in kulturni pojav bomo raziskali v smislu postavitve in zakonske ureditve dnevov kolin na dolenjskih in belokranjskih kmetijah (izhodišče so osmice).

Na prireditvi »Praznik dneva kolin« bomo predstavili posamezne izdelke, opravili ocenjevanje teh, organizirali degustacijo in razstavo ter pripravili osnovno poročilo za vse udeležence. Promocijo bomo izvedli na TV Vaš kanal, Dolenjskem listu in na eni od radijskih postaj ter izdelali bomo internetno stran. Celotna vrednost projekta je ocenjena na 82.458,60 eur od tega mora zavod zagotoviti **16.491,70 eur**.

Info mreža za podeželje Dolenjske in Bele krajine

Razvojni center Novo mesto je pripravil projekt povezovanja turistične informacijske mreže na območju Dolenjske in Bele krajine. Zavod za turizem je udeležen v projektu kot partner, tako da za posodobitev in ureditev infomreže nabavi infomat s pripadajočo opremo v vrednosti 7.500,00 EUR brez DDV. Znesek moramo zagotoviti sami s tem, da bomo dobili povrnjeno iz naslova sofinanciranja LEADER programa 50 % sredstev.

2. IPA projekt Turizem online (TooL+):

Skupaj s še štirimi partnerji na slovenski in hrvaški strani smo se prijavi na Program čezmejnega sodelovanja Slovenija-Hrvaška 2007-2013. Cilj projekta je izobraziti in povezati turistične in ostale ponudnike na podeželju z obeh strani meje. Celotna vrednost projekta je ocenjena na 472.689,92 eur. Zavod za turizem kot partner v projektu v letu 2009 zagotavlja **859,89 eur**, oziroma pet odstotkov od 16.338,08 eur. Ostalo pa v letu 2010.

3. Investicije v turistično infrastrukturo v Mestni občini Novo mesto v letu 2009

Zavod je za nujno izvedbo investicij v infrastrukturne objekte na reki Krki predvidel sredstva v višini 32.000, 00 eur. Ta denar ni planiran v finančnem načrtu zavodu, temveč je bil mišljen kot investicija MO NM. To smo predlagali tudi v fazi oblikovanja predloga proračuna MO NM 2009, vendar iz znanih razlogov (finančna stiska) predlog ni bil upoštevan. Kljub temu vidimo možnost njegove realizacije v projektu Mestni park Portovald, tem bolj ker je vse bolj na dlani, da bo projekt zelo težko zapreti za kandidaturo za evropska sredstva brez turističnih vsebin. S tem v zvezi predlagamo občinskemu svetu, da tudi podrobno prouči in spremeni relevantne občinske odloke, kar predlagamo v nadaljevanju tega plana.

Pomemben je projekt postavitvev pristanišč, privezov, čolnarn na reki Krki po Odloku o določitvi plovnega režima na reki Krki (Uradni list RS, št. 75/06):

- na lokaciji Pugljeva ulica (parc. št. 1796, k.o. Novo mesto) na levem bregu reke Krke in
- na lokaciji Portovald (parc. št. 1383/7, k.o. Šmihel) na desnem bregu reke Krke ter
- na lokaciji pod Kandijskim mostom na levem bregu reke Krke (parc. št. 1808, 1810-del, 1640 in 1642-del.
- na lokaciji v Irči vasi (parc. št. 1336/2 in 1342/1, k.o. Šmihel).

Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije, Območna enota Novo mesto, je že podal kulturno varstvene pogoje za postavitvev in ureditev prostora pod Kandijskim mostom. Na podlagi teh pogojev predlagamo, da se v proračun Mestne občine Novo

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

mesto za leto 2009 umesti ureditev predvidenih lokacij kot javna infrastruktura na reki Krki, katero bi občina morala urediti že po odloku do leta 2009.

Glede na navedeno Zavod za turizem Novo mesto predlaga Mestni občini Novo mesto, da zagotovi zadostna finančna sredstva v višini **32.000 eur** v proračunu občine za leto 2009 za:

- Ureditev pristanišča s privezi za čolne, pristanom za splav in s nadstreškom dimenzije 8x4 m v leseni izvedbi na Pugljevi ulici. Za omenjeno investicijo je potrebno zagotoviti približno **10.000,00 eur**.
- Ureditev pristana na lokaciji Portovald je ocenjena vrednost investicije v višini **3.000 eur**.
- Ureditev pristana in priveza za čolne s ureditvijo prostora pod Kandijskim mostom je potrebno zagotoviti **13.000 eur**.
- Za ureditev pristana in čolnarne na lokaciji v Irči vasi je potrebno zagotoviti **6.000 eur**.

