STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA TURIZMA OBČINE SVETA ANA 2022-2025

OSNOVNI PODATKI O DOKUMENTU

NASLOV DOKUMENTA: Strategija razvoja trajnostnega turizma Občine Sveta Ana za obdobje 2022-2025

NAROČNIK: Občina Sveta Ana

ODGOVORNA OSEBA NAROČNIKA: Silvo Slaček

DOKUMENT PRIPRAVILA: Občina Sveta Ana v sodelovanju z zunanjo sodelavko mag. Saro Berglez Zajec

OBDOBJE AKTIVNOSTI VEZANIH NA PRIPRAVO DOKUMENTA: oktober 2021 do februar 2022

DATUM DOKUMENTA: 23.2.2022

SEZNAM KRATIC

BDP: Bruto domači proizvod

CGP: Celostna grafična podoba

DMO: Organizacija za destinacijski management

EU: Evropska Unija

KS: Krajevna skupnost

LAS: Lokalna akcijska skupina

OŠ: Osnovna šola

RASG: Regionalna razvojna agencija Slovenske gorice

RRA Podravje: Maribor: Regionalna razvojna agencija za Podravje – Maribor

RS: Republika Slovenija

SLR: Strategija lokalnega razvoja

STO: Slovenska turistična organizacija

TGP: Toplogredni plini

TIC: Turistično informacijski center

WTTC: World Travel & Tourism Council

KAZALO VSEBINE

UVOD V STRATEŠKI DOKUMENT 6
VIZIJA 7
O STRATEGIJI 9
Cilji strategije 9
Metodologija oblikovanja strategije 11
O DESTINACIJI SVETA ANA 13
Geografsko-demografski oris 13
Gospodarstvo 14
Komunalna infrastruktura 14
Promet 14
Kratek pogled v upravno zgodovino destinacije 15
Kulturne in naravne danosti, kot podlaga za oblikovanje turistične ponudbe 15
Tradicionalna kulinarika 17
Stacionarni turizem 17
ANALIZA PREDNOSTI, SLABOSTI, PRILOŽNOSTI IN NEVARNOSTI 21
RAZVOJNE PRIORITETE 24
DESTINACIJSKI MANAGEMENT 25
Upravljanje 25
Statistično spremljanje področja turizma 26
Vplivi turizma 27
Vpliv turizma na okolje 27
Vpliv turizma na socialno okolje 28
Vpliv turizma na varnost in zdravje v destinaciji 28
Vpliv turizma na kulturo 28
Vpliv turizma na gospodarstvo 29
Vplivi podnebnih sprememb na razvoj turizma v destinaciji 29
STRATEGIJA VAROVANJA OKOLJA 30
Varovanje biotske pestrosti 30
Varovanje kulturne krajine in avtohtonih razgledov 30
STRATEGIJA ZA USPEŠNO PRILAGAJANJE PODNEBNIM SPREMEMBAM 31
POZICIONIRANJE TURISTIČNE DESTINACIJE SVETA ANA 32
Pozicioniranje Svete Ane v makroregiji 32
Regijske aktualne aktivnosti RASG na področju turizma 33
IDENTIFIKACIJA CILJNIH KUPCEV 33
TURISTIČNA INFRASTRUKTURA IN SEGMENTACIJA TURISTIČNE PONUDBE 36

Zeleni DNK 36
Obstoječa turistična ponudba in doživljajski potencial 36
Zgodba Vina in penine 37
Nepozabni razgledi 39
Po znanje na vas 41
DOŽIVLJAJSKA NADGRADNJA TURISTIČNIH PRODUKTOV 42
POVEZOVALNA IN PODPORNA INFRASTRUKTURA 44
TIC 44
Področje turističnega vodenja 45
Prometna infrastruktura in zelena mobilnost 45
Nastanitvene kapacitete 45
PODPORNO OKOLJE 46
KREPITEV CELOLETNE PONUDBE 48
PROMOCIJA 48
TRŽENJE 50
ZAGOTAVLJANJE FINANČNEGA OKVIRJA 50
TABELA UKREPOV 51

KAZALO TABEL, GRAFOV, SHEM IN SLIK

Tabela 1: Ključni kazalniki 10
Shema 1: Ključni deležniki 11
Shema 2: Faze priprave strategije 12
Graf 1: Število nočitev po letih 18
Graf 2: Število nočitev po mesecih 18
Graf 3: Število različnih gostov, ki so v destinaciji nočili. 19
Tabela 2: SWOT analiza 22
Shema 2: Ključni razvojni elementi na področju turizma v destinaciji Sveta Ana 24
Shema 3: Glavni stebri razvoja na področju turizma 25
Shema 4: Hierarhija destinacijske prepoznavnosti v okviru geografske regije 32
Shema 5: Ključni stebri aktualne turistične ponudbe 37
Shema 6: Shematski prikaz glavnih točk Postičeve učne poti 38
Slika 1: Foto zgodba vina in penine 39
Slika 2: Foto zgodba nepozabnih razgledov 41
Slika 3: Foto zgodba po znanje na vas 42
Shema 7: Glavna orodja za vzpostavitev spletne identitete 49

UVOD V STRATEŠKI DOKUMENT

Turizem velja za eno izmed najhitreje rastočih gospodarskih panog, ki dosega rekordno rast z vzponom novih destinacij. V zadnjem poročilu STO 2021 navaja, da skupni prispevek turizma predstavlja 6,5 % celotnega BDP. Glede na podatke WTTC število zaposlenih v turizmu v letu 2020 predstavlja 10,6 % vseh zaposlitev, kar predstavlja 94.100 delovnih mest. Kljub temu, da je turistični sektor eden izmed tistih sektorjev, ki jih je pandemija covid-19 najbolj prizadela, številke jasno kažejo, da turizem ostaja pomembna gospodarska panoga. Tudi na Sveti Ani, navkljub zaskrbljujočim epidemiološkim razmeram, ki so leto zaznamovale, beležimo v letu 2021 porast obiska individualnih gostov iz tujine.

Vidimo, da je turizem nedvomno poslovna priložnost z multiplikativnimi učinki ter visokim potencialom razvoja in rasti. Evropski parlament v Poročilu o oblikovanju strategije EU za trajnostni turizem je zapisal: »Turizem je horizontalna gospodarska dejavnost, ki ima velik vpliv na okolje in podnebje ter gospodarstvo EU kot celoto, zlasti na gospodarsko rast, zaposlovanje ter socialni in trajnostni razvoj regij.«. Ta potencial je potrebno izkoristiti ter ga aktivirati za rast in razvoj socioekonomskega okolja Občine Sveta Ana.

Zadnji podatki Svetovne turistične organizacije kažejo, da so se zaradi pandemije covida-19 spremenile zahteve popotnikov, ki dajejo sedaj večji poudarek na varen, in trajnosten turizem, kar je za anovski turizem zagotovo priložnost. Turistična ponudba lokalnih obrti, kmečki in podeželski turizem ter ekoturizem so osnovni gradniki trajnostnega turizma in tudi osrednja ponudba Svete Ane. Turisti se v novi realnosti osredotočajo na odkrivanje narave in podeželja v Evropi po pešpoteh, jahalnih ali kolesarskih poteh, ki so dostopne vsem. Turizem je torej pravi potencial za ohranjanje anovske dediščine in tradicionalnega značaja ter hkrati ustvarjanje novih delovnih mest in ohranjanje pestre gospodarske dejavnosti.

Dokument, ki je pred nami, je prvi samostojni strateški dokument za področje turizma v Občini Sveta Ana. Je ciljno usmerjena strategija. Ta bo dolgoročno omogočila uspešnejši razvoj in umestitev turizma med vodilne občinske gospodarske panoge. Osrednji cilj je ustvariti odlično podporno okolje, tako na poslovni kot družbeni ravni, za preboj trajnostnega turizma. Na poslovni ravni bo strategija prispevala k izboljšanju poslovnega in naložbenega okolja, v katerem bodo lahko vsi ponudniki uspešno razvijali dejavnost in prispevali k uvrstitvi Svete Ane med najboljše butične zelene destinacije v Sloveniji. Cilji so zastavljeni realno in konkretno. Opredeljene so prednostne aktivnosti z usmeritvami ter z namenom, da v tej strategiji zapisana vizija, leta 2025 postane realnost.

VIZIJA

Občina Sveta Ana je v svetu prepoznana kot zibelka enološke dediščine in Postičeva dežela. Je butična, zelena in svojo 100% avtentičnost in tradicionalnost izraža v vsakem kotičku destinacije. Razpoznavna je po svoji izjemni vinski tradiciji, vinu Postič in butičnih peninah. Avtohtoni razgledi in gostoljubnost goste sproščajo. Doživljajska turistična ponudba, pa goste spodbuja k odkrivanju duhovne kulture in k naravi prijaznemu življenjskemu slogu.

OPISNI DEL

O STRATEGIJI

Strategija razvoja turizma Občine Sveta Ana za obdobje 2022-2025 temelji na naslednjih krovnih in razvojnih dokumentih:

- ETIS, European Tourism Indicators System for sustainable destination management,
- Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021,
- Zelena shema slovenskega turizma,
- Priročnik turistične znamke Slovenije,
- Priročnik Slovenia Unique Experiences za oblikovanje produktov 5-zvezdičnih doživetij,
- Zgodbe v slovenskem turizmu,
- Regionalni razvojni program 2021-2027 Podravske regije,
- Strategija razvoja turizma na območju 22 občin Zg. Podravja (Osrednja Štajerska) Maribor-Pohorje-Slovenske gorice in Dravsko polje 2010-2020,
- Razvojni program območnega razvojnega partnerstva Slovenske Gorice 2014-2020,
- Strategija lokalnega razvoja (SLR) LAS OVTAR Slovenskih goric za obdobje 2014-2020,
- Strateški razvojni dokument Občine Sveta Ana,
- Občinski prostorski načrt Občine Sveta Ana.

Cilji strategije

Destinacija Sveta Ana v svoji viziji in strategiji razvoja zastavlja odmik od masovnega in serijskega turizma. Njena ponudba je butične narave, namenjena turistom, ki obožujejo mir, lepe razglede, vinsko kulturo, podeželsko kulturno dediščino in aktivna doživetja. Ključna razlikovalna prednost ponudbe destinacije izvira iz dediščine vinogradništva in podeželske gastronomije, ročnih obrti, kmečke dediščine ter neločljive povezanosti človeka s podeželjem. Razvoj destinacije temelji na naslednjih ključnih načelih, ki vodijo strateško usmerjenost razvoja turizma in izvedbene aktivnosti:

- Kakovostna turistična izkustva pred masovnim turizmom.
- Grajenje na razlikovalni prednosti celostne vinogradniške zgodbe.
- Usmerjen marketing in trženje z jasnimi sporočili.
- Krepitev obstoječih akterjev in smiselno dopolnjevanje z novo turistično ponudbo.
- Navezovanje na sosednje destinacije in vzpostavitev skupne kolesarsko-pohodniške zgodbe.
- Turistična infrastruktura primerna tudi za lokalno prebivalstvo.

Kvalitativni cilji:

- Vzpostavitev močnega in kontinuiranega destinacijskega managementa z jasnim in učinkovitim pristopom upravljanja, promocije in trženja destinacije.
- Ustvariti ugodno okolje za povezovanje ponudbe in ponudnikov.
- Povezovanje vseh deležnikov pri razvoju in trženju destinacije.
- Informiranje in kontinuirana komunikacija z vsemi deležniki.
- Ustvariti celoletno atraktivno ponudbo.
- Izboljšati jezikovno in časovno dostopnost ponudbe.
- Ustvariti prepoznavna pristna celostna doživetja.
- Vzpostaviti tržne relacije z receptivnimi agencijami.
- Zagotovitev pogojev za rastoč (zasebni) gospodarski sektor turizma z inovativnimi novimi zaposlitvami in zaposlitvenimi priložnostmi.

- Urejena turistična infrastruktura, ki omogoča razvoj novih dejavnosti in produktov.
- Oblikovanje in pozicioniranje turistične destinacijske znamke.

Kvantitativni cilji:

- Dvig števila prihodov turistov do leta 2025 v občini za 100 %.
- Dvig števila nočitev turistov do leta 2025 v občini za 30 %.
- Dvig števila razpoložljivih nočitvenih kapacitet v destinaciji za 20% glede na trenutno število postelj.
- Pridobiti vsaj enega zelenega certificiranega ponudnika nočitvenih kapacitet.
- Oblikovanje treh tržnih tematskih turističnih produktov.
- Vzpostavljen en usklajen urnik aktivne turistične ponudbe za dostopnost ključnih storitev 24/7.
- Dvig števila nočitev turistov v času nizke sezone od januarja do maja za 30%.

Uresničevanje strategije turizma na destinaciji se bo zagotovilo z jasno opredelitvijo izvajanja po posameznih opredeljenih ukrepih, odgovornostjo izvedbe in s krovnim nadzorom izvajanja s strani Občine Sveta Ana. Visokega pomena je prepoznavanje pomembnosti vloge DMO in profesionalnega upravljanja turistične destinacije, njene aktivne trženjske vloge in razvojnih nalog. DMO tudi vzdržuje kontinuiran dialog z deležniki in motivira deležnike za proaktivno delovanje na področju turizma.

Za uspešno izvajanje strategije je potrebno v roku 6 mesecev po sprejetju strategije izdelati tudi natančen razvojni načrt dela za obdobje vsaj dveh let ter ga natančno finančno ovrednotiti. Konec leta 2023 je potrebno razvojni načrt dela evalvirati, ga posodobiti in nadgraditi ter sprejeti v posodobljeni verziji s predvidenimi finančnimi viri za obdobje do leta 2025.

V nadaljevanju dokumenta so zastavljeni številni kvalitativni cilji in ukrepi, ki jih je treba izvesti po posameznih strateških področjih, v spodnji tabeli pa so opredeljeni ključni kazalniki uspešnosti za naslednje 5-letno obdobje.

Tabela 1: Ključni kazalniki

KAZALNIK	IZHODIŠČNA VREDNOST	CILJNA VREDNOST
Finančno ovrednoten razvojni načrt dela	0	2
Število prihodov turistov do leta 2025	5.000[1]	10.000
Število nočitev turistov do leta 2025	4.134[2]	5.374
Število postelj	47	57
Število postajališč za avtodome	0	1
Aktivne povezave z receptivnimi agencijami	0	2

[1] Ocenjena vrednost za leto 2021
[2] Podatek za leto 2021

Metodologija oblikovanja strategije

Izvajanje aktivnosti za pripravo strateškega dokumenta s področja turizma je teklo v treh fazah. Prve aktivnosti povezane s pripravo dokumenta Strategija razvoja turizma Občine Sveta Ana za obdobje 2022-2025 so se pričele v letu 2021. Metodologija projektnih aktivnosti obravnava tako ugotovljene potrebe od spodaj navzgor in od zgoraj navzdol. Strategija vključuje poglede vseh ključnih deležnikov s področja turizma v destinaciji Sveta Ana ter upošteva smernice, ki so začrtane v še aktualnem strateškem dokumentu na področju turizma - Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021.

V prvi fazi je bilo izvedeno namizno raziskovanje danosti in pridobivanje statističnih podatkov. Izvedena je bila raziskava sekundarnih virov (strokovna literatura, knjižno gradivo, statistični podatki, obstoječe študije, promocijski lokalni material, spletni viri ipd.) in pridobljeni podatki s strani primarnih virov prek telefona in elektronske korespondence. Izvedena je bila celovita študija stanja. Izdelan je bil načrt vključitve zainteresirane javnosti v pripravo strategije. Pripravljeni so bili tudi anketni vprašalniki ter podporni material za izvedbo poglobljenih intervjujev.