Urejanje ostale turistične infrastrukture v Novem mestu v povezavi z reko Krko:

Na podlagi povpraševanja turistov v Turistično informacijskem centru je potrebno urediti primeren prostor za avtodome z vso komunalno infrastrukturo, primerno rečno kopališče na reki Krki, vse v okviru ureditvenega načrta Portovald ter prostor za kamp. To je spet potencialna vsebina omenjenega projekta Mestni park Portovald in hkrati sestavni del programa za kandidiranje na evropska sredstva, ki jih je v ta namen moč pridobiti v višini 70%.

Čedalje več prihajajo na reko Krko ribiči tudi iz tujine, zato predlagamo, da se uredi primeren komunalno opremljen prostor za njihove potrebe v Irči vasi na parc. št. 1336/2, k.o. Šmihel ter postaviti določeno število manjših lesenih ribiških hišk za prenočevanje ribičev. V ta namen predlagamo, da se izdelajo projektna dokumentacija ter na podlagi dokumenta tudi uredi ribiško naselje. Za predlagano izdelavo dokumentacije in izvedbo investicij pa bi bilo nujno potrebno zagotoviti vsaj uvrstitev proračunske postavke za izdelavo dokumentacije in delno fazno izvedbo investicije v višini **20.000 eur**.

Vse predlagane lokacije so v lasti Mestne občine, tako da bi investicije bile v javnem interesu in dostopne vsem občanom in tudi turistom in bi jih bilo potrebno uvrstiti v proračun Mestne občine Novo mesto za leto 2009. Če pa se to ne bo zgodilo, potem je nujno, da se te investicije predvidijo v okviru projekta Mestni park Portovald.

4. TURISTIČNO INFORMACIJSKA IN PRODAJNA DEJAVNOST

V Turistično informacijskem centru bomo še naprej **opravljali osnovno informacijsko dejavnost**. V drugi polovici preteklega leta je center obiskalo 1.800 turistov, od tega je bilo 1.333 tujih kar predstavlja 74 % vseh obiskov. Tako velik obisk je vsekakor posledica izjemno dobre lokacije centra in prilagojenega poletno - zimskega delovnega časa. V poletnem času je TIC odprt ob nedeljah, s čimer so upoštevane tudi pripombe občinskega sveta. Povečanje obiska beležimo v poletnih mesecih. Obiskanost centra je preko meseca enakomerno porazdeljena vse dni v tednu.

V centru se je zmanjšalo število telefonskih klicev, posledično se je povečalo povpraševanje preko elektronske pošte. Obiskovalci se vedno bolj poslužujejo spletnih strani, kjer ob vsakem času dobijo skoraj vse informacije. Izjema so le nekateri starejši ljudje, ki niso večji iskanja po spletu. Poseben poudarek bomo zato namenili spletnemu komuniciranju in spletnemu portalu.

V preteklem letu smo **pričeli s prodajno dejavnostjo**, in sicer s prodajo izdelkov domače in umetnostne obrti novomeške keramičarke in čebelarke Andreje Stankovič in Boruta Šprajcerja ter steklenih izdelkov akademskega grafika Bojana Klančarja, ki imajo nalepko Novomeški spominek. Poleg uporabnih in umetniških keramičnih in steklenih izdelkov prodajamo še razglednice, majice in turistične vodnike ter nekaj drugih publikacij. Najbolj prodajani izdelki so majice in razglednice, v decembru je bilo največje povpraševanje po keramičnih izdelkih. Prodajne izdelke bomo prilagajali strukturi obiskovalcev TIC-a in letnemu času, izložbo pa primerno popestrili z vsebino, ki se nanaša npr. na Valentinovo, 8. marec, pričetek pomladi, ... Nabor izdelkov bomo razširili še z drugimi ponudniki, npr. Dolenjski muzej in prodajo primerno oglaševali. V jesenskem času bomo izvedli 2. razpis za Novomeški spominek.

V spomladanskem in poletnem času izposojamo 4 gorska kolesa. V preteklem letu smo beležili 31 izposoj, predvsem tujim gostom, ki so preživljali kratke aktivne počitnice v Novem mestu. Kolesa si je možno izposoditi za uro ali nekaj ur, cel dan, več dni ali vikend. Možnost izposoje koles bomo obiskovalcem nudili še naprej. Na voljo so tudi čelade.

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

Poleg informacijske in prodajne dejavnosti bomo v skladu z Odlokom o lokalnem turističnem vodenju v Mestni občini Novo mesto (UL RS št. 78 z dne 6.9.2002) nadaljevali z **urejanjem vodniške službe**. V preteklem letu smo pričeli s preverjanjem registra lokalnih turističnih vodnikov. Nadaljevali bomo z naslednjimi cilji:

1. urediti evidenco o opravljenih turističnih vodenjih ter na podlagi teh evidenc pridobiti podatke o številu in strukturi obiskovalcev naše regije, ki bodo pomembno izhodišče za nadaljnje študije,
2. ugotavljati zadovoljstvo posamezne skupine obiskovalcev po vsakem opravljenem vodenju,
3. organizirati tečaj za lokalne turistične vodnike s poudarkom na vodenju v tujih jezikih,
4. pričeti z načrtnim privabljanjem novih potencialnih turističnih skupin.

Letos bomo prvič izdali izkaznico za lokalne turistične vodnike ter nabavili priročno ozvočenje vodnikov.

V letu 2009 bomo intenzivneje spremljali dinamiko **plačevanja turistične takse**, uredili vodenje takse ter se povezali z inšpekcijsko službo glede nadzora plačevanja turistične takse.

5. PRIREDITVENA DEJAVNOST

Zavod za turizem se je v enajstih mesecih minulega poslovnega leta oblikoval kot sposoben organizator tudi največjih turističnih prireditev. Dokaz za to je tudi zadovoljstvo Zveze društev vinogradnikov Dolenjske nad organizacijo in izvedbo 36. Tedna cvička, ki nam je zato tudi letos v konkurenci DV Kostanjevica in podjetja Konvikt d.o.o. zaupala organizacijo 37. Tedna cvička konec maja v Novem mestu. Zavod bo v letu 2009 organiziral sam ali sodeloval pri organizaciji naslednjih prireditev: 37. Teden cvička, Noč na Krki, Svetovni dan turizma, Občinski praznik, Martinovanje, Veseli december in drugih manjših.

6. OSTALE AKTIVNOSTI

6. 1. SOFINANCIRANJE PROGRAMOV TURISTIČNIH DRUŠTEV V MESTNI OBČINI NOVO MESTO

Mestna občina Novo mesto in Zavod za turizem Novo mesto sta sklenila pogodbo o financiranju zavoda. V 6. členu te pogodbe je določeno, da občina zagotavlja namenska finančna sredstva za delovanje turističnih društev, zavod pa je dolžan namenska sredstva razdeliti preko javnega razpisa, na podlagi predhodno izdelanih meril. Tako bo Zavod za turizem tudi v letu 2009 izvedel javni razpis za sofinanciranje programov turističnih društev v Mestni občini Novo mesto.

6. 2. Pobude in predlogi

V letu 2009 bo Zavod za turizem Novo mesto z upoštevanjem pravnih in dejanskih zmožnosti:

- vztrajal pri pridobitvi parcel pod Kandijskim mostom (parc. št. 1808 in 1640) v upravljanje.
- predlagal spremembo Odloka o določitvi plovnega režima na reki Krki in sicer
 - določitev parcel pod Kandijskim mostom kot lokacije za pristanišče,
 - upravljavec pristanišč in vstopno izstopnih mest postane Zavod za turizem,
 - določiti je potrebno višino uporabnine za priveze

in druge spremembe, ki bodo omogočile dejansko izvajanje določil in s tem tudi plovbo po reki. Pri tem bo obogatena turistična, prostočasna in športna ponudba v Novem mestu.

- vladi RS predlagal in se zavzemal za spremembo Uredbe o uporabi plovil na motorni pogon na odseku reke Krke skozi Novo mesto, kjer naj se na območju od Drske do Bršljinskega potoka dovoli plovba s plovili na motorni pogon tekom celega leta in ne le od 1. maja do 1. oktobra.

Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

- predlagal in sodeloval pri spremembi splošnih aktov Mestne občine Novo mesto z namenom pridobivanja uporabnine oziroma najemnina za javne površine, ki jih gostinski obrati uporabljajo za opravljanje gostinske dejavnosti,
- spodbujal in deloval na poenotenju zunanje podobe gostinskih obratov v mestnem jedru (Novi trg in Glavni trg),
- predlagal in sodeloval pri pripravi splošnega akta, s katerim bo občina, na podlagi Zakona o gostinstvu, določila podrobnejša merila za izdajo soglasja k podaljšanemu obratovalnemu času gostinskih obratov,
- sodeloval z oddelkom, pristojnim za promet, glede prometa po mestnem jedru in širšem območju, ki bo razširil turistično ponudbo (turistični vlakec, turistični avtobus, konjska vprega), povezal turistične kraje (Šmarješke Toplice, Dolenjske Toplice, Otočec).

Zavod za turizem Novo mesto bo še naprej opravljal dela in naloge s področja računovodstva in blagajniškega poslovanja, zunanji servis pa bo poleg računovodskega svetovanja izvajal tudi knjigovodske storitve, pripravljal letne bilance in mesečne obračune plač.

7. FINANČNI NAČRT ZAVODA ZA TURIZEM NOVO MESTO ZA LETO 2009

PRIHODKI	PLAN 2009
I. PRORAČUNSKA SREDSTVA	
1. Sredstva za redno dejavnost	197.000,00 €
2. Turistična taksa	60.000,00 €
SKUPAJ	<u>257.000,00€</u>

II. DRUGI VIRI	
1. Sredstva za sofinanciranje projektov (Leader +, IPA)	52.000,00 €
2. Lastni viri	60.000,00 €
3. Sponzorstva in dotacije	21.000,00 €
SKUPAJ	<u>133.000,00 €</u>
<u>SKUPAJ VSI PRIHODKI</u>	<u>390.000,00 €</u>

ODHODKI (poraba)	
1. Plače, prispevki ter drugi osebni prejemki zaposlenih	112.000,00 €
2. Materialni stroški (pisarniški material, komunalne storitve, prevozni stroški,...)	33.000,00 €
3. Sofinanciranje dejavnosti TD in zveze	25.000,00 €
4. Promocija, tržno komuniciranje	95.000,00 €
5. Razvojni projekti	25.000,00 €
6. Prireditve	50.000,00 €
7. Turistično informacijska in prodajna dejavnost	50.000,00 €
SKUPAJ	<u>390.000,00 €</u>

Zavod za turizem Novo mesto

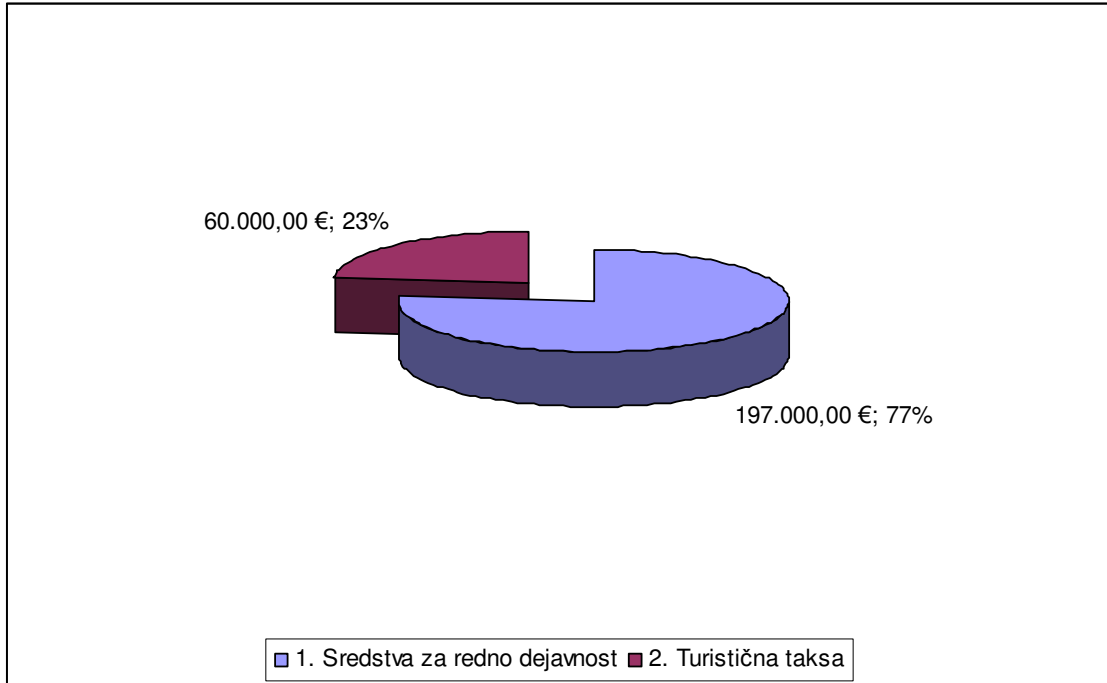
v.d. direktorja:

Ivan Kuljaj, dipl.univ.nov.