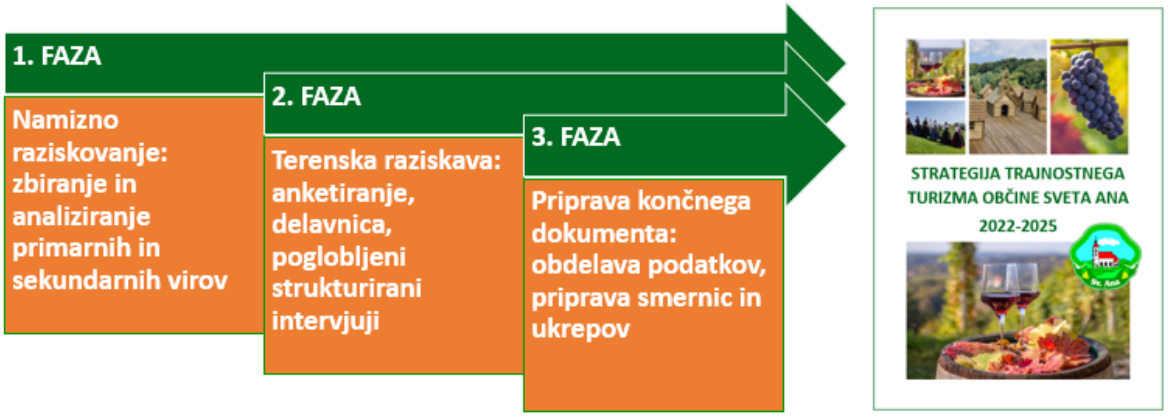
Shema 1: Ključni deležniki

Druga faza je zajemala raziskavo prednosti, slabosti, nevarnosti in priložnosti na terenu. Izvedena je bila terenska delavnica s turističnimi deležniki, društvi in nadpovprečno angažiranimi krajani. Deležniki so bili povabljeni k soustvarjanju strategije preko spletne strani, elektronske pošte in z objavo v lokalnem časopisu Ovtar. Prebivalstvo je bilo naprošeno, da svoje mnenje prispeva prek izpolnitve anketnega vprašalnika (na voljo so bili v fizični obliki ter na spletu). V analizo so bili vključeni tudi izpolnjeni anketni vprašalniki za prebivalstvo Zelene sheme slovenskega turizma. Potrebe in mnenja obiskovalcev smo ugotavljali preko analize anket Zelene sheme slovenskega turizma, namenjene

obiskovalcem. Participacija občinske uprave in relevantnih institucij je bila zagotovljena s kombinacijo opravljenih poglobljenih strukturiranih intervjujev in izpolnjevanja vprašalnikov. Ostali deležniki (turistično gospodarstvo, relevantne institucije, društva in nadpovprečno angažirani občani) so dobili pisno in elektronsko vabilo na delavnico ter priložen anketni vprašalnik. Tisti, ki se delavnice niso udeležili, pa so bili pozvani, da vprašalnik izpolnijo samostojno in ga posredujejo občini. V okviru analize stanja in deležnikov so bili še dodatno identificirani deležniki posebnega pomena (predstavniki RASG, relevantna društva, OŠ ipd.), s katerimi so bili naknadno opravljeni poglobljeni strukturirani ciljno usmerjeni intervjuji. Zaradi aktualne epidemije so bili intervjuji izvedeni preko telefona in spletnih komunikacijskih orodij.

V končni fazi so bili analizirani vsi zbrani podati. Generirane in identificirane so bile ugotovljene potrebe od spodaj navzgor in od zgoraj navzdol. Podatki so bili interpretirani, aktualizirani ter povezani v konkretne ukrepe. Tematsko jih lahko razvrstimo v štiri sklope: učinkovito upravljanje, platforma za razvoj, oblikovanje nosilnih produktov ter povezovanje in trženje. Ukrepi zajemajo: opis aktivnosti, predvidenega izvajalca ter predvideno časovnico.

Shema 2: Faze priprave strategije



Končni strateški dokument je pripravila občinska uprava v sodelovanju z zunanjo sodelavko. Vsebinsko strategija zajema uvodni opisni del in strateški razvojni del.

O DESTINACIJI SVETA ANA

Na severu osrednjih Slovenskih goric leži manjša podeželska Občina Sveta Ana. Jugovzhodna območja slemen so posuta z vinogradi, v ravninskem delu pa so predvsem travniki in njive. Na najvišji točki naselja se nahaja župnijska cerkev sv. Ane, ki je nosilni občinski simbol. V destinaciji pa se nahaja tudi najvišji vrh Slovenskih goric - Lokavec, ki meri 404 metre.

Občino Sveta Ana so pri izboru za nagrado Zlati kamen 2021 opisali kot majhno občino v Slovenskih goricah, ki je naredila v zadnjem obdobju pravi razvojni preboj. Strateško vodena občina se sistematično usmerja v razvoj trajnostnega turizma in je med tremi najmanjšimi kraji, ki nosijo znak Slovenia Green Destination. Občina ima v teku vrsto infrastrukturnih in inovativnih projektov usmerjenih v družbeno korist, ki so zdrav temelj trajnostnega turizma v destinaciji.

Sinergija inovativnosti, družbene odgovornosti in spoštovanja tradicije je osnova za doseganje prebojnosti. Sodelovanje in soustvarjanje vsebin in razvoja za odprtost v svet in dobrobit prebivalcev s sosednjimi občinami Osrednjih Slovenskih goric, pa osnovno vodilo. Vizija strateškega načrtovanja za razvoj in delovanja občine je aktivna participacija vseh deležnikov, zlasti prebivalcev, društev in združenj ter poslovnih subjektov znotraj občine.

Geografsko-demografski oris

Občina Sveta Ana je del podravske statistične regije. Po podatkih baze SI-STAT[3] meri 37,2 km^2 in se po površini med slovenskimi občinami uvršča na 157. mesto.

Leži vzhodno ob regionalni cesti Lenart - Trate - Avstrija. Na gričevnatih slemenih v poldnevniški smeri, pa se na nadmorski višini v razponu od 240 m do 404 m razprostira dvanajst vasi. Središče občine je v vasi Sv. Ana v Slov. goricah. Vas plemeniti istoimenska cerkev, pašo za oči in dušo pa nudi pogled zahodno od cerkve na Slovenske gorice in Pohorje v ozadju. Osrednjo vas obkrožajo naselja: Dražen Vrh, Froleh, Kremberk, Krivi Vrh, Ledinek, Lokavec, Rožengrunt, Zg. Bačkova, Zg. Ročica, Zg. Ščavnica in Žice.

Po statističnih podatkih za leto 2021 je imela občina v mesecu juliju 2336 prebivalcev. Razmerje med ženskim in moškim prebivalstvom je uravnoteženo. Na kvadratnem kilometru površine občine je živelo povprečno 62 prebivalcev kar je precej pod povprečjem v celotni državi.

Število živorojenih je glede na večletno statistiko nižje od števila umrlih. Naravni prirast na 1.000 prebivalcev v občini je torej negativen, pozitiven pa je selitveni prirast na 1.000 prebivalcev. Leta 2019[1], pred aktualno epidemijo COVID-19, je seštevek naravnega in selitvenega prirasta na 1.000 prebivalcev v občini znašal 3,9 (v Sloveniji 7,2). Povprečna starost občanov pa je bila 41,9 leta in tako nižja od povprečne starosti prebivalcev Slovenije (43,4 leta). Tudi vrednost indeksa staranja za Občino Sveta Ana je nižja od vrednosti za celotno Slovenijo (133). V Občini Sveta Ana je bilo 417 upokojencev, od tega 287 starostnih. Povprečna starostna pokojnina je znašala 502 evrov oziroma 67,8% od slovenskega povprečja.

[3] https://www.stat.si/obcine/sl/Municip/Index/159

Gospodarstvo

Gre za destinacijo v kateri je močno prisotna kmetijska dejavnost. V letu 2020 je bilo aktivnih nekaj manj kot 300 kmetijskih gospodarstev, od tega le slaba tretjina daje kmetijske pridelke na trg. Prevladuje vinogradništvo in živinoreja. V Občini Sveta Ana je bilo delovno aktivnih 337 prebivalcev, od tega 169 zaposlenih, 46 samozaposlenih in 122 kmetov. Med delovno sposobnim prebivalstvom je bilo približno 51% zaposlenih ali samozaposlenih oseb, kar je manj od slovenskega povprečja (66%). Povprečna mesečna plača na osebo, pa v neto znesku za približno 10 % nižja od letnega povprečja mesečnih plač v Sloveniji. V destinaciji se nahaja tudi tržno usmerjena sončna elektrarna.

Komunalna infrastruktura

Javno službo zbiranja določenih vrst komunalnih odpadkov, obdelavo odpadkov in odlaganje ostankov predelave ter odstranjevanja komunalnih odpadkov, opravlja na območju Občine Sveta Ana preko podeljene koncesije podjetje Saubermacher Slovenija storitve pri varstvu okolja, trgovina in transport d.o.o. V letu 2019 je bilo v občini zbranih 191 kg komunalnih odpadkov na prebivalca, kar je precej manj kot povprečje v celotni Sloveniji, kjer pridelamo 509 kg na prebivalca. Odvajanje in čiščenje komunalne in padavinske odpadne vode opravlja občinski režijski obrat. Oskrbo s pitno vodo pa opravlja Mariborski vodovod, javno podjetje, d.o.o.

Promet

V občini Sveta Ana je bilo v zadnjih letih veliko pozornosti namenjene modernizaciji cest. Obstoječe omrežje zajema 114.127 km občinskih cest, od tega 36.793 km lokalnih cest in 77.334 km javnih poti ter 16.420 km državnih cest. Od tega je 8.350 km regionalnih cest II. reda in 8.070 km regionalnih cest III. reda. Praviloma gre za ozke in ovinkaste ceste.

Prometna varnost v destinaciji je glede na slovenska merila nadpovprečna. Število prometnih nesreč upada in se v povprečju glede na večletno statistiko giblje nekaj nad 10 nesreč na leto. Največ nesreč je zaradi neprilagojene hitrosti in nepravilne strani vožnje.

Destinacija spodbuja prihod v destinacijo z električnim vozilom. V centru Sv. Ane se nahaja brezplačna električna polnilnica ter označeno posebno parkirno mesto za električna vozila.

V destinaciji je urejen javni avtobusni promet z rednimi linijami. Avtobusni prevoz vezan na destinacijo Lenart poteka po trasi Lenart - Zg. Žerjavci Vrabl - Zg. Žerjavci tran. - Sv. Ana - Zg. Ročica Ajlec in obratno. Avtobusna povezava z Lenartom, v katerem se nahaja ena večjih avtobusnih postaj v Slovenskih goricah, omogoča dostopnost do destinacije obiskovalcem iz vseh koncev Slovenije (kraj si lahko s prestopanjem med avtobusi ogleda tako obiskovalec iz Murske Sobote, kot tudi obiskovalec iz Maribora, Ljubljane ali Kopra). Prihod in odhod z avtobusom na relaciji Lenart - Sv. Ana je med delovnim tednom možen med 5 uro zjutraj ter 18 uro zvečer. Možnosti javnega prevoza med vikendom ni, kar je za turiste dokaj neugodno.

Prihod v destinacijo pa je 365 dni na leto mogoč z okolju prijaznejšimi kolesi in E- kolesi. V Slovenskih goricah je zaživel sistem mobilne izposoje e-koles, ki je inovativen koncept izposoje in oddaje koles na točkah oz. destinacijah, ki so vključene v sistem. Obiskovalec, ki želi obiskati destinacijo Sv. Ana s kolesom, lahko E-kolo prevzame na različnih lokacijah v Slovenskih goricah - npr. v Občini Benedikt,

Cerkvenjak, Duplek, Lenart, Sveta Trojica v Slovenskih goricah, ter celo na turističnih kmetijah – npr. kmetija Vesna Sirk, kmetija Toplak in domačija Firbas.

Kratek pogled v upravno zgodovino destinacije

Obstoj naselbine sega vsaj v rimske čase, v 1. in 2. stoletje našega štetja. V leto 1654, pa segajo pisni podatki o naselbini. Tega leta so namreč v današnjem centru Svete Ane zgradili leseno kapelo, med leti 1693 in 1705 pa na istem mestu sedanjo župnijsko cerkev Sv. Ane. Cesarska oblast na Dunaju je leta 1850 razglasila sedanje vasi za občine. Kraljevina Srbov, Hrvatov in Slovencev pa je je nato leta 1934 združila tedanje majhne občine v Občino Sv. Ana v Slov. goricah. Ta občina je delovala do leta 1955, ko je tedanja oblast preimenovala Občino Sv. Ana v Slov. goricah v krajevno skupnost Zg. Ščavnica in krajevno skupnost Lokavec. Obe novo nastali krajevni skupnosti so priključili Občini Lenart. Prebivalci krajevne skupnosti Zg. Šavnica so nato na referendumu leta 1993 krajevno skupnost preimenovali v krajevno skupnost Sv. Ana v Slov. goricah. Leta 1998 sta se združili krajevna skupnosti Sv. Ana v Slov. goricah in Lokavec. Nastala je sedanja oblika samostojne občine Sveta Ana. Občina spada v Upravno enoto Lenart. Na socialnem, gospodarskem in izobraževalnem področju občina gradi in vzdržuje močne vezi s sosednjimi občinami. Del te zgodbe sodelovanja in povezovanja so tudi skupne institucije, kot je npr. glasbena šola, zdravstveni dom, knjižnica, Razvojna agencija Slovenske gorice, LAS Ovtar idr.

Kulturne in naravne danosti, kot podlaga za oblikovanje turistične ponudbe

Turistična ponudba v destinaciji je močno vezana na kulturno dediščino. Glavni napori za vzdrževanje kulturne dediščine so zato usmerjeni predvsem v turistično revitalizacijo dediščine. Revitalizacija objektov kulturne dediščine z vsebinami in obnova poteka v soglasju in v sodelovanju s Pokrajinskim muzejem Maribor in Zavodom za varstvo kulturne dediščine RS, OE Maribor. Bogata je etnološka dediščina vezana na poljedelstvo (npr. lanišnica, ena redkih v Sloveniji), kmečko življenje ter kovaštvo. Nesnovna dediščina je vezana na ustno izročilo v obliki zgodb in legend, predvsem je v ospredju vinogradniška tradicija in predelava sadja, mlinarstvo, pridelava bučnih olj ter zdravilstvo. Izredno živa je nesnovna dediščina ljudskih plesov in običajev povezanih z vinogradništvom (npr. prešanje, postavitev klopotca itd.). Ohranjajo se tudi znanja povezana s pozabljenimi poljščinami, predelavo volne in lanu. Na voljo za ogled je medicinska **zbirka** dr. Lesnike, potencial pa je še v trenutno ne razstavljenih zbirkah starih razglednic in dediščini anovske meteorološke postaje.

Izmed **osebnosti** so pomembni zdravniki : dr. Roman Lesnika, dr. Franc Steinfelser in Franc Postič. Zanimive osebnosti s potencialom so tudi Bernard Perger (15. stol., rektor Dunajske univerze), Janko Schlebinger (19. stol., direktor NUK) in Anton Fašing (slikar 20. stol).

Vinogradništvo je še danes ena izmed vodilnih gospodarskih panog v destinaciji. Vina iz starih trt so velika znamenitost in ponos vsake destinacije. Za ljubitelje redkih in butičnih vrhunskih vin je Sveta Ana pravi raj. Izjemna je tudi ponudba lokalne kulinarike in vrhunskih butičnih vin. Poseben ponos so vina iz 70 let stare trte rdečega traminca in modre portugalke. Te najstarejše ekonomsko žive trte rdečega traminca in modre portugalke v Sloveniji rastejo prav v vinogradu družine Polič zahodno pod naseljem Sv. Ana. Družina je te trte zasadila leta 1947.

Med zanimivo kulturno dediščino zagotovo sodi tudi **stavbna dediščina**. Obnovljeni zaščiteni domačiji, Kaplova in Grafonževa, nudita doživet avtohtoni povratek v preteklost. Perkova domačija ima na pročelju hiše sončno uro, streha pa je pokrita s prvo, doma izdelano opeko. Viničarija Pergerjev vrh se

ponaša z etnološko muzejsko zbirko, stalno razstavo o Francu Postiču (1794-1861) in o zgodovini vinogradništva.

Bogata je **sakralna dediščina:** župnijska cerkev Sv. Ane, Cerkev Marijinega obiskanja v Rožengruntu, še aktivno Evangeličansko pokopališče z lesenim razpelom in zvonikom ter številni drugi sakralni objekti. Skupno je zavedenih na območju 60 križev, kapel in ostalih znamenj. Popisanih je 28 lesenih križev, 11 zaprtih kapelic, 4 znamenja z nišo, 3 figuralna znamenja (eno samostojno ali dve zraven razpela), 1 mnogokotna kapelica, 1 kamnito znamenje ter 3 pokopališča. Popis je poleg obstoječih znamenj zajemal tudi tista, ki so se ohranila zgolj v spominu ljudi. Takih je bilo 10 križev in 1 kapela. Skupno število popisanih znamenj po zaselkih: Dražen Vrh 4, Froleh 3, Kremberk 4, Krivi Vrh 5, Ledinek 6, Lokavec 5, Rožengrunt 4, Sveta Ana 3, Zg. Bačkova 2, Zg. Ročica 4, Zg. Ščavnica 16 in Žice 4. Za ogled so primerni: Fekonjov križ, Kaplov križ, Belzarov križ (tudi Župečov), Kukovčov križ, Kolerov križ, Brajndlov križ, Fremlov križ, Kolmanov križ, Žugmanov križ, Pepelnakov križ (tudi Gajslerov), Markečov križ, Kovačov križ, Ajhmajerov križ (tudi Poltekov), Majeričov križ, Golobov križ, Krtov križ, Šimplov križ, Partličov križ (tudi Hasov), Jugov križ, Neudauerov križ s figuralnima znamenjema, Niklov križ, Pintarov križ (tudi Kavčičov), Feržov križ, Rokavčov križ (tudi Kranerov), Ketižov križ, Župečov križ, Pavalečov križ in Lorbegov križ. Krajnčova kapela (tudi Mihalova), Jaukova kapela (tudi Jugova), Komenova kapela, Pauhetarova kapela, Kapela v Lokavcu, Rajšpova kapela, Kapela Marijinega obiskanja, Zorečeva kapela, Ocvirkova kapela, Šamperlova kapela, Jürekova kapela, Škamlečova kapela, Kosova kapela, Špindlerova kapela (tudi Edrova), Kolarova kapela in Rokavčova kapela ter kužno znamenje iz leta 1637 imenovano Pomorski križ. (tudi Bajnkov križ, v novejšem času pa Ajlečov križ). Pod njim naj bi bilo tudi pokopališče.