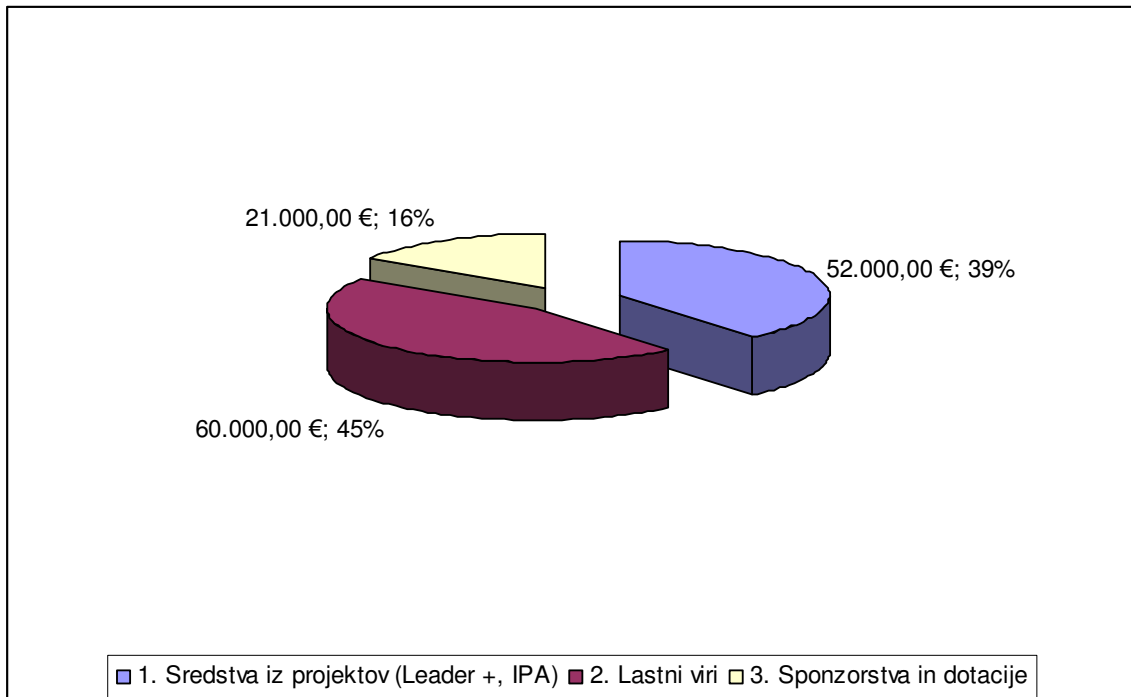
8. PRILOGE

8. 1. GRAFIČNI PRIKAZ FINANČNEGA NAČRTA

Prihodki iz javnih sredstev v I. 2009

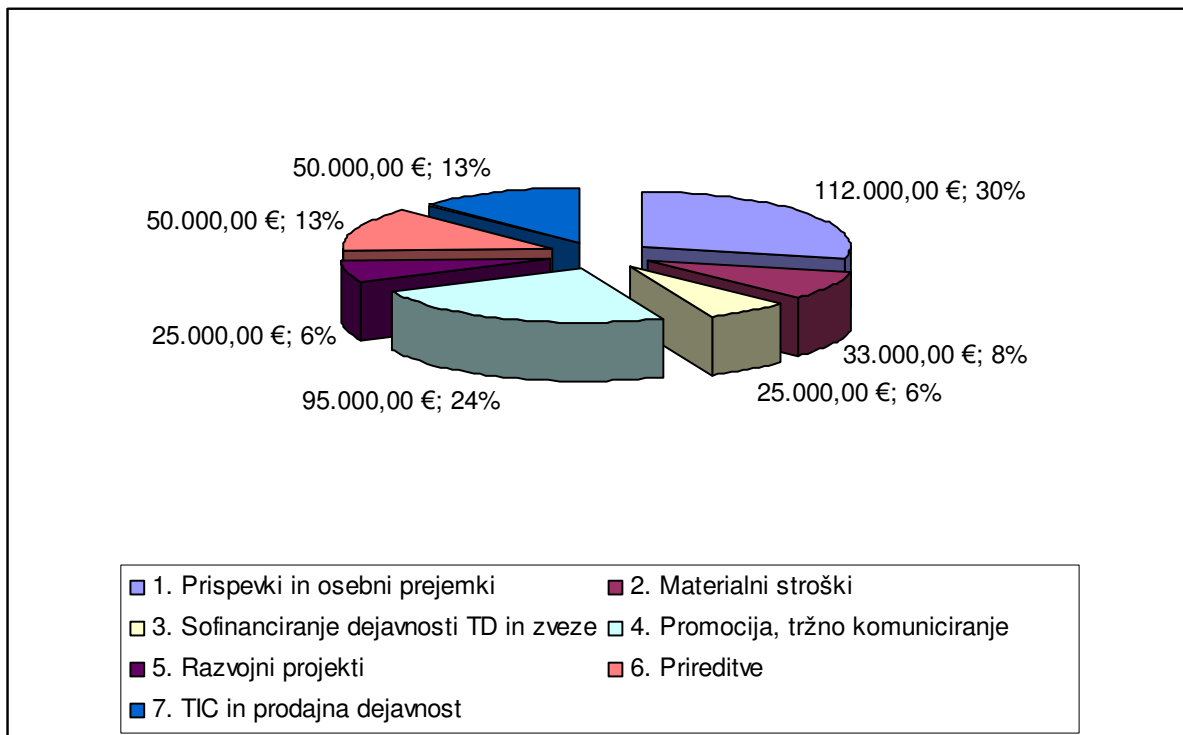