Kulturna dediščina Svete Ane je oplemenitena tudi z **dediščino iz obdobja antike**. Na območju Svete Ane je ohranjenih sedem rimskih nahajališč s 45 gomilami iz 1. oz. 2. stoletja našega štetja. Žal vse gomile kažejo sledove odpiranja, saj so bile v 19. stoletju močno izpostavljene iskalcem "zakladov", ki so izkopane predmete prodajali zbiralcem starin. Mimo gomil vodi tudi učna pot, kjer je rimska gomila s premerom 12 m in višino 1,9 m. Gomila je okrogle oblike. O tej gomili kroži tudi legenda. Starejši Anovčani, pričajo, da je v njej zakopana zlata kočija.

Tradicionalni dogodki so vezani predvsem na drugo polovico leta. Tradicionalen je prvomajski pohod. Največji in najbolj prepoznan dogodek, pa je zagotovo Anin teden. Poteka vsako leto v mesecu juliju ob občinskem prazniku ter ob godovanju sv. Ane. Domača društva pripravijo številne aktivnosti, tekmovanja, kulturne prireditve ter likovno kolonijo »Anina paleta«. Po izročilu se klopotec v Sloveniji postavlja od Jakoba, 25. julija pa do svetega Jerneja, 24. avgusta, ko grozdje prične dobivati barvo. Tradicionalna prireditev poteka pri pokriti tržnici v centru Svete Ane, spremljajo pa jo zvoki tradicionalne harmonike ter popestritev programa s prikazom starih kmečkih običajev. Postičevi dnevi potekajo v mesecu oktobru vse do martinovanja. V tem času se odvijajo različni dogodki kot so trgatev ob Postičevi poti, vodeni ogledi, predavanje ter snemanje klopotca. Poteka tudi jesenska likovna kolonija. Na god sv. Martina Občina Sveta Ana, v sodelovanju z Društvom vinogradnikov Sveta Ana, organizira martinovanje na prostem. Konec leta se Sveta Ana obarva zeleno. Zelena Sv. Ana je tradicionalna prireditev od leta 2006, ko je destinacija simbolično prejela zeleno luč od južnoštajerske kulturne trdnjave Straden. Z zeleno lučjo v decembru se simbolično spodbuja k odprtosti in solidarnosti. Zelena luč je priložnost, da se odprejo nove perspektive. Je simbol strpnosti do sočloveka ter spoštovanja ljudi in narave.

Folklorne dejavnosti so pogost spremljevalni element tradicionalnih anovskih prireditev. Tradicionalna plesna (Folklorna skupina KD Sveta Ana) in glasbena umetnost (Cerkveno-prosvetni pevski zbor KD Sveta Ana, Kulturno društvo Sveta Ana, Mladinski kulturni klub Kulturna zadruga Sv. Ana, Anovški fantje) je razvita predvsem v društvenem okolju, vendar prav tako nudi potenciale za širše povezovanje sorodnih ustvarjalcev. Folklorna plesna umetnost ima še velik potencial za učne vsebine, kjer se

obiskovalci lahko naučijo elemente teh umetnosti v obliki organiziranega tečaja. Dolga leta je v jeseni tradicionalno potekala prireditev Glas Slovenskih goric, ki pa je ugasnila. Zadnji je bil 31. festival leta 2017.

Izmed **naravnih danosti** so ogromno bogastvo zagotovo razgledi na tradicionalno kulturno krajino, posuto s starimi vinogradi in idiličnimi kmetijami ter reka Ščavnica. Ščavnica je nižinska reka. Izvira na nadmorski višini 330 m v severovzhodnem delu Slovenskih goric v kraju Zgornja Velka. Nekoč, je po Ščavnici teklo veliko vode. Reka je pomenila vir življenja tamkajšnjim prebivalcem. V njej so se kopali, ribarili, prali perilo, napajali živino. Poganjala je številne mline, danes pa ob njej stoji sodoben električni Rožmanov mlin. V spomladanskem in jesenskem času je reka večkrat prestopila svoje bregove in poplavila bližnja polja in travnike, danes vode primanjkuje. Naravna struga reke Ščavnice v Zgornje Ščavniški dolini je široka do 5 metrov in ima ohranjen prvotni, meandrirajoči vzorec, kakor tudi prvotno drevesno obrežno vegetacijo. Ponaša se s skrbno urejenimi rečnimi brežinami in sprehajalnimi potmi. Naravno območje Zgornjega toka Ščavnice, od izvira pa do spodnje Ščavnice, je varovano z naravovarstvenim režimom. Podrobnejša raziskava mladoletnic je pokazala, da v tem delu reke živi preko 35 vrst, med njimi ogrožene vrste, kot npr. Goera pilosa, Tinodes pallidulus, Oligostomis reticulata in Ernodes articularis. Za vrste mladoletnic Lithax obscurus, Agraylea sexmaculata, Hydroptila lotensis in Setodes punctatus so podatki iz Ščavnice edini do sedaj znani slovenski podatki. Še posebej pomembno je pojavljanje enodnevnice Ecdyonurus siveci, ki je endemna vrsta, opisana prav iz reke Ščavnice v kraju Zgornja Ščavnica. V potoku živi tudi ogrožena črtasta pijavka (Dina lineata lineata), za katero je vodotok eden izmed redkih življenjskih prostorov v Sloveniji. V njej najdemo tudi značilno ribo - klena, ki je drugod že redkost. Prav posebna naravna znamenitost iz živalskega sveta je postal tudi štrk Joško, ki po pripovedi domačinov prav vsako leto od daljnega leta 1986 dalje gnezdi na Sveti Ani s svojo štorkljo Mimi.

Tradicionalna kulinarika

Kulinarična ponudba obsega ponudbo v obliki 2 kmečkih turizmov, 2 gostišč ter številne odlične vinske kleti. Tradicionalna kulinarika pri ponudnikih obsega pečene svinjske in piščančje specialitete, koline, meso iz kible, domač kruh, suhe mesnine in gibanco. Najdemo pa tudi sladice z grozdjem in slovenjegoriške zavitke s skuto in sadjem.

Pogled v preteklost nas seznani tudi s preprosto viničarsko prehrano, ki je zaznamovala anovski vsakdanjik. Na jedilniku se je pogosto pojavljala železna juha (krompirjeva čista juha z zelišči in ocvirki), tinstana jabolka in pražen grah, ocvirkovka, krompirjev golaž in zos s hrenom, različne preproste juhe (zdrobova, kruhova, kostna) in močnate jedi, štercli, kukla. Prav poseben pa je koruzni tamerli, jed z zdrobom, narejena na moštu (sadjevcu) ali na mleku, če mošta ni bilo. Čez tamerli je bila običajno prelita žlica domače marmelade. Praznična jed pa je bila seveda slovenjegoriška gibanca in slovenjegoriški zavitek z jabolki in skuto. Na kmetijah so bile na jedilniku pogosto tudi jedi z repo in kislim zeljem.

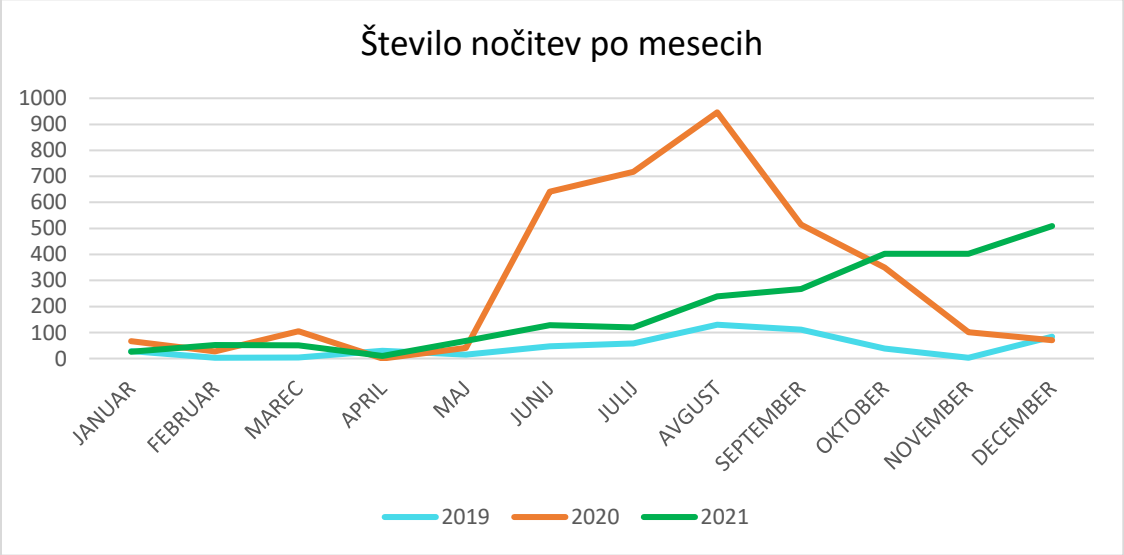
Stacionarni turizem

V občini Sveta Ana so trije ponudniki prenočitvenih kapacitet, ena turistična kmetija in dve preurejeni tradicionalni doživljajski domačiji. V letu 2021 je bilo skupno na razpolago 8 sob in 8 apartmajev. Stalnih ležišč je v destinaciji 47. En ponudnik ima na voljo tudi kapacitete primerne za invalide.

V preteklosti je bila Sveta Ana predvsem dnevna turistična destinacija, ki je beležila največji obisk dnevnih turistov v obliki skupin, ki v destinacijo prispejo z avtobusom. Število le-teh je v zadnjih dveh letih močno upadlo. V zadnjih treh letih pa, kljub epidemiji, narašča število stacionarnih gostov. Ti v destinacijo praviloma prispejo z avtom. Avto, pa je tudi glavno prevozno sredstvo, ki ga uporabljajo med obiskom destinacije.

Graf 1: Število nočitev po letih

Graf 2: Število nočitev po mesecih



Statistično gledano je v destinaciji nočilo nekaj več moških kot žensk. V letu 2021 destinacija beleži v primerjavi s prejšnjimi leti precejšen porast družin. Slovenski gostje v povprečju zadnjih treh let predstavljajo okoli 60% delež vseh gostov, ki so nočili v destinaciji.

Graf 3: Število različnih gostov, ki so v destinaciji nočili.

V okviru raziskave zadovoljstva obiskovalcev, ki jo destinacija redno izvaja v okviru zelene sheme slovenskega turizma, je večina anketiranih izrazila visoko zadovoljstvo s ponudbo nastanitev (ocena 4.7 od 5 možnih). Dobro (nad 4) so ocenili tudi urejenost okolice, občutek varnosti, prijaznost domačinov, skrb za zdravje, gostinsko ponudbo in vrednost za denar. Slabše od pričakovanega (3,9) so obiskovalci prepoznali priložnosti za pohodništvo in kolesarjenje, še slabše pa možnost potovanja peš ali s kolesom (3,7). Javni prevoz (3,8) in priložnosti za nakupovanje (3,6) so obiskovalci ocenili relativno dobro, najslabše pa je bila ocenjena označenost dostopa do in na območju znamenitosti.

Glede okoljevarstvenih tem ugotavljamo, da si obiskovalci želijo še več informacije o možnostih varčevanja z vodo in energijo ter informacij o lokalni gastronomski ponudbi in znamenitostih. Želijo si tudi več spodbud za trajnostne oblike mobilnosti.

STRATEŠKI DEL

ANALIZA PREDNOSTI, SLABOSTI, PRILOŽNOSTI IN NEVARNOSTI

Analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti je bila izdelana na podlagi pregleda aktualnega stanja na področju turizma, analize primarnih in sekundarnih virov, rezultatov raziskave z anketiranjem prebivalcev (ciljna anketa ob pripravi strategije in v okviru rednega spremljanja zadovoljstva prebivalcev v okviru zelene sheme slovenskega turizma), strukturiranih intervjujev in delavnice z deležniki na področju turizma.

Prebivalci turizem zaznavajo v veliki večini kot gospodarsko panogo z dobrim potencialom. Okoli polovica jih vidi tudi zaposlitvene priložnosti. V okviru anket so kot najbolj perspektivne najpogosteje navedli naslednje znamenitosti oz. turistične atrakcije: Cerkev Sv. Ane, Čajnico Kolarič, Domačiji Kapl in Grafonž, Anino in Postičevo pot, vinogradniške prireditve, doživljajsko kmetijo pri Fridi, vinske kleti, penino, pohodništvo in kolesarjenje. Pogrešajo boljše označitve atrakcij ter klopce, postajališča in koše za smeti izven centrov naselij. Zaradi turizma ne zaznavajo slabše kvalitete bivanja (turizem ne povečuje prometnih težav, stanovanja zaradi turizma niso dražja, zdravstvene razmere niso slabše, turisti ne povzročajo prekomernega onesnaževanja itd.), kvečjemu obratno. Z oceno 3,6 od 5 so ocenili, da pozitivne plati turizma pretehtajo nad negativnimi in da turizem prinaša boljše možnosti za preživljanje prostega časa in rekreacijo prebivalcev, s 3,9 pa izrazili strinjanje, da ima lokalna skupnost koristi od turizma in turistov, ki destinacijo obiskujejo. Svoje zadovoljstvo z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma na Sveti Ani so ocenili s 3,6, zadovoljstvo z razvojem turizma pa s 3,7. S sredinsko oceno so prebivalci ocenili svoje možnosti za sodelovanje pri načrtovanju razvoja turizma, z malo višjo oceno pa obveščenost o razvoju turizma (3,5) in opažanje, da destinacija razvija zeleni turizem (3,7). Slabše od pričakovanega (3,2) so prebivalci ocenili, da turizem v zadostni meri skrbi za ohranitev naravne in kulturne dediščine.

Turistični deležniki, ki so svoje mnenje izrazili preko strukturiranih intervjujev in na delavnici, destinacijo Sveta Ana zaznavajo kot gostoljubno, lepo urejeno vinsko-kulinarično destinacijo z bogato dediščino, prelepimi razgledi ter zdravim, zelenim okoljem. Poslanstvo destinacije vidijo v tem, da v svet ponese znanje, kako je življenje teklo nekoč, da pošlje njene kulinarične in vinogradniške lokalne izdelke v svet, povrne mir obiskovalcem v telo in dušo ter da ohranja dediščino živo. Pozicioniranje blagovne znamke vidijo kot raj za enologe, ljubitelje vina&kulinarike, zeliščarje, umetnike, ljubitelje folklornih plesov, ljubitelje podeželskega življenjskega utripa iz časov naših babic in dedkov (pobeg v preteklost) ter za družine z zelenim življenjskim slogom. Na področju infrastrukture opažajo potrebo po dodatnih prenočitvenih kapacitetah (glamping hiškah, apartmajih in postajališče za avtodome), po obnovi turistične signalizacije (celostna signalizacija na vseh vpadnicah, označitev vseh turističnih atrakcij in enoten izgled) in vzpostavitvi kolesarske infrastrukture (tako označene poti, kot kolesa za izposojo). Želijo si tudi nove ponudbe v obliki atrakcije (zipline, fontana penin, stolp ipd.) ter ponudbe za ekstremne športnike. Širitev ponudbe vidijo v konjereji, ark kmetijah, učnih kmetijah, plesni dediščini, unikatnih porokah (rimokatoliških in evangeličanskih), ljudskih zgodbah in interpretaciji dediščine (tavrh, lan, volna, klopotec, putnar, zgodba o štorkljah, dediščina meteorološke postaje, pomembne osebnosti, zbirka starih razglednic itd.), pohodništvu in kolesarstvu. Na področju upravljanja so izrazili močno potrebo po sodobnih promocijskih materialih, vzpostavitvi TIC oz. zavoda za turizem, več trženjskih aktivnosti ter izrazili nujnost povezovanja ponudnikov. Želijo si tudi več priložnosti za povezovanje.

Izmed trenutno obstoječe turistične ponudbe so deležniki kot najbolj prepoznavno izpostavili čajnico, oljarno, kisarno, nastanitveno doživetje v starih domačijah ter vinsko kulinarična doživetja pri lokalnih ponudnikih. Kot neizkoriščen potencial so izpostavili Lokavec, kot najvišji vrh Osrednjih Slovenskih goric.

Obiskovalci so z obiskom destinacije zadovoljni. Zelo visoko z ocenami (nad 4 od 5) ocenjujejo kakovost nastanitvenih kapacitet, urejenost kraja in okolice, gostoljubnost in prijaznost, gostinsko ponudbo, varnost in skrb za zdravje. Slabše so ocenili le javni prevoz (3,8), označbe znamenitosti in kažipote (3,4), priložnosti za nakupovanje (3,6) in možnosti potovanja s kolesom ali peš (3,7). Pogrešajo pa TIC, več prireditev in doživetij, več informacij o doživljajski ponudbi in znamenitostih, ki so na ogled ter trgovino s spominki.