Prihodki iz drugih virov v I. 2009

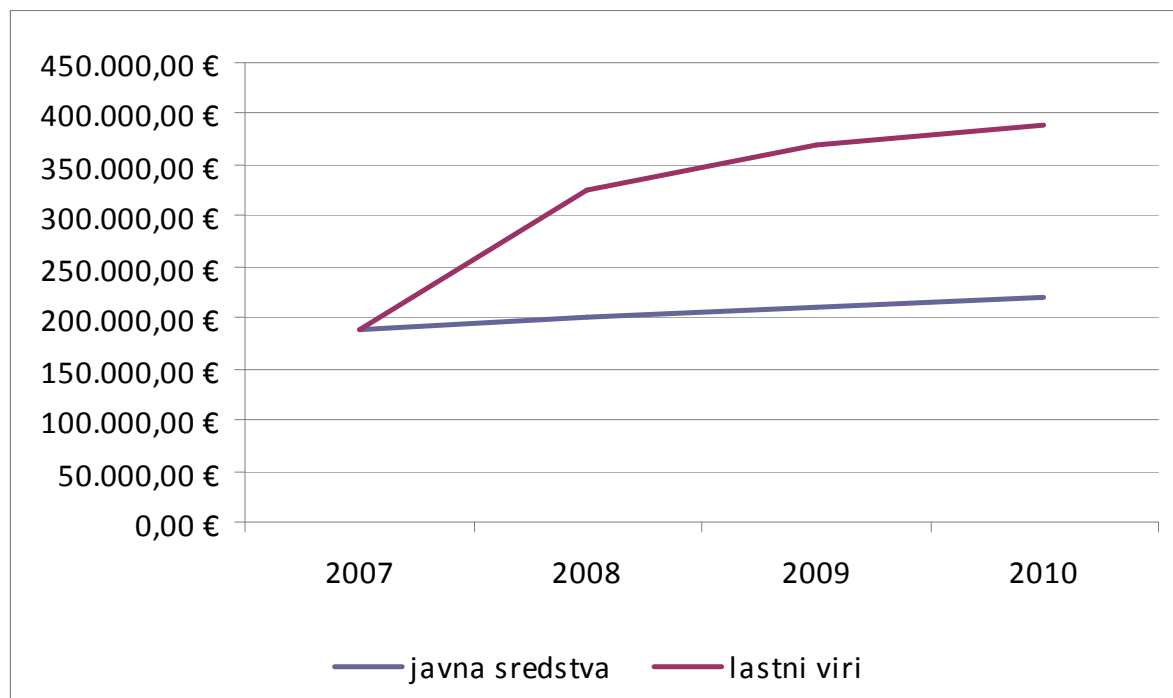


Program dela in poslovni načrt 2009 Zavoda za turizem Novo mesto

Odhodki v I. 2009



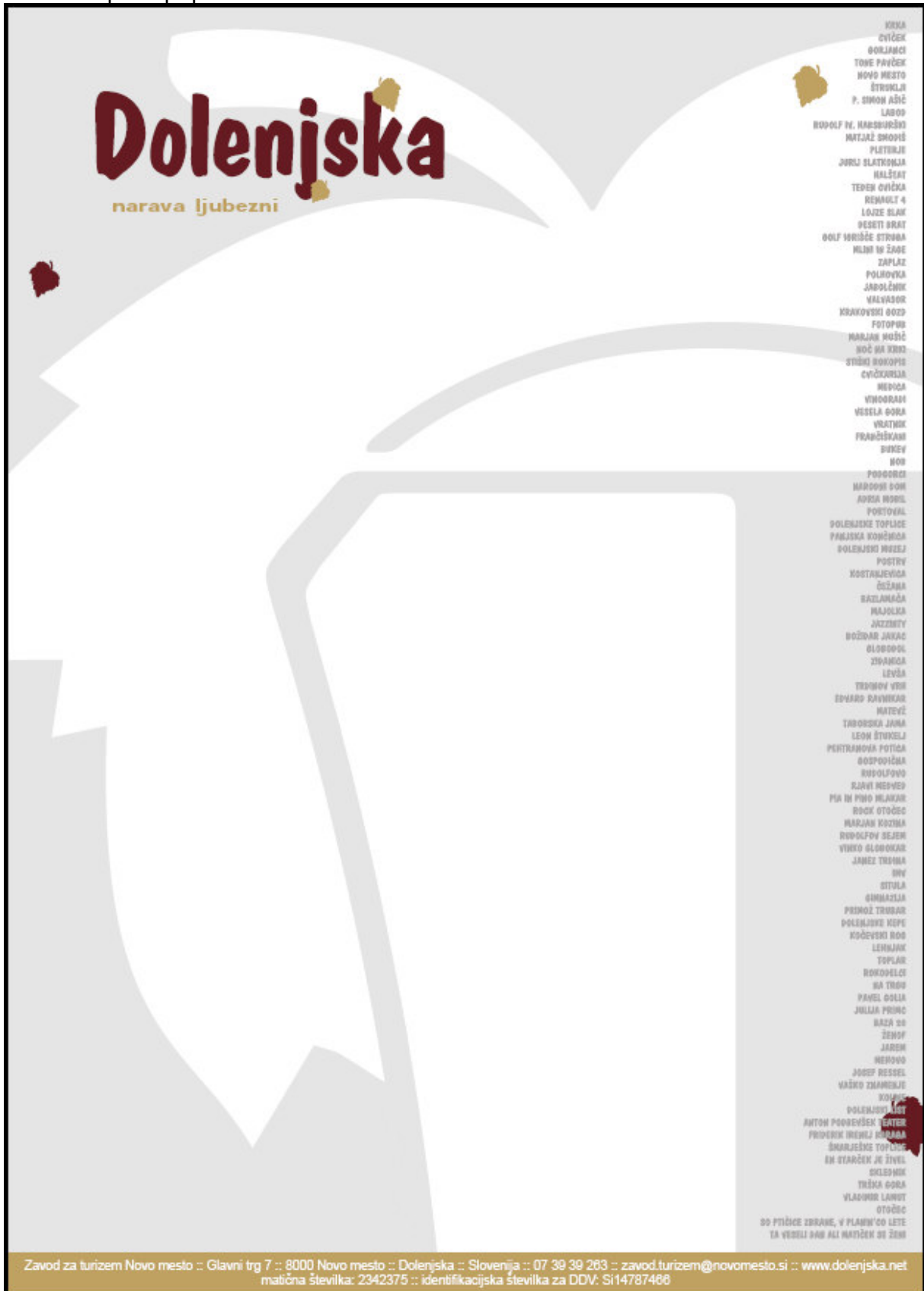
Viri financiranja za obdobje 2007 -2010



8. 2. PREDLOG CELOSTNE GRAFIČNE PODOBE

Avtor: Tomaž Levičar

Dopisni papir



Ovojnica



Papirna vrečka



Vizitka



Vložna mapa



Majica