Tabela 2: SWOT analiza

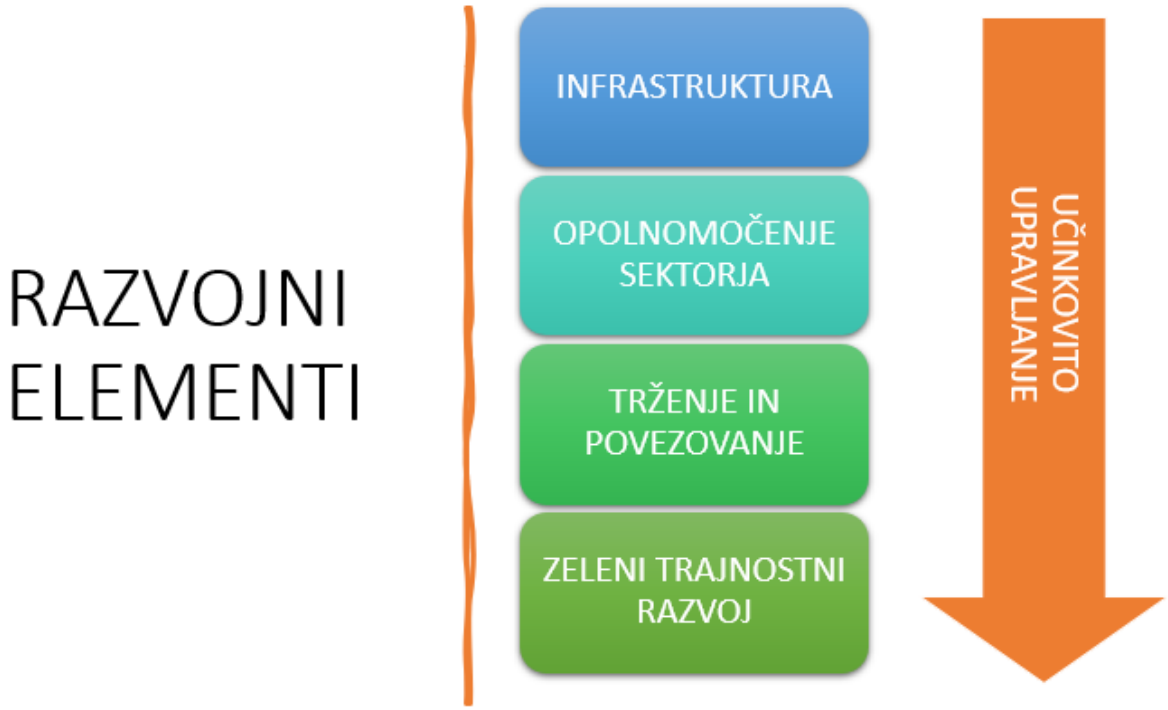
PREDNOSTI	SLABOSTI
• Lokacija (bližina Avstrije) • Destinacija je prepoznana kot urejena, mirna, gostoljubna, varna • Urejenost centra občine • Odlična vina in vinarji • Kvalitetna peneča vina • Tradicija prireditev in dogodkov v povezavi z vinsko dediščino • Vinorodna kulturna krajina s prelepimi avtohtonimi razgledi • Razgledi od Pohorja do Panonske nižine • Ohranjena stavbna dediščina • Ohranjena etnološka dediščina povezana z vinogradništvom, volno, zeliščarstvom, oljarstvom, mlinarstvom in lanom • Dobro podporno okolje na področju varstva kulturne dediščine • Obstoj integralnih produktov v sodelovanju z okoliškimi destinacijami (Lenart, Apače, Sveti Andraž), • Ohranjena nesnovna dediščina tradicionalnih plesov • Zanimive zgodovinske osebnosti povezane z zdravniško dejavnostjo in vinogradništvom • Znak kakovosti Slovenia Green Silver • Odlična lokalna kulinarika • Samooskrbnost destinacije (energetska - sončna elektrarna, prehranska - mesna, zelenjavna in sadjarska, vinska - vina, penine in mošt) • Evangeličanska & rimokatoliška cerkev	• Slaba dostopnost destinacije z javnim prevozom • Povprečna kulinarična ponudba in majhno število ponudnikov • Slabo pripravljeno lokalno okolje na aktivni turizem • Razpršen destinacijski management • Nepovezana turistična ponudba • Časovno neuravnotežena dostopnost ponudbe • Omejeno število nočitvenih kapacitet • Slaba prepoznavnost destinacije • Neprepoznavnost makro destinacije Štajerska kot turistične destinacije v Slovenskem prostoru • Pomanjkanje koles in e-koles za izposojo • Ni prepoznavne turistične blagovne znamke • Pomanjkanje digitalnih materialov za promocijo • Pomanjkanje sodobnih večjezičnih materialov za promocijo • Ni vzpostavljenega sistema za marketing in promocijo • Ni jasne signalizacije in pojasnil v tujih jezikih • Pomanjkljivo znanje tujih jezikov s strani ponudnikov (predvsem angleščine) • Destinacija se relativno redko pojavlja v medijih v povezavi s turizmom • Ni urejenih parkirišč za turistične avtobuse • Ni urejenih parkirišč za avtodome s potrebno infrastrukturo • Neprivlačnost destinacije za turistične agencije zaradi trenutnega majhnega obiska • Ponudba produktov je razpršena in ni jasnega sistema povezovanja ter kombiniranja v atraktivne aranžmaje

PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
• Nadgradnja produktov, osnovanih na vinu in nesnovni dediščini tradicionalnih plesov, s poudarkom na interpretaciji • Razvoj kolesarskega in pohodniškega produkta • Povečanje števila integralnih turističnih produktov • Odlična domača kulinarika • Prijazni ljudje • Tematsko povezovanje ponudnikov v regiji (mnogo dobrih izhodiščnih tematik) • Ponudba za goste iz tujih držav in že obstoječ zeliščarski produkt • Nadgradnja ponudbe primerne za kolesarski in pohodniški turizem • Priprava idejne zasnove »prebojnega projekta« z visoko turistično atraktivnostjo, prepoznavnostjo in dodano vrednostjo z multiplikativnimi učinki • Oživljanje rokodelskih dejavnosti na sodobne načine • Ekološko kmetijstvo • Zanimive tradicionalne brezmesne jedi • Doživljajske nastanitvene kapacitete • Poroke (evangeličanske in rimokatoliške) • Lokavec, kot najvišji vrh Osrednjih Slovenskih goric • Konjeništvo • Poletna »vinska« ponudba v vinogradih	• Šibko povezovanje med ponudniki • Pomanjkanje interesa lokalnih prebivalcev za ukvarjanje s turizmom • Pomanjkanje zadostnih finančnih sredstev za dolgoročno izvajanje strateških načrtov za razvoj in promocijo turizma na vseh ravneh • Pomankanje kadra za dolgoročno izvajanje strateških načrtov za razvoj in promocijo turizma • Projektni pristop RASG na področju razvoja turizma (odvisnost od sredstev LAS, evropskih projektov ipd.) • Počasne spremembe zakonodaje in sprejemanje aktov na državni ravni • Intenzivno kmetijstvo • Pomanjkanje interesa lokalnih prebivalcev za investicije v turizem • Slaba podpora države na področju okoljevarstvenih prizadevanj • Nejasna uvrščenost destinacije Osrednjih Slovenskih goric v nacionalnih turističnih strateških dokumentih (STO) • Slabša dostopnost z javnim prevozom • Pomanjkanje kakovostne in kompetentne delovne sile • Neodzivnost na spremembe in trende

RAZVOJNE PRIORITETE

Pričujoča strategija turizma je celosten dokument osredotočen na mikrolokacijo Občine Sveta Ana, ki strateško usmerja njen razvoj na področju trajnostnega turizma. V preteklih obdobjih je bila razvojna strategija turizma vključena v ostale razvojne občinske dokumente ali pa je bila del regijskih strateških dokumentov (npr. Razvojni program območnega razvojnega partnerstva Slovenske gorice 2014 - 2020, Strategija razvoja turizma na območju 22 občin Zg. Podravja (Osrednja Štajerska) itd.). Temeljni izziv, ki ga nagovarja ta strategija je zato vezan na pozicioniranje turistične destinacije, krepitev kompetenc turističnih deležnikov in ustvarjanje razvojnega okolja ugodnega za turizem.

Shema 2: Ključni razvojni elementi na področju turizma v destinaciji Sveta Ana



Destinacija ima dobre danosti v okviru primarne turistične ponudbe. Razvojno gledano je zato potreben vsebinski poudarek na sekundarni podporni turistični ponudbi.

Področje razvoja infrastrukture v okviru tega dokumenta zajemamo širše in vključuje prometno infrastrukturo, nočitveno infrastrukturo, gastronomsko, enološko in gostinsko storitveno podporno mrežo, doživljajsko infrastrukturo ter tržno-razvojno infrastrukturo.

Opolnomočenje sektorja zajema informiranje, povezovanje in ozaveščanje deležnikov ter krepitev njihovih kompetenc. Posebno pozornost je pri tem potrebno posvetiti tudi interesnim skupinam oz. nevladnim organizacijam ter prebivalcem, ki se jih v še večji meri vključi v izvajanje, pa tudi v načrtovanje turističnih politik.

Za doseganje prebojnih rezultatov, pa je ključnega pomena strokovno podprto povezovanje in učinkovito trženje. Zeleni turizem v turistični panogi postaja vodilna smer in ponuja največje možnosti rasti v sektorju. Povezovanje mora biti zato ciljno usmerjeno z namenom oblikovanja zanimivih tržnih

zgodb. Tržni produkti, pa morajo biti podprti z dobrim digitalnim materialom, tržno zanimivo zgodbo ter predstavljeni preko ustreznih tržnih kanalov.

Predpogoj za oblikovanje zelene turistične ponudbe je seveda trajnost destinacije, ki trajnost živi na nivoju bivalnega okolja, lokalne uprave in lokalnega gospodarstva.

Osrednji cilj razvojnega obdobja 2022 - 2025 je vzpostavitev ugodnega okolja in zdravih temeljev za razvojni preboj turizma kot gospodarske panoge v naslednjem razvojnem obdobju. Zato ukrepi oblikovani v nadaljevanju dokumenta uravnoteženo krepijo vsakega izmed naslednjih identificiranih razvojnih stebrov: zeleno upravljanje, trženje in povezovanje, opolnomočen turistični sektor ter turistična infrastruktura.

Shema 3: Glavni stebri razvoja na področju turizma

DESTINACIJSKI MANAGEMENT

Upravljanje

Učinkovito upravljanje destinacije je ključni predpogoj za uspešen razvoj turizma. Destinacijski management za destinacijo Sveta Ana trenutno na krovni ravni izvaja Občinska uprava Občine Sveta Ana, ki po potrebi vključuje Razvojno agencijo Slovenske gorice, kot ožjo regionalno strukturo ter Zavod za turizem Maribor, kot širšo regionalno strukturo. Občina Sveta Ana je manjša slovenska občina z nizkim številom zaposlenih, zato v destinacijskem managementu sodelujejo vsi zaposleni v občinski upravi, po potrebi pa še strateški akterji, ki delujejo na področju turizma na območju Občine Sveta Ana (npr. turistični vodiči, panožna društva, ponudniki). Tehnično podporo zagotavljajo zunanji izvajalci. Vse aktivnosti so centralno koordinirane s strani Občinske uprave Občine Sveta Ana. Destinacijski management vodi direktor Občinske uprave, ki je hkrati tudi zeleni koordinator destinacije.

V prihodnosti je potrebno krepiti vlogo ključnega krovnega upravljalca, ki bo povezoval in usklajeval vse aktivnosti na področju turizma ter zagotovil, da bo:

- komuniciranje destinacije v stiku z zunanjimi deležniki in notranjimi turističnimi in s turizmom povezanimi deležniki konstantno, opazno, jasno in pregledno,
- pregled nad turistično destinacijo, njenimi potrebami in priložnostmi celosten,
- zagotovljena pomoč turističnim ponudnikom v obliki podpore z enega centralnega mesta.

Upravljavec destinacije Sveta Ana določi Razvojno agencijo Slovenske gorice za podporo pri izvajanju destinacijskega managementa, še posebej za promocijo, trženje in operativno podporo pri izvajanju aktivnosti s področja turizma.

Za jasno preglednost izvajanja nalog se v okviru občinske uprave ustanovi enota za turizem, za izvajanje aktivnosti pa se zadolži oseba s kompetencami, znanjem, izkušnjami in referencami na področju vodenja razvojno-trženjskih projektov v trajnostnem turizmu in z visoko stopnjo okoljevarstvene zavesti ter kreativnosti. Ta enota ažurno v sodelovanju s turističnim gospodarstvom pripravlja dvoletni razvojni program dela in financiranja aktivnosti ter ga na letni ravni ažurira.

Osnovne naloge, ki jih ustanovljena enota opravlja so:

- upravljanje destinacijske znamke,
- koordiniranje zelenega razvoja turistične destinacije,
- skrb za uravnoteženo vključevanje javnega sektorja, zasebnega sektorja in prebivalcev v turistični razvoj destinacije,
- razvoj javne turistične infrastrukture,
- skrb za kakovost,
- skrb za ustrezno usposobljenost ekipe ter sledenje trendom,
- lokalno povezovanje deležnikov, ki so povezani s področjem turizma in skrb za mreženje,
- strateški razvoj novih produktov v sodelovanju z zunanjimi izvajalci,
- sodelovanje z receptivnimi agencijami,
- koordinacija TIC,
- povezovanje s sosednjimi destinacijami,
- skrb za tržno-komunikacijska gradiva,
- skrb za sodobni vsebinski digitalni marketing (Instagram, FB, spletna stran ipd.),
- komuniciranje s poslovnimi javnostmi (B2B).

Pomembna naloga ustanovljene enote za turizem je tudi skrb za vzdrževanje pridobljenega znaka kakovosti v okviru zelene sheme slovenskega turizma Slovenia Green.

Statistično spremljanje področja turizma

Za trajnostno in strateško optimalno načrtovanje področja turizma je zelo pomembno kontinuirano spremljanje področnih statističnih podatkov. V preteklem obdobju je bilo spremljano število nočitev in število ponudnikov ter vrsta ponudbe. Ostali podatki so bili zbrani in obdelani priložnostno.

V fazi izvajanja strategije je potrebno vložiti napore v akumulacijo uporabnih podatkov. Sistematično se prične zbirati podatke o :

- številu obiskovalcev: podatki se zberejo pri turističnih ponudnikih,

- obiskovalcih po skupinah držav iz katerih prihajajo: podatki se zberejo pri turističnih ponudnikih,
- zasedenosti prenočitvenih kapacitet,
- porabi obiskovalcev: podatki se zberejo preko anketnih vprašalnikov,
- RevPAR (prihodek na razpoložljivo sobo): podatki o prihodkih se zberejo pri turističnih ponudnikih ter izračunajo na podlagi podatka o nočitvenih kapacitetah,
- zaposlovanju v turizmu: podatki se zberejo pri turističnih ponudnikih zasebnega sektorja in pri javnih institucijah (Občinska uprava, RASG ipd.) in
- investicijah v turizem: podatki se zberejo pri turističnih ponudnikih zasebnega sektorja in pri javnih institucijah.

Glede na obstoj skupne regijske blagovne znamke Ovtarjeva ponudba in omejenih kadrovskih virov, zaradi majhnosti destinacije, se priporoča vzpostavitev spremljanja statističnih podatkov na regionalni ravni. Glede na skupne interese regije in že obstoječe povezovalne projekte je najustreznejša institucija za izvedbo RASG.

Vplivi turizma

Vpliv turizma na okolje

Trenutno negativnih vplivov turizma na okolje v destinaciji zaradi relativno majhnega števila obiskovalcev ni zaznati. Destinacija je usmerjena v trajnostni turizem. Pri vseh načrtovanih aktivnostih se zato upošteva nosilna kapaciteta turistične destinacije, ki glede na trenutne tokove turistov ni presežena. Najbolj občutljiv ekosistem v destinaciji je območje reke Ščavnice. Negativnega vpliva na okolje zaradi turizma ni zaznati, saj so se kazalniki onesnaženosti in biotsko stanje v reki v zadnjih letih izboljšali. Vrnil se je tudi bober.

Kot potencialni vir negativnih vplivov se kaže predvsem avtomobilski promet, kar se bo nagovarjalo s spodbujanjem uporabe koles za prihod dnevnih turistov v destinacijo. Za raziskovanje destinacije, pa je predvidena poleg spodbujanja uporabe kolesa še promocija koriščenja pešpoti.

V destinaciji se turiste sistemsko že spodbuja k odgovornemu obnašanju v naravnem okolju preko Zelenih navodil za okolju prijazno raziskovanje Svete Ane. Ustrezno je tudi osveščanje najmlajših prebivalcev v destinaciji, saj Osnovna šola Sveta Ana preko raznih projektov kontinuirano skrbi za izkustvene okoljevarstvene izobraževalne vsebine (npr. Projekt skrb za okolje in zdravje, Netopir na Vulkanu, ipd.). Posebnega pomena je tudi mednarodni projekt Growingrivers v okviru sodelovanja z Univerzo v Coimbri na Portugalskem. Projekt tematsko obsega področje varstva voda, v njem, poleg drugih aktivnosti, učenci 5. razredov pod mentorstvom dr. Gorazda Urbaniča spremljajo biotsko pestrost in kazalnike onesnaženosti reke Ščavnice. Ciljno osveščanje aktivnega prebivalstva je trenutno omejeno na vinogradniške vsebine. Pomemben prispevek v okviru vinskega turizma prinaša projekt Vino prijazno do okolja, ki nagovarja vinogradnike, hkrati pa osvešča obiskovalce (turiste). V okviru anketiranja prebivalstva in poglobljenih intervjujev z deležniki na področju turizma je bilo ugotovljeno, da je poznavanje naravnih vrednot s strani prebivalstva šibko, zato je spoznavanju naravnih danosti potrebno posvetiti dodatno pozornost.

Deležniki so v okviru raziskave kot enega največjih atributov destinacije izpostavili razglede, zeleno okolje, mir in tišino. V kraju je občasno možno zaznati nekontrolirano točkovno onesnaženje s hrupom, zato je v bodoče smotrna sistemska regulacija v obliki sprejetja občinskega odloka ali drugega ustreznega akta, ki preprečuje nepotrebno onesnaženost mirne destinacije s hrupom.

Vpliv turizma na socialno okolje

Razvoj trajnostnega turizma ima pozitiven vpliv na socialno lokalno okolje. Pozitivni učinki se kažejo v večji stopnji lokalne samooskrbe in z njo povezanem krožnem gospodarstvu. Pozitivno prispeva k ohranjanju lokalne snovne in nesnovne dediščine. Višja je tudi stopnja zavedanja prebivalcev, kakšna so naravna in kulturna bogastva v destinaciji. Turistična infrastruktura, v obliki cest, kolesarskih poti, urbane opreme ter infrastrukture za rekreacijo in kvalitetno preživljanje prostega časa, je dodana vrednost za prebivalce, ki imajo zaradi razvoja turizma nedvomno boljše bivalne pogoje. Turizem prinaša nova delovna mesta. Zeleni turizem je tudi kreativna gospodarska panoga, ki omogoča številne zaposlitve v obliki ustvarjanja novih inovativnih delovnih mest. S tem prispeva k nižjemu odseljevanju in omogoča pomlajevanje populacije. Višanja cen nepremičnin zaradi turizma ni zaznati.

Vpliv turizma na varnost in zdravje v destinaciji

Izvajanje trajnostnega turizma v destinaciji ne predstavlja tveganj za poslabšanje zdravstvenega stanja prebivalcev. Je odmik od masovnega turizma, ki predstavlja visoke obremenitve za okolje in zdravje prebivalstva. Dejavnosti so razpršene in so usmerjene v aktivnosti na prostem. Turistična infrastruktura je osredotočena na razvoj kolesarskih in pohodniških poti, ki tematsko povezujejo lokalno turistično ponudbo. Infrastrukturo lahko enakovredno uporabljajo tudi lokalni prebivalci za namen rekreacije in kvalitetnega preživljanja prostega časa. Razvoj kolesarske in pohodniške turistične infrastrukture ima tako pozitiven vpliv na zdravje ljudi v destinaciji. Turistična dejavnost prav tako ne povzroča pritiskov na lokalno zdravstveno dejavnost. V zadnjih petih letih v lokalni zdravstveni ambulanti obravnave turistov niso zabeležili. Zaradi pojava epidemije in zaskrbljujočega globalnega stanja na področju zdravja, je Občina Sveta Ana pripravila Krizni načrt zdravja in varnosti na področju turizma. Načrt je javno objavljen na občinski spletni strani v sektorju turističnih informacij.

Na področju varnosti je spremljanje stanja na letni ravni pokazalo, da je Občina Sveta Ana varna destinacija brez večjih tveganj. Kulturni in trajnostni turizem, ki je v destinaciji razvit, ne predstavlja večjih tveganj za porast kriminalitete. Kaznivih dejanj na področju turistične dejavnosti ali kaznivih dejanj, ki bi jih storili turisti, pristojni policijski organi niso obravnavali. Prometna varnost se statistično letno izboljšuje, zato novih aktivnosti na področju zagotavljanja varnosti v destinaciji ta strategija ne predvideva. Predvideno povečanje kolesarskih poti v destinaciji predstavlja zaradi posledično več kolesarjev na cesti nov dejavnik tveganja za varnost v prometu. Destinacija bo ta dejavnik tveganja nagovarjala z ustrezno dodatno prometno signalizacijo in obveščanjem lokalnega prebivalstva preko ustaljenih kanalov obveščanja (spletna stran, Ovtarjeve novice ipd,.).

Vpliv turizma na kulturo

Destinacija Sveta Ana se ponaša z izjemno kulturno dediščino. V register kulturne dediščine je vpisanih 42 enot nepremične kulturne dediščine, številne, etnološko zanimive, so prireditve s področja vinogradništva. Razvoj turizma ima v destinaciji pozitivne vplive. Stavbna dediščina je aktivno vključena v turistično ponudbo. Več enot registrirane dediščine, pa je bilo vključenih tudi v razne mednarodne projekte. V okviru hrvaško-slovenskega projekta EtnoTour sta bili obnovljeni in vsebinsko aktivirani Kaplova in Grafonževa domačija, v okviru madžarsko-slovenskega pa Evangeličansko pokopališče. Oba kulturna projekta sta se uvrstila med 100 najboljših EU kulturnih projektov v okviru Evropskega leta kulturne dediščine. Ažurno se v okviru prireditev ohranja tudi nesnovna dediščina in kulturno izročilo.

Z razvojem turizma so povezani načrti za nove obnove zavarovane dediščine in njeno aktivacijo. Več pozornosti je potrebno vložiti v obveščanje prebivalcev, saj ti pozitivnih vplivov turizma na varstvo kulturne dediščine ne prepoznajo.

Dodatne napore je potrebno vložiti tudi v prezentacijo in interpretacijo kulturne dediščine, še za zunanje obiskovalce, ki premalo poznajo dediščino Svete Ane. Razvoj turizma ima lahko pozitivne vplive z vidika razvoja kulturne ponudbe, ki je sedaj omejena na lokalni nivo in je sezonsko razporejena. Glede na majhnost destinacije je kritična masa lokalne populacije sicer premajhna za razvoj širokega spektra kulturne ponudbe.

Dejavniki tveganja so identificirani predvsem v povezavi s prireditvami v smislu komercializacije in banalizacije. Posebno pozornost je zato potrebno posvetiti višanju ravni zavedanja lokalnega prebivalstva in gospodarstva ter krepiti kompetence organizacij, ki skrbijo za ohranjanje in prezentacijo dediščine.

Vpliv turizma na gospodarstvo

Anovsko gospodarstvo temelji predvsem na obrtništvu in kmetijski dejavnosti. Razvoj turizma ustvarja raznolika nova delovna mesta ter omogoča inovativnost pri kreiranju novih delovnih mest, ki lahko nastanejo na področju kulture ali turističnih doživetij. Prinaša razvoj storitev, ki so komplementarne turističnemu razvoju (npr. manjše trgovine, lokalna samooskrba, dopolnilne dejavnosti na kmetiji, sobodajalstvo, učne delavnice povezane s spoznavanjem lokalne dediščine ipd.). Razvoja teh gospodarskih panog brez turizma zagotovo ne bi bilo, saj je lokalno prebivalstvo premalo številčno za doseganje kritične mase za razvoj teh dejavnosti. Že obstoječe dejavnosti pa bodo dosegale večjo prepoznavnost in boljšo kupno moč. Razvoj turizma bo imel pozitivne vplive tudi na prepoznavnost občine v širšem prostoru.

Vplivi podnebnih sprememb na razvoj turizma v destinaciji

Podnebne spremembe kot negativne posledice s seboj prinašajo temperaturne šoke, povečano izhlapevanje vode in posledično obdobne suše. Navedeni vplivi imajo lahko dolgoročen vpliv na tradicionalno kmetijsko gospodarsko panogo, predvsem vinogradništvo. Destinacija Sveta Ana je bogata z vodnimi viri, zato posledic potencialnih suš destinacija ne čuti. Za obvladovanje tveganj ob pojavu suše na področju kmetijstva se preventivno vzdržuje zasaditve nabrežin s tradicionalnimi topoli in drugimi drevesnimi vrstami, ki s koreninskim sistemom ohranjajo vodne zaloge. Pred erozijo prsti in z namenom zmanjšanja izhlapevanja je zaščita trajna zatravljenost in pokrivnost. Tveganj zaradi pomanjkanja pitne vode destinacija zaradi kvalitetnih stabilnih vodnih virov ne zaznava. Večje tveganje pa za vinogradnike, sadjarje, zelenjadarje in poljedelce predstavljajo ekstremne vremenske razmere v obliki ujm s točo in pozebe. Posledično pa tudi slabša odpornost rastlin, pojav novih škodljivcev in bolezni rastlin. Destinacija tveganja nagovarja s promocijo ekološkega kmetijstva in izborom lokalnih, bolj odpornih sort in semenskega materiala.

Negativen vpliv na podnebne razmere pa lahko prispeva turizem s povečanimi izpusti toplogrednih plinov v obliki izpustov zaradi dodatnih potreb po ogrevanju in izpustov, ki jih povzročajo tradicionalna dizelska in bencinska motorna sredstva. Tveganja destinacija nagovarja s vspodbujanjem nameščanja efektivnih okolju bolj prijaznih kurilnih naprav (tudi z lastnim vzorom sanacije in menjave kurilnih naprav v stavbah v javni lasti) ter z vspodbujanjem trajnostnega prometa. V destinaciji je že nameščena

električna polnilnica, ki omogoča brezplačno polnjenje, v prihodnjosti pa bodo izvedeni še dodatni ukrepi za vspodbujanje uporabe koles in hoje.

STRATEGIJA VAROVANJA OKOLJA

Značilna kulturna krajina destinacije so številni čudoviti pogledi na vinske gorice, ki predstavljajo tradicionalno krajino Osrednjih Slovenskih goric. Nekoč je destinacija predstavljala pester sadjarski svet po Postičevi zaslugi. Danes je ta ponudba omejena na redke ponudnike jabolk. Značilna je razpršena gradnja, ki podeželskemu območju daje tradicionalen pridih in razglede, ki se skozi desetletja minimalno spreminjajo. Posebnost iz krajinskega vidika je tudi območje reke Ščavnice.

Varovanje biotske pestrosti

Območje Občne Sveta Ana zajema okoli tretjina površin, ki so vključene v razne varovalne režime (ekološko pomembna območja, življenjsko območje medveda - cona izjemne prisotnosti). Med ekološko pomembna območja sodijo Slovenske gorice - osrednji del in Dolina Ščavnice. Nature 2000 v občini ni.

Podlago za spremljanje vplivov turizma predstavljajo poročila Zavoda RS za varstvo narave o merjenju in spremljanju habitatov ter monitoring v okviru šolskega projekta Growing Rivers, v katerem se je pod mentorstvom dr. Gorazda Urbaniča spremljal habitat avtohtonih rakov.

V prihodnje se bo spremljanje habitatov še okrepilo v okviru raznih projektov. Z raznimi aktivnostmi za opolnomočenje prebivalstva na področju naravnih danosti in okoljevarstva ter osveščanjem se bo nagovarjalo tudi prebivalce. OŠ že ima vzpostavljene redne in projektne mehanizme za okoljsko vzgojo in spodbuja učence k varovanju narave. Za turiste je destinacija pripravila zelene napotke, ki pa jih je potrebno še nadgraditi in povečati frekvenco obvestilnih tabel in opozoril v naravnem okolju.

Varovanje kulturne krajine in avtohtonih razgledov

Sicer kulturna krajina spada pod grajeno antropogeno okolje, a jo zaradi tesne povezanosti človeka in okolja, vseeno obravnavamo v okviru področja varovanja okolja. Tradicionalna krajina v Slovenskih goricah so vinske gorice. Prelepi slikoviti pogledi na krajino, posuto z vinskimi goricami, so pomemben del enološkega turizma. Pri tem je varovanje čistega okolja s poudarkom na neonesnaženih zemljinah ter neoporečnih talnih in površinskih vodah bistvenega pomena.

Okolje je potrebno očistiti ostankov žičnih vodov, ki niso več v uporabi ter namestiti koše za odpadke. Letno se izvedejo tudi čistilne akcije.

Potencial je v preusmerjanju tradicionalnih kmetovalnih pristopov v ekološke, butične. Območje ima zaradi svojih naravnih danosti dolgoročen potencial kot ekoregija.

Nekoč bogato območje sadnih vrst je danes pretežno vinogradniška destinacija. Vinogradništvo plemeniti le še nekaj starih sadovnjakov s poudarkom na jabolkih. V bodoče se pozornost usmeri v večjo sadno pestrost, ki bo spominjala na zlato Postičevo dobo.

STRATEGIJA ZA USPEŠNO PRILAGAJANJE PODNEBNIM SPREMEMBAM

Zaradi naglih podnebnih sprememb na planetu, kot posledica eksponentne rasti izpustov toplogrednih plinov, se dolgoročno segreva ozračje tudi v Sloveniji. Kolikšen bo končni dvig temperature v Sloveniji do konca stoletja, pa je zelo odvisno od scenarija izpustov TGP. Prognoze za Osrednje Slovenske gorice so na podlagi projekcij, predstavljenih v Sinteznem poročilu Ocena podnebnih sprememb v Sloveniji do konca 21. stoletja[4], do sredine tega stoletja ugodne in kažejo manjše odklone, v drugi polovici stoletja pa se ob konstantnem onesnaževanju obeta zaskrbljujoča situacija tudi za to regijo.

Prednost destinacije je, da je delež betonskih površin manjši, da so površine ozelenjene in da je prisotno gozdno in vodno rastje. Kljub ugodnim napovedim v primerjavi z večino drugih regij, pa je dejstvo, da se bodo vročinski vali stopnjevali v poletnih mesecih ter, da se bo zaradi spremenjenega režima padavin in povečane stopnje izhlapevanja, pojavljala suša.

Dejavnik, ki mu je potrebno posvetiti pozornost, je tudi reka Ščavnica, ki je zaradi izgube zanjo značilnega vodostaja lahko ogrožena v smislu biodiverzitete.

Na področju kmetijstva lahko pričakujemo suše in vročinski stres, poplave, neurja (veter, toča), plazenje zemljin, spomladi pozebe. Posledično bodo pridelki bolj izpostavljeni škodljivcem in boleznim. Negativni vplivi se lahko tako odražajo v nižji količini in slabši kakovosti pridelka ter v izgubi kvalitetnih zemljin. Priporočeni ukrepi za blaženje in prilagajanje podnebnim spremembam brez infrastrukturnih posegov v okolje so:

- prehod v ekološke načine kmetovanja,
- izbira odpornih in rastišču prilagojenih tradicionalnih sort,
- uvajanje mešanih kultur in odpravljanje monotonih nasadov,
- ozelenjene površine skozi vse leto,
- prilagojena obtežba goric s strojno mehanizacijo (lažja, neinvazivna mehanizacija, nadomeščanje določenih invazivnih strojnih del z ročnimi),
- zasaditev rastja (dreves, grmovnic), ki s koreninskim sistemom utrjujejo brežine, akumulirajo vodo, preprečujejo plazenje in blažijo erozijo,
- revitalizacija mejic in ustreznega obvodnega rastja itd.

Na področju varovanja zdravja lahko pričakujemo težave z zdravjem, ki jih povzročajo vročinski valovi, onesnaženje zraka z ozonom, pojav epidemij in širjenje bolezni. Poseben dejavnik tveganja je tudi prehranska varnost, povezana z dostopom do kakovostne prehrane, ki je pridelana na naraven oz. sonaraven način. Priporočeni ukrepi za blaženje in prilagajanje podnebnim spremembam na področju zdravja so:

- spremljanje in uvajanje higienskih standardov,
- zagotavljanje kvalitetne lokalne samooskrbe,
- vzpostavitev mehanizmov učinkovitega obveščanja obiskovalcev in prebivalcev,
- ob evidentiranju izrednih razmer izvedba internih izobraževalnih akcij in eksterno usposabljanje za relevantne deležnike in nosilce turizma,
- integracija GREEN&SAFE zaveze odgovornemu, zelenemu in varnemu turizmu ter spremljanje in zagotavljanje sprejetih standardov v okviru zaveze…

[4] https://meteo.arso.gov.si/uploads/probase/www/climate/text/sl/publications/OPS21_Porocilo.pdf

Možni so vplivi tudi na področju gradbeništva. V prihodnje naj načrtovanje gradbenih posegov temelji na poznavanju rezultatov podnebnih projekcij. Dodatno je potrebno posvetiti pozornost:

- ustreznemu projektiranju drenažnih sistemov s kalkuliranimi vrednostmi povečanih vod zaradi obsežnih nalivov,
- pred gradnjo preveriti možnosti plazenja zaradi razmočenost in preventivno ukrepati,
- uporabi odpornih materialov na vremenske spremembe,
- učinkovitejši rabi energije v stavbah in spodbujanje zelenih virov energije…

POZICIONIRANJE TURISTIČNE DESTINACIJE SVETA ANA

Pozicioniranje Svete Ane v makroregiji

Destinacija Sveta Ana spada v Podravsko statistično regijo. V okviru izvedene delavnice in strukturiranih intervjujev za pripravo strategije je lokalno okolje kot svojo makroregijo prepoznalo Štajersko in izrazilo obžalovanje, da se Štajerska ne promovira kot makro turistična destinacija. Splošno mnenje je, da bi hierarhično v turizmu morala biti Sveta Ana prepoznana najprej kot del Štajerske, potem del Osrednjih Slovenskih goric ter nato kot samostojna destinacija.

Shema 4: Hierarhija destinacijske prepoznavnosti v okviru geografske regije

Nejasna pripadnost in odsotnost makroregije, kot prepoznane turistične destinacije v Sloveniji pušča odprt manko vezan na promocijo tako destinacije Slovenskih goric, kot Svete Ane. Pretekla strategija, Strategija razvoja turizma na območju 22 občin Zg. Podravja (Osrednja Štajerska) Maribor-Pohorje-Slovenske gorice in Dravsko polje, večjih premikov in širše prepoznavnosti ni prinesla. V novem obdobju, pa se je Maribor osredotočil s Strategijo trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022−2027 predvsem na lastno promocijo ter s širšo regijsko strategijo v nastajanju, Strategijo razvoja in trženja ponudbe destinacije Pohorje 2021-2027, na prepoznavnost Pohorja. Slovenske gorice tako ostajajo brez jasne turistične strategije.

Regijske aktualne aktivnosti RASG na področju turizma

Razvojna agencija Slovenske gorice (RASG) je osrednja razvojna institucija regije. Za Občino Sveta Ana koordinira in podpira izvajanje regijsko usmerjenih razvojnih in povezovalnih projektov. Koordinira tudi delovanje LAS Ovtar in vodi izobraževalni center Slovenske gorice.

TIC, ki je v upravljanju RASG in je lociran v centru Lenarta, predstavlja velik potencial za obveščanje turistov, ki so stacionirani v sosednjih destinacijah in iščejo popestritev svojega oddiha, o ponudbi Svete Ane.

Razvojna agencija Slovenske gorice z različnimi projekti skrbi tudi za razvoj turizma, malega gospodarstva, kadra in infrastrukture na podeželju. V nadaljevanju izpostavljamo nekaj trenutno aktualnih relevantnih projektov za področje turizma:

- Ovtar na rajžo gre: Projekt je namenjen širjenju mreže Ovtarjeve ponudbe. Dodana vrednost bo ojačana baza ponudnikov (predvidene so tudi delavnice za opolnomočenje), priprava kataloga s turistično vsebino Slovenskih goric v treh jezikih, turistični zemljevid območja vzhodne Slovenije, nadgradnja ponudbe dogodkov s Festivalom slovenjegoriške gibance.
- Incoming agencija: Gre za projekt širšega območja Štajerske, ki opaža, da je z vidika turizma regija slabo prepoznana in promovirana. Dodana vrednost projekta bo poglobljena analiza obstoječe ponudbe in razvoj nove, animacija različnih deležnikov (ponudniki, zavodi za turizem, lastniki kulturne in naravne dediščine, relevantni javni zavodi, drugi zainteresirani deležniki), določeni bodo standardi za trženje, oblikovana bo prodajna spletna stran, pripravljene tiskovine in optimizirano digitalno informiranje.
- Na tržnico z Ovtarjem: Projekt nagovarja izziv prehranske samooskrbe na območju Slovenskih goric. Dodana vrednost je v analizi obstoječe integralne turistične ponudbe ter oživljanje lokalne ponudbe na tržnicah območja LAS.
- Zeleni biznis: Gre za projekt usmerjanja podjetništva v trajnostne dimenzije in aktivacijo ranljivih ciljnih skupin. Udeleženci projekta z dolgim imenom Zeleno podjetništvo v slovenskih goricah, pridobijo znanja za samostojno uporabo informacijsko-komunikacijske tehnologije in komunikacijo v nemškem jeziku, osvojijo veščine poslovnega bontona in javnega nastopanja, znajo izbrati ustrezno pravno organizacijsko obliko za svojo dejavnost, upoštevajo načela zelenega delovnega mesta in zdravega življenjskega sloga.
- Kolesarske poti na območju ORP Slovenske gorice: Projekt geografsko obsega Območno razvojno partnerstvo (ORP) Slovenske gorice. Sofinanciran je iz evropskih kohezijskih sredstev, v okviru Drugega dogovora za razvoj regij, prednostne naloge 4.4 Spodbujanje mobilnosti. V preostalem območju, pa gre za izgradnjo državne kolesarske mreže, ki jo bo izvedla DRSI.
- PONI (Podjetno Nad Izzive): Gre za projekt, ki v lokalnem okolju s podpornimi razvojnimi in izobraževalnimi aktivnostmi spodbuja podjetništvo ter opolnomoči podjetnika za njegovo nadaljnjo poslovno pot. Za področje turizma je projekt relevanten iz vidika spodbujanja prebivalcev k realizaciji svoje podjetniške ideje na področju turizma.

IDENTIFIKACIJA CILJNIH KUPCEV

V okviru spremljanja zadovoljstva obiskovalcev, ki ga občina izvaja v okviru zelene sheme slovenskega turizma od leta 2018 dalje, lahko ugotovimo, da prevladujejo gostje iz Avstrije in Slovenije. V času epidemije je bilo nekaj manj kot 70 % gostov iz Slovenije, nekaj več kot 10% pa iz sosednje Avstrije. Gostje iz sosednje Avstrije so v destinaciji praviloma le redko nočili. Gostje iz drugih evropskih držav pa

so v večini v destinaciji tudi prenočevali. Gre za turiste poljske, italijanske, bosanske, srbske, nemške, španske, češke in slovaške narodnosti. Posamično se pojavljajo tudi gostje iz drugih držav. Pred epidemijo je destinacijo obiskalo približno 60% gostov iz Slovenije, 35% gostov iz sosednje Avstrije ter 5% obiskovalcev iz ostalih držav.

Velika večina obiskovalcev je dnevnih gostov, tisti, ki pa prespijo, pa v povprečju ostanejo več dni. V večini gre za pare, posameznike in družine, ki v destinacijo pripotujejo z avtomobilom. Dnevni gostje v večini destinacijo obiščejo v skupini z avtobusom. Gre za prevladujočo slovensko populacijo. Osrednja tematika teh skupinskih vodenih ogledov je spoznavanje Postičeve vinogradniške dediščine. V času epidemije, se je število avtobusnega turizma drastično zmanjšalo. Dobro so obiskane tudi prireditve povezane z vinogradniško tradicijo. Obiskovalci prihajajo predvsem iz sosednjih občin ter Maribora z zaledjem.

Glede na izvedeno analizo lahko opazimo trend rasti tujih gostov, veča se nabor držav iz katerih prihajajo. Glede na to, da avstrijski gostje le redko nočijo v destinaciji in ostanejo izjemoma več kot en dan, so potencial predvsem gostje iz drugih držav ter slovenke družine. Za dnevni turizem, v obliki skupinskih ogledov, pa ostajajo ciljna skupina: gostje iz Slovenije (povezani v interesna združenja ter manjše skupine) in gostje iz sosednje Avstrije (posamezniki kolesarji in pohodniki ter interesne skupine, ki v destinacijo prispejo z avtobusom).

Gostje prihajajo zaradi počitka, zabave in kulinarike ter naravnih in kulturnih znamenitosti, manjši delež obiskovalcev pa tudi s poslovnimi motivi. Zanimivo je, da rekreacije, kljub odličnim danostim, kot motiva prihoda anketirani ne navajajo. V prihodnje je zato potrebno v promocijskih aktivnostih in komunikaciji ponudbe te danosti bolj izpostaviti, predvsem kolesarstvo in pohodništvo.

V skladu z raziskavo Persone ciljnih skupin slovenskega turizma, ki jo je za STO leta 2016[5] opravilo podjetje Valicon, lahko potencialne obiskovalce, ki jih nagovarja ponudba destinacije Sveta Ana opredelimo kot:

Zelene raziskovalce: ki si želijo občutek miru, barvito naravo in lepe razglede, čisto okolje, lahke aktivnosti v naravi ter posebne naravne znamenitosti.

Družabne foodije: ki si želijo odmika od vsakdana, obiskati vinske kleti, uživati v zanimivi kulinariki, jih zanimajo lokalne znamenitosti in zgodovina.

Urbane ozaveščence: ki jih pritegne bližina Maribora, kot prestolnice kulture, hkrati pa imajo radi bogato naravno in kulturno tradicijo na enem mestu, želijo v kratkem času doživeti pristen stik z okoljem, iščejo lokalne ponudnike hrane ter stik s prebivalci.

Aktivne nostalgike: ki si želijo spočiti in sprostiti se, uživati v lepi naravi, nadihati se svežega zraka, doživeti nekaj zabavnega, cenijo lokalne prireditve (športne in kulinarične, tradicionalne, glasbene), iščejo lažje pohodniške poti, naravne parke in pristne znamenitosti.

Predane mame: ki si z otroci želijo preživljati čas v naravi, cenijo varnost destinacije, zanimivo, drugačno ponudbo za otroke (predvsem v naravi) tako v obliki infrastrukture, kot aktivnosti, lepe razglede in pohodništvo s poučnimi vsebinami.

[5] https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/sto157_persone_ciljnih_skupin_slo_turizma.pdf

Aktivne družine: ki na dopustu pričakujejo sprostitev, širitev obzorja, umik od vsakdanjega življenja, se povezati z družino, cenijo razgibano dogajanje in neomejeno gibanje v naravi, so za aktivno raziskovanje na kolesu ali peš ter cenijo prijaznost domačinov.

Avanturiste: ki cenijo kraje neobremenjene s turizmom in iščejo priložnost za drugačne aktivnosti, obožujejo dolge pohodniške ture, naravne in zgodovinske posebnosti ter ne iščejo zgolj adrenalinskih doživetij.

Dodatno je ponudba atraktivna tudi za ciljno skupino enoloških navdušencev, ki jih še posebej poglobljeno zanima vinska zgodba iz vseh vidikov, tudi zgodovinskega in sortnega.

Persone smo identificirali za osredotočeno nadaljnje izvajanje tržnih aktivnosti in z namenom ciljnega h kupcu usmerjenega nadaljnjega razvoja ponudbe, prilagojenega različnim tipom uporabnikov. Za usmerjeno trženje je potrebno izbrane najbolj perspektivne turistične produkte podrobneje analizirati, jih direktno preučiti z vidika dodatnih pričakovanj posamezne ciljne skupine ter še zožiti nabor ciljnih skupin, katerim je produkt namenjen. V nadaljnji komunikaciji pa izpostaviti predvsem kolesarske in pohodniške danosti.

Za vse goste, ki prihajajo iz tujih držav je treba v destinaciji poskrbeti, da bodo informacije dostopne v tujih jezikih, da bo dobro označena prometna ureditev in da se turistične ponudnike spodbuja k večjezičnosti.

Poleg navedenih person velik potencial še vedno obetajo zaključene interesne skupine, ki cenijo vinogradniško kulturno dediščino, zeliščarstvo in podeželsko etnološko dediščino ter v destinacijo vstopajo kot dnevni izletniki z avtobusom. Pri razvoju ponudbe je zato potrebno upoštevati, da se ponudba razvija ločeno z različnimi poudarki in prilagojeno ponudbo.

TURISTIČNA INFRASTRUKTURA IN SEGMENTACIJA TURISTIČNE PONUDBE

Zeleni DNK

Zeleni DNK destinacije, kot stičišče edinstvenosti destinacije in uresničevanja pričakovanj trajnostno naravnanih obiskovalcev, združuje enološko dediščino in danosti destinacije povezuje s spektakularnim posameznikom, Francem Postičem. V času hitrega tempa, spon modernega življenjskega sloga se vsi obračamo nazaj k izvornosti, naravi, da si povrnemo navdih, energijo, veselje. Odličnih destinacij je mnogo, vendar so le redke obdržale pravo avtentičnost in se lahko pohvalijo, da so dobesedno pisale vinogradniško zgodovino. Sveta Ana je v enološkem svetu, po Postičevi zaslugi, še danes posebnost. S svojimi kar 24 lokalnimi izvornimi poimenovanji vinskih sort v Trummerjevem delu, je med najpogosteje omenjenimi kraji v zgodovinski vinogradniški literaturi. Sveta Ana je pravi Vinski ESCAPE za enološke turiste, pa čeprav zagotovo navduši prav vsakega zelenega raziskovalca, ki pride sam ali z družino, ne glede na to ali je ljubitelj vina ali ne. Slovenija je zagotovo enološki raj, Sveta Ana pa zibelka slovenske enološke kulture. Občutek miru, barvita narava, lepi razgledi, čisto in urejeno okolje, lahke aktivnosti v naravi ter posebne naravne znamenitosti... to so obljube destinacije, ki je v modernem času uspela ohraniti svoj tradicionalni značaj, a iti s časom naprej.

Ko sončni žarki obsijejo s trtami posuta pobočja v osrčju Slovenskih goric na Sveti Ani, se umirita srce in duša. Med griči skrito destinacijo tik ob meji z Avstrijo je pred malo več kot 200 leti kot svoj dom zaradi posebne energije in naravnih danosti izbral perspektivni kirurg, zdravnik enolog in sadjar Franc Postič. Sveta Ana je tedaj postala zibelka enološke kulture. Krajina se je po njegovi zaslugi obarvala z več kot 300 različnimi vrstami vinske trte in mnogimi sadnimi vrstami. Celo sorta grozdja, Postič (Pinot meunier, Blaue Postitschtraube), je poimenovana po njem. Tako močan pečat je pustil za sabo. Ime Svete Ane je ponesel v svet. Tako je Sveta Ana še danes Postičeva dežela.

V liku Postiča in njegovi dediščini je destinacija Sveta Ana prepoznala svojo edinstveno prodajno priložnost (zeleni USP) in kot svoj zeleni DNK opredelila Postičevo deželo. Značaj destinacije je njena identiteta, to, kar destinacija je in kar destinacija ima, skupaj z njenim naravnim okoljem, enološko dediščino, etnološko dediščino, znamenitostmi in značilnostmi, njenimi posebnostmi, njenimi izstopajočimi posamezniki ter njeno klimo in energijo, ki jo ustvarja okoli sebe.

V prvi fazi izvajanja strategije je na krovni ravni potrebno vzpostaviti imidž destinacije, izdelati CGP in izdelati podroben elaborat z doživljajskimi komponentami na področju narave, kulture, stavbne dediščine, pomembnih osebnosti in gastronomije.

Obstoječa turistična ponudba in doživljajski potencial

Destinacija premore izredno bogato dediščino in potenciale za razvoj kakovostne obstoječe turistične ponudbe. Obstoječi kakovostni produkti pa trenutno niso povezani, kot taki in niso širše prepoznani in trženi. Obstoječo ponudbo lahko razdelimo v tri glavne sklope: zgodba vina in penine, nepozabni razgledi in po znanje na vas.

Prvi sklop zajema enološka doživetja in turistične znamenitosti, drugi sklop je osredotočen na samostojno raziskovanje destinacije in njenih kulturnih znamenitosti ter rekreacijo v naravi, tretji sklop, pa obsega doživljajske delavnice z noto vseživljenjskega učenja.

Shema 5: Ključni stebri aktualne turistične ponudbe

Zgodba Vina in penine

Zgodba o vinu in penini je v Sveti Ani celostno doživetje, sestavljeno iz prireditev muzejske dejavnosti, pohodniške infrastrukture, vinskih kleti ter okoljevarstvenih učnih vsebin. Po Postičevi zaslugi je Sveta Ana zibelka enološke dediščine, po zaslugi sodobnih vrhunskih vinarjev, pa danes destinacija odličnih vin in penin.

Glavni gradniki tega tematskega sklopa so:

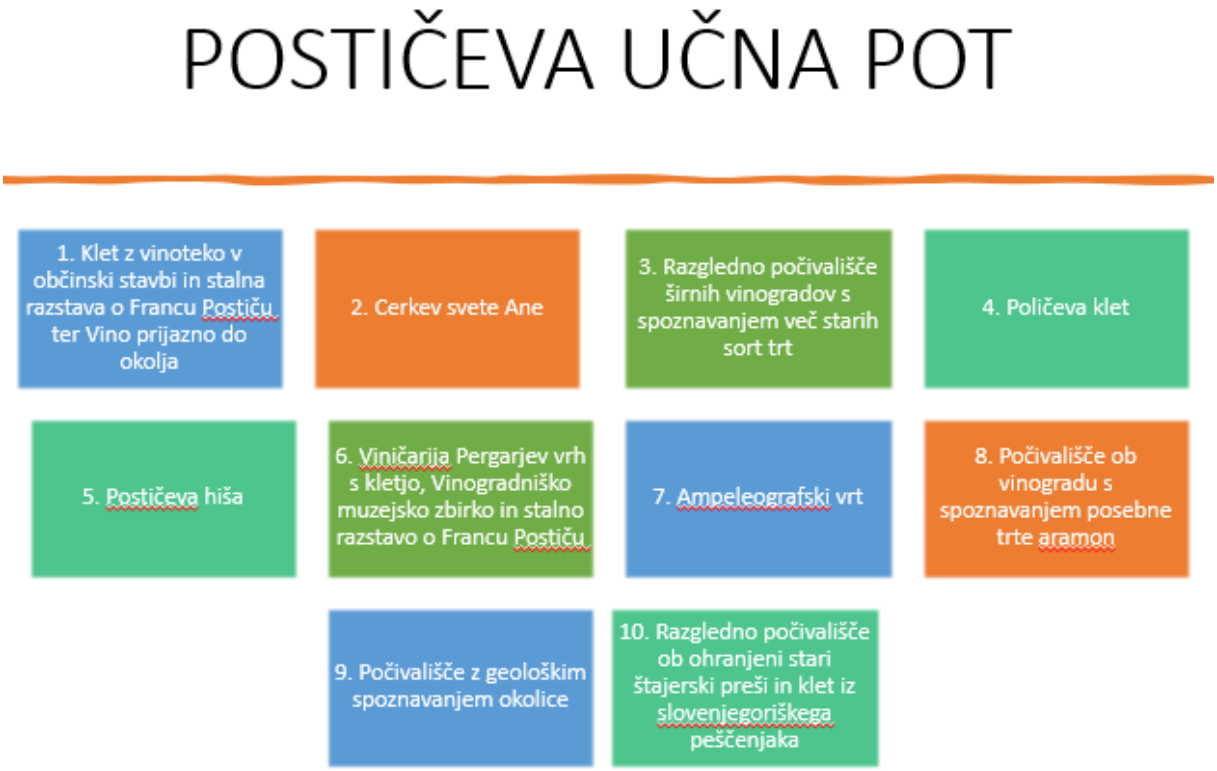
- Ponudba vinskih kleti;
- Vino Postič;
- Vinska trta sorte postič;
- Viničarija Pergerjev vrh;
- Postičeva hiša;
- Turistična vinska pot;
- Vinogradniška učna pot:

Postičeva pot

V slovenskem merilu ima Sveta Ana edinstveno zgodovinsko vinogradniško učno pot. Pot je posvečana Francu Postiču in Francu Trummerju (prvi sistematični ampelograf Avstrijskega cesarstva). Sveta Ana je bila s svojimi lokalnimi imeni vinskih sort med najpogosteje omenjenimi kraji v Trummerjevih delih - kar 22 krat in še 2 krat pod imenom Kriechenberg (Krivi Vrh). Vodiči obiskovalcem na poti orišejo

zgodbe o več kot 30 starih in novejših sortah vinske trte, ki jih še najdemo v anovskih goricah ter obiskovalce seznanijo z bogato dediščino Postiča, ki je nekoč gojil okoli 300 sort pri Sv. Ani. Predstavijo pa tudi vsa tradicionalna vinogradniška opravila in običaje. Na učno pot pa se je moč podati tudi brez vodnika.

Shema 6: Shematski prikaz glavnih točk Postičeve učne poti



- Tradicionalne prireditve povezane z vinogradništvom:

Postavitev klopotca

Ob občinskem prazniku se na Jakoba, 25. julija, postavi klopotec - edinstveni simbol lokalne vinske pokrajine. Tradicionalna prireditev, ki jo spremlja kulturni program, poteka pri pokriti tržnici v centru Svete Ane. Tradicionalni element prireditve so tudi ljudski plesi, ki jih kot nesnovno dediščino plesalci povezani v društvo ohranjajo na Sveti Ani.

Postičevi dnevi

Potekajo v mesecu oktobru vse do martinovanja. V tem času se odvijajo različni dogodki (npr. vodeni ogledi, predavanja), osrednji pa je trgatev ob Postičevi poti, ter snemanje klopotca.

Martinovanje na prostem

Na god sv. Martina Občina Sveta Ana, v sodelovanju z Društvom vinogradnikov Sveta Ana, organizira praznik vina, ko se mošt, prispodoba nečistosti, grešno vino, spremeni v pravo vino. Martinovanje poteka na prostem ob glasbeni spremljavi.

Zgodbarski vidiki: VINSKI ETNOTOUR, ZIBELKA ENOLOŠKE DEDIŠČINE, OKUSI POSTČEVE DEŽELE.

Slika 1: Foto zgodba vina in penine

Potencialni elementi doživetja:

- OKUS: mladega vina, vin in penin, okusi grozdnih sladic.
- VONJ: grozdja, vinskih esenc (sortne, vrelne in zorilne).
- DOŽIVETJE: vinogradniških običajev, Postiča, vinskih kleti, vinskih goric v barvah letnih časov.

Nepozabni razgledi

Nepozabna krajina z navdihujočimi razgledi je pravi kraj za vrnitev v čas naših babic in dedkov ter raj za umetnike. Oddih v naravi in bivanje v podeželskem ambientu prežetem z zgodbami iz preteklosti, je res navdih in vabi k ustvarjalnosti na vseh področjih umetnosti. Tekom leta pa sta dve prireditvi še posebej namenjeni vsem, ki likovno ustvarjajo.

Glavni gradniki tega tematskega sklopa so:

- Razgledi na vinske gorice;
- Anton Fašing in njegova dediščina;
- Lokavec;
- Doživljajska infrastruktura na prostem:

Miniaturna vasica v Parku generacij Sveta Ana

Miniaturna vasica v parku generacij Sveta Ana je lesena vasica, ki z replikami pomembnih objektov prezentira značilne vaške stavbe in stavbe lokalne turistične ponudbe. V miniaturni vasici je precej kulturnih spomenikov: od cerkve, viničarije, babičine hiše, ki ponazarja Kaplovo in Grafonževo domačijo, do kovačije, mlina, kmetije in čajnice. Je inovativen prostor za medgeneracijsko druženje s poudarkom na najmlajših. Vasica je zgrajena izključno iz slovenskega lesa.

Domačija Perko

Na poti vas pozdravi zidana hiša iz leta 1865, poslikana s sončno uro. Sedaj prebiva v tej hiši že 4. generacija družine Perko. Po dogovoru, pa vas lastnik popelje tudi skozi zgodovino bivanja.

Edrova obora

Na sprehodu po Dražen vrhu nas pričaka ograjen živalski svet z jeleni, košutami, damjaki, mufloni ipd. Ustavite se lahko v lovski sobi ali pa si celo privoščite degustacijo divjačinskih dobrot.

- Dogodki za umetnike:

Anina paleta in paletka

V okviru Aninega tedna poteka likovna kolonija »Anina paleta« ter »Anina paletka« za otroke. Zanimive slike so čez poletje na ogled v avli Občine Sveta Ana. V jesenskem času ob Postičevih dnevih, pa poteka jesenska likovna kolonija. Razstava teh del je na ogled do sredine decembra.

- Ambientalni pobeg:

Grafonževa domačija

Čudovita zidana in delno lesena hiša je v lasti družin Urbanič že četrto generacijo. Veliko na T oblikovano zidano delno leseno gospodarsko poslopje je nastalo leta 1869. Bivanje v domačiji nudi muzejski vpogled v življenje in gospodarjenje v preteklosti. Za hišo stoji manjše leseno gospodarsko poslopje z ohranjeno leseno prešo. Nedaleč od dvorišča domačije stoji v celoti ohranjena sušilnica lanu t. i. lanišnica, v neposredni bližini stanovanjske hiše, pa stoji star čebelnjak z 38 dunajskimi panji. Ob bivanju doživite pravi ambientalni pobeg. Za edinstvenost izkušnje, pa še dodatno poskrbi kozolec, leseno stranišče, vodnjak in latnik.

Kaplova domačija

Na domačiji Kapl je bivanje pravi pobeg v preteklost, detox in sprostitev v neokrnjeni naravi Slovenskih goric. Prespite lahko v 170 let stari leseni hiši (cimprači), ki je bila restavrirana pod strokovnim nadzorom ZVKD Maribor in je opremljena z restavriranim pohištvom izpred 100 let (postelje, omare, mize, stoli). Domačija nudi doživljajske programe povezane s čebelarstvom, vinogradniški opravili in čevljarstvom. Posebnost je tudi zbirka orodja in drugih predmetov iz preteklega življenja na kmetiji, ki jo je uredil Pokrajinski muzej Maribor. Domačija, pa poleg zgodovinskega apartmaja skriva še eno skrivnost - »horror room«. Na podstrešju je posebna bivalna soba za korajžne, poimenovana po dogodkih iz preteklosti. Nudi bivanje primerno za invalide, dobrodošli pa so tudi gostje s kužki.

Dediščina anovskih zdravnikov

S Sveto Ano so povezani kar trije pomembni zdravniki in kirurgi: Franc Postič, Franc Steinfelser in Roman Lesnika. Njihovo dediščino in življenjske zgodbe lahko spoznate v Postičevi hiši, Viničariji Pergerjev vrh in spominski sobi dr. Romana Lesnike v prostorih zdravstvene ambulante v Kremberku.

- Postičeva pot in druge tematske pohodniške in kolesarske poti:

Anina pot

Zaključena tematska pohodniška pot pelje po celotnem območju Občine Sveta Ana in vključuje mnoge kulturne in doživljajske znamenitosti. Začetek poti je v centru Sv. Ane, dolga je 20 km, lahke težavnostne stopnje, predviden čas hoje pa je cca. 6 ur.

Učno - sprehajalna pot

Je namenjena okoljski vzgoji in ima oblikovanih 16 učnih točk. 5 km dolga krožna pot z lepo opremljenimi kažipoti se prehodi v približno dveh urah. Na poti spozna pohodnik tudi zgodovino kraja. Začne se pred OŠ Sveta Ana.

Turistična vinska pot

Začne se v središču Svete Ane, poteka skozi Dražen Vrh do Trat (občina Šentilj), kjer zavije pot skozi Lokavec vse do Rožengrunta, znamenite cerkvice Marijinega obiskanja, od tam pa se vrača nazaj v center Občine Sveta Ana. Dolga je 20,3 km in srednje zahtevna. Predviden čas hoje je 5 ur.

Kolesarska pot med Lenartom in Sv. Ano

Je krožna kolesarska pot, ki vodi od središča Svete Ane v dolino Ščavnice v smeri Dražen Vrha po regionalni cesti R II-433 skozi Ledinek do Lenarta in nato mimo Žic po regionalni cesti R II-433 nazaj. Dolžina je 30 km in je srednje zahtevna.

Zgodbarski vidiki: ESCAPE ZA UMETNIKE, S KOLESOM MED TRTE, S KOLESOM V ČAS BABIC IN DEDKOV, POBEG V RAZLIČNOST VER, AMBIENTALNI POBEG.

Slika 2: Foto zgodba nepozabnih razgledov

Potencialni elementi doživetja:

- OKUS: anovskih dobrot, gibance, vina.
- VONJ: grozdja, pokošene trave, cvetočih travnikov.
- DOŽIVETJE: prelepih razgledov, najvišjega vrha Osrednjih slovenskih goric, prijaznih in gostoljubnih kmečkih turizmov ter vinskih kleti, ambientalnega pobega.

Po znanje na vas

- Spoznavanje čebelarske in čevljarske obrti pri Kaplu;
- Utrinki anovskega tavrha;
- Anovska tradicionalna kulinarika;
- Folklorni plesi;
- Doživetje Pri Fridi:

Svet prastarih tekstilnih umetnosti in pozabljene poljščine

Zgodba lanu in volne obiskovalca kmetije Pri Fridi popelje v čas pristne neindustrijske tekstilne obrti in tradicionalnih slovenjegoriških poljščin. Doživetje vsebuje odkrivanje skrivnosti izdelave volne od gredeše do kolovrata, spoznavanje veščine polstenja in ustvarjanje. Gospodar na tavrhu predstavi celotno kmetijo, pridelavo tradicionalnih poljščin na tradicionalni način, kot so fižol, pira, ajda, bučno seme ter tudi pridelavo in predelavo pozabljene poljščine lan. Zanimiv je tudi praktični prikaz uporabe starih kmečkih orodij in naprav (mletje z mlinom na kamne, terilnica ipd.). Doživetja so primerna tako za skupine otrok kot odraslih.

Volneno ustvarjalno doživetje

Kmetija Pri Fridi za umetniške duše ponudi tudi prav posebno volneno ustvarjalno doživetje. Obiskovalec pod mentorstvom gospodarja in gospodarice odkriva skrivnosti izdelave volne od gredeše do kolovrata ter spozna umetnost polstenja. Ustvarjalnost nima meja, najpogosteje pa obiskovalci izdelajo vložek za čevlje, ovčko ali zajčka.

- Čajnica Kolarič:

Svet dišečih zelišč

V velikem zeliščnem parku, prepolnem cvetočih, dišečih in tudi medovitih rastlin obiskovalec začuti čarobnost zdravilnih rastlin ter se poda v svet čebel. Prava zakladnica znanj in pot v skrivnostni svet zelišč vas čaka v zeliščni zemljanki. V družbi kamnitega kamina, posušenih zelišč in čebeljih produktov stari les pripoveduje zgodbo o sožitju človeka in narave.

- Rožmanov mlin;
- Oljarna Kolarič.

Zgodbarski vidiki: IZGUBLJENA ZNANJA IN ZGODBE KI JIH PIŠE ANOVSKI SVET, PRIDITE NA TAVRH, DIŠI PO ANOVSKO, ZAPLEŠI PO ANOVSKO, PET DNI – PET OBRTI.

Slika 3: Foto zgodba po znanje na vas

Potencialni elementi doživetja:

- OKUS: opojnega čaja, medu, pozabljenih poljščin, aninega pretla in drugih anovskih dobrot.
- VONJ: zelišč, sena, volne, anovskih dobrot.
- DOŽIVETJE: lepote tradicionalnih plesov, mehkobe volnenih in lanenih niti, anovskih pozabljenih jedi (tamerli, kukla, štercli ipd.), čevljarske obrti, čebelarskih skrivnosti, pravega anovskega tavrha.

DOŽIVLJAJSKA NADGRADNJA TURISTIČNIH PRODUKTOV

Sodoben turist danes zahteva več kot le posteljo in spremembo okolja. Izbira destinacije, ki mu povrnejo notranjo energijo in dajo navdih. Klasična turistična ponudba v smislu - gore, morje, termalna voda, snežni poligon, danes preprosto niso več dovolj. Vse destinacije potrebujejo zgodbe, da

pritegnejo in navdušijo sodobnega popotnika. V času hitrega tempa, spon modernega življenjskega sloga se vsi obračamo nazaj k izvornosti, k naravi, da si oddahnemo, povrnemo moči in napolnimo dušo z veseljem. Dobrih destinacij je mnogo, zato je odlična avtentična zgodba in prodorna promocija le-te ključ do uspeha.

Potencialen obiskovalec mora v poplavi informacij in ponudbe izbrati pravo zase. Z doživljajsko opremljenimi turističnimi produkti in doživljajsko komunikacijo tako direktno nagovarjamo kupce, ki našo ponudbo iščejo in potrebujejo za svoj oddih.

Vsi produkti morajo izražati značaj destinacije oz. njeno identiteto. Poudarek mora biti na njenih posebnostih, izstopajoči ponudbi ter njeni klimi in energiji.

Primarne ponudba destinacije (kulturni spomeniki, stavbna dediščina, ustno izročilo, naravne danosti) omogočajo nastanek doživljajske sekundarne ponudbe, ki pa jo moramo nujno zgodbarsko osmisliti že na elementarnem nivoju:

- na ravni poimenovanj (poti, ponudbe hrane na jedilniku, imena produktov in doživetij ipd.),
- na ravni doživetij (tematska zgodba posamezne ponudbe in spremljajoče poosebljene zgodbe pri prezentaciji klasične turistične ponudbe oz. znamenitosti).

Pri kreaciji novih produktov in nadgradnji starih je potrebno upoštevati, da je v dobi digitalizacije vizualizacija prezentacije izjemnega pomena in osnova za doživljajsko kvalitetno turistično ponudbo. Izvedba in interpretacija mora biti zato izstopajoča, posebna, avtohtona, a drugačna od ostalih. Tekstualne predstavitve na klasičnih panojih je potrebno zamenjati s sodobnimi senzoričnimi doživljajskimi pristopi, ki niso nujno digitalni. Kljub vsemu, pa naj digitalizacija nudi podporo. Tudi ostalo ponudbo je potrebno aktivirati z doživljajskimi elementi po vzoru že obstoječe ponudbe na področju zeliščarstva in aktivacije starih domačij za bivanjsko doživetje preteklosti.

Poleg doživljajske atraktivne ponudbe pa sodobnim popotnikom veliko pomeni tudi trajnost in zelenost turizma v destinaciji. Destinacija mora zato spodbujati in pospeševati uvajanje trajnostnih poslovnih modelov v anovski turizem ter krepiti osnovo za trženje zelene ponudbe. Deležnikom destinacija Sveta Ana s pridobljenim znakom Slovenia Green Silver že omogoča pozicioniranje, kot okoljsko, družbeno in ekonomsko odgovorno destinacijo, vendar je to potrebno podpreti tudi na ravni ponudnikov.

Slovenska turistična organizacija v okviru projekta Zelena shema slovenskega turizma (ZSST) izvaja poziv za ponudnike za pridobitev znaka Slovenia Green Accommodation, Travel Agency, Attraction, Beach in Cuisine na podlagi enega izmed obstoječih, s strani sheme verificiranih mednarodnih znakov. Nastanitve lahko prejmejo znak Slovenia Green Accommodation na podlagi: Bio Hotels, Ecocamping, EU Ecolabel, Green Globe, Green Key, Travelife za nastanitve, World of Glamping Green ali Hostelling International Quality & Sustainability. Atrakcije lahko prejmejo znak Slovenia Green Attraction na podlagi: Green Globe ali Green Key. Gostinski ponudniki, pa lahko prejmejo znak Slovenia Green Cuisine na podlagi: L.E.A.F. ali Green Key.

V okviru delavnic za turistične deležnike in anket, so deležniki izpostavili tudi manko turistične atrakcije v destinaciji. Omenili so določene dobre prakse v slovenskem prostoru, kot so zipline, enduro poti, fontana vin (za Sveto Ano pa primerna npr. penin). Predlaga se aktivna debata in viharjenje možganov za pripravo nabora zanimivih in edinstvenih atrakcij, ki se lahko vzpostavijo na Sveti Ani in jih v širšem prostoru ni zaznati. Bilo pa je tudi kar nekaj zanimivih predlogov za enostavne atrakcije: npr. teleskop na kovance, selfie točka v obliki lista vinske trte ipd.

Siva lisa so tudi produkti povezani z naravo in naravno dediščino. Posebna pozornost se posveti oblikovanju zanimivih novih povezanih tematskih produktov.

POVEZOVALNA IN PODPORNA INFRASTRUKTURA

TIC

Z namenom podpore in dostopnosti informacij za obiskovalce je med letoma 2013 in 2014 v centru kraja Sveta Ana v neposredni bližini cerkve že deloval TIC. Možnosti za ponovno vzpostavitev se preučujejo že nekaj časa, zaradi nepričakovanega pojava epidemije Covid-19, pa so možnosti omejene oz. so predlagane rešitve finančno in organizacijsko nevzdržne. V fazi prehodnega obdobja za čas epidemije in fazo primarnega okrevanja se vzpostavi tripartitni mobilni TIC, ki začasno nadomešča vse dni v tednu delujoč centralni TIC v centru naselja Svete Ane.

Tripartitno delovanje TIC poteka po naslednjem sistemu:

1. Povprečen obiskovalec destinaciji Sveta Ana je glede na aktualne podatke dnevni gost, smer prihoda pa je iz destinacije Lenart ali iz bližnje Avstrije. Za obiskovalce - turiste, tako ni pomembno le, da kvalitetne informacije dobijo v destinaciji, ampak še pred prihodom v destinacijo. Kvalitetne informacije v sosednjih destinacijah, pa so lahko tudi dober spodbujevalec, da se turist odloči za obisk destinacije naključno.
   Koordinator TIC tako poskrbi, da se vsaj na mesečni ravni posodablja in osvežuje zaloga turističnega propagandnega materiala na lokacijah TIC sosednjih destinacij, še posebej pa v Lenartu. Za zaposlene v TIC Lenart, Vitomarci in Razvojnem zavodu Benedikt, pa destinacija vsakoletno organizira predstavitev turistične ponudbe. Uporabijo se različni pristopi, kot so: delovni obisk na lokaciji TIC, delovni obisk v destinaciji Sveta Ana, izkustveno spoznavanje turistične ponudbe v destinaciji ipd.

2. V okviru raziskave je bilo ugotovljeno, da turist najpogosteje poišče informacije prav na lokacijah turistične ponudbe. Skrinjica anovskih zanimivosti je terenski TIC v škatlici, kjer lahko na lokacijah določenih turističnih ponudnikov turist poišče dodatne turistične informacije in delovne čase. Dodatno se enkrat letno preko delavnice ali predavanja opolnomoči tudi zaposlene pri turističnih ponudnikih. Izobraževanje izvedejo lokalni turistični vodiči, lokalna društva ali zunanji izvajalci s potrebnimi kompetencami in poznavanjem lokalne ponudbe (npr. RASG).

3. Centralni TIC se nahaja v centru kraja Sveta Ana. Odprt je v času viška sezone in ob napovedi prihoda večjega števila turistov. Upravljalec TIC je Občina Sveta Ana, ki ažurno skrbi za pregled aktivnosti. Na vhodu so jasno navedene tudi lokacije Anovskih skrinjic zanimivosti, ki predstavljajo terenski TIC ter kontaktne številke za turistične informacije.

Področje turističnega vodenja

Destinacija ima vzpostavljen lokalni register turističnih vodičev. Turistični vodiči se redno izobražujejo na regionalni ravni. Aktualni podatki turističnih vodičev z ustreznimi kontaktnimi podatki so javno objavljeni na turističnih straneh spletnega portala Občine Sveta Ana. V register je trenutno vpisanih 6 vodičev. Opazen je tudi trend pomlajevanja. V destinaciji je sprejet Etični kodeks turističnega vodenja in Etični kodeks turizma na Območju destinacije Sveta Ana.

V prihodnje je potrebno dodatno pozornost posvetiti novim trendom v turizmu ter okrepiti področje izobraževanja za zeleni trajnostni turizem, zgodbarsko interpretacijo dediščine, prezentacijo pet-zvezdičnih doživetij in krepitvi jezikovnih kompetenc. Izobraževalne aktivnosti lahko izvede destinacija sama, ali pa v sodelovanju z RASG oz. sosednjimi destinacijami.

Prometna infrastruktura in zelena mobilnost

V preteklosti je destinacija pridobila ogromno kvalitetne prometne infrastrukture v smislu urejenih in asfaltiranih javnih poti. Destinacija je tudi prometno varna in ne beleži visoke prometne frekvence. Z izvedbo izgradnje kolesarske povezave na Območju ORP Slovenske gorice: Lenart-Sveta Ana-Trate, pa destinacija pridobiva tudi pomembno kolesarsko infrastrukturo. Geografske danosti so izjemne, zato lahko destinacija postane odlična kolesarska in pohodniška destinacija. V nadaljevanju je potrebno več pozornosti posvečati tematski in zgodbarski prezentaciji poti (revitalizacija obstoječih poti ter poti v izgradnji), označitvi poti v naravi, digitalizaciji poti za orientacijo turista v prostoru ter prilagoditi poti posameznim skupinam uporabnikov: kolesarjem in pohodnikom. Ob poteh je potrebno poskrbeti za okoljevarstveno infrastrukturo (opozorila, koši za smeti, zaščitne ograje ipd.), gostinsko in gastronomsko ponudbo (pitniki, opazna označitev ponudnikov, ureditev gastronomskih lokalnih popotniških malic za piknik v naravi ipd.) ter doživljajsko komponento (zanimivosti, urejena počivališča in razgledni platoji izven naselij, zanimive informativne in interaktivne table ipd.).

Upoštevati je potrebno, da imajo pohodniki in kolesarji drugačne potrebe. Za pohodnike je potrebno upoštevati, da so ti v večji meri bolj naklonjeni mehkim, neasfaltiranim potem. Kolesarji, pa imajo raje utrjene poti. Novi trendi kažejo, da je vedno več tudi kolesarjev, ki se odločajo za enduro dogodivščine in stranpoti. Pri načrtovanju novih poti je dobro vključiti tudi tovrstno ponudbo.

Na podlagi rezultatov izvedene analize zadovoljstva obiskovalcev z obiskom v destinaciji vidimo, da obiskovalci možnosti za kolesarjenje in pohodništvo ne prepoznajo. Zato je nujno tudi več osveščanja o tej ponudbi na vstopnih točkah (gostinci, ponudniki nočitvenih kapacitet ipd.), vzpostavitev produktne ponudbe z podpornimi materiali (digitalizacija poti za navigacijske potrebe, tematska prezentacija poti ipd.) in seveda zgodbarska prezentacija in komunikacija na ravni promocije. Potrebna je tudi podporna infrastruktura v obliki možnosti izposoje e-koles, koles in pohodniških palic.

Nastanitvene kapacitete

V destinaciji so kakovostne nastanitvene kapacitete z doživljajsko komponento. Že obstoječe kapacitete nudijo možnost za ambientalno bivanjski doživljajski produkt na ravni destinacije. Skupno število postelj zaenkrat zadostuje povpraševanju, vendar je za resnejši turistični preboj potrebno zagotoviti dodatne kapacitete, ki bodo turističnemu sektorju omogočale zadostno kritično maso za razvoj in obstoj panoge na trgu.

Priporoča se spodbujanje zasebnega sektorja v zelene nastanitvene kapacitete z dodano vrednostjo ter postavitev vsaj enega postajališča za avtodome z oskrbo in več označenih parkirišč. Že obstoječe ponudnike, pa se spodbudi h krepitvi trajnostnih poslovnih modelov in pridobitvi okoljskih znakov kakovosti.

PODPORNO OKOLJE

Temelj za stabilni razvoj turizma je ugodno in opolnomočeno okolje za izvajanje in razvoj. Ena od ključnih elementov podpornega okolja je vzpostavitev učinkovitega destinacijskega managementa in turistična infrastruktura, ki smo ju že obravnavali. V tem poglavju se zato osredotočamo na opolnomočenje deležnikov: turističnega gospodarstva, interesnih skupin, nevladnih organizacij oz. društev ter prebivalcev.

Bistvenega pomena je informiranje deležnikov in ozaveščanje. V okviru terenskega zbiranja izhodišč za pripravo strategije (anketiranje prebivalstva, delavnica z deležniki in individualni poglobljeni intervjuji) je bilo zaznano sledeče:

- prebivalstvo slabše pozna turistične potenciale kraja,
- turistični ponudniki slabo poznajo preostalo turistično ponudbo,
- ponudniki si želijo več povezovanja in priložnosti za povezovanje,
- prebivalstvo o prednostih in slabostih turizma ne razmišlja,
- nizka je okoljska ozaveščenost prebivalstva, še posebej kmetijskega sektorja,
- mladi so aktivni in potrebujejo podporno okolje za razvoj svojih potencialov,
- potencial turizma kot gospodarske panoge je slabše prepoznan v lokalnem okolju.

Ustvarjanje ugodne klime za razvoj trajnostnega turizma je pogojeno s prepoznavanjem pozitivnih učinkov turizma v destinaciji. Trajnostni turizem temelji na zdravem avtohtonem okolju, ohranjeni tradiciji in pozitivni socialni klimi lokalnega prebivalstva. Pri razvoju turizma je tako potrebno poleg podjetniških priložnosti in ekonomske aktivacije dosledno razvijati tudi mehanizme za visoko stopnjo varovanja naravnega okolja, ustvarjati turistično ponudbo in infrastrukturo, ki hkrati koristi prebivalcem in obiskovalcem ter skrbeti za zdravo in odprto družbeno okolje. Trajnostna etika je nekaj, kar je potrebno ozavestiti, to pa ne gre čez noč. Ozaveščanje je proces, ki ga razvijamo fazno. Fazi ozaveščanja morajo biti pridružene tudi strukturirane aktivnosti za opolnomočenje, da lahko deležniki proaktivno soustvarjajo nadaljnji razvoj. Za opolnomočenje prebivalstva so najučinkovitejše metode vseživljenjskega učenja in priložnostnega učenja, za gospodarstvo, obstoječe ponudnike, nevladni sektor in interesne skupine pa delavnice, mreženje ter spoznavanje primerov dobrih praks.

Priporočeno je izvajanje aktivnosti za opolnomočenje deležnikov na področju okoljevarstva, turistične ponudbe in trendov ter mreženja deležnikov. Identificirane so bile naslednje aktivnosti:

- Uvedba mesečne rubrike v javnem mediju za prebivalce (Ovtarjeve novice, FB kanal občine ipd.) o okoljevarstvenih temah. Vključijo se raznolike celostno zastavljene tematike kot: predstavitev pomena naravnih habitatov (topoli, ki zadržujejo vodo, mejice, obvodno rastje ipd.), predstavitev endemitov, ogroženih in posebnih živalskih ter rastlinskih vrst, predstavitev posebnosti, kot so anovski netopirji in pijavke, obveščanje o dogajanju v naravnem okolju, npr. gnezdenje ptic, ipd. Naredi se načrt na letni ravni ter po mesecih določi avtorje in tematiko.

- Uvedba turističnega dneva odprtih vrat za domačine. Organizirajo se vodeni ogledi po domačem kraju s ciljem spoznavanja domače ponudbe. Dogodek se organizira na letni ravni. Vzporedno s predstavitvijo turistične ponudbe domačega kraja poteka tudi osveščanje prebivalcev o trajnostnem razvoju in pomenu turizma. Dogodek se organizira v času mrtve sezone dogajanja npr. aprila ali marca. Kljub osredotočenosti dogodka na prebivalce, pa se k udeležbi lahko vabi tudi obiskovalce.

- Uvedba organiziranih dogodkov za mreženje deležnikov in krepitev poslovnih partnerstev. Dober primer splošnega mreženja deležnikov so Postičevi dnevi in srečanja interdisciplinarno sestavljene Zelene ekipe ustanovljene v okviru sheme kakovosti Slovenia Green. Tovrstna mreženja je potrebno nadgraditi še s širše v turizem usmerjenim mreženjem. Uvedeta se naj dva letna mrežna dogodka na katerega se povabi celoten turističen sektor. Obveščanje o dogodku naj bo javno (prek Ovrajevih novic, FB, radijske postaje ipd.) ter ciljno (naslovljeno na konkretne ponudnike). Dogodek naj bo eden statične narave (npr. turistična čajanka, turistični večer, turistični zajtrk ipd.) in terminsko kontinuiran in fiksiran iz leta v leto, drugi pa aktivne narave, v obliki konkretnega spoznavanja dobrih praks, ogledov aktualne ponudbe na terenu v obliki pohoda, ekskurzije ipd.

- Uvedba izobraževalnih delavnic za opolnomočenje sektorja. Priporočena je izvedba dveh izobraževalnih delavnic letno, minimalno pa vsaj ena. Tematike naj bodo vezane na trajnostni turizem, vabljeni deležniki, pa tako iz sektorja turističnih ponudnikov, kot tudi iz vrst društev in interesnih skupin. Izdela naj se triletni načrt.

- Uvedba okroglih miz kot posvetovalnega mehanizma. Pri načrtovanju turističnih infrastrukturnih in strateških dolgoročnih projektov, je v fazi načrtovanja in priprav, posvetovanje z deležniki in pridobitev jasnega javnega mnenja odličen mehanizem za preventivno osveščanje, zaznavanje prednosti, javne naklonjenosti ter možnih ovir. Prav tako se lahko na tak način generirajo tematski projekti na zalogo. V tematskih okroglih mizah naj se zajame vse relevantne deležnike kot sogovornike, dogodki naj bodo javni.

- Opolnomočenje mladih. Mladi so vir energije in svežih idej, nekoč pa bodo tudi glavni nosilci turizma. OŠ že sedaj aktivno spodbuja kreativnost v turizmu in mlade spodbuja k razvijanju idej in turistične ponudbe ter privzgaja okoljevarstveno zavest. Branje raziskovalnih nalog s področja turizma, ki jih učenci letno pripravljajo z mentorji v okviru vseslovenskega projekta Turizmu pomaga lastna glava, so lahko odličen navdih za nove turistične zgodbe. Zagnanost in kreativnost, pa je potrebno pri mladih obdržati tudi kasneje, ko zapustijo osnovno šolo. Mladi se združujejo v okviru društev, vendar je mnogo potenciala razpršenega. Priporoča se krepitev sodelovanja mladih pri izvajanju turističnih aktivnosti v obliki projektnega sodelovanja, na krovni ravni, pa zagotovitev mentorske podpore v okviru že vzpostavljenih mladinskih organiziranih formalnih ali neformalnih struktur.

- Izdelava kulinaričnega DNK destinacije. Aktivacija izvornih poimenovanj, uporaba lokalnih surovin in pristnih receptur.

KREPITEV CELOLETNE PONUDBE

Danosti destinacije niso vezane na zimski turizem ali poletno kopalno sezono. Osredni produkt je vezan na vinogradništvo in z njim povezanimi sezonskimi opravili. Analiza obstoječe ponudbe je pokazala, da le ta ni izrazito sezonsko usmerjena, saj je enako dostopna celo leto in ob različnih časih nudi različna doživetja. Glavna sezona se sicer prične z marcem in konča v novembru, vendar je dostopna tudi zanimiva ponudba za zimske mesece.

Izziv sezonskosti je destinacija v preteklosti že naslavljala s strateškimi čezmejnimi projekti ESCAPE, GLAMUR in ETNOTOUR ter z različnimi podpornimi LAS-ovimi projekti. Identificirana je bila dediščina z izrazito nesezonskim značajem, vezana na kulturno dediščino. V okviru teh projektov je bila izpostavljena celoletna dostopna ponudba in integrirana doživljajska nota. V zadnjih letih večina obiskovalcev obišče destinacijo med junijem in decembrom. Višek sezone, pa je med julijem in septembrom.

Za dejansko doseganje nesezonskosti manjka učinkovita promocija, ki bi ciljne javnosti (kupce) nagovarjala vse leto in na mesečni ravni komunicirala vsebinske razloge za obisk destinacije. Okrepiti je potrebno tudi ponudbo prireditev in aktivnosti v zimskih mesecih leta.

Glavne aktivnosti za zagotovitev uravnoteženo razporejenega obiska čez leto so:

- Okrepitev promocije izven regije in vzpostavitev sodelovanja z receptivnimi agencijami in organizatorji avtobusnih prevozov.
- Vzpostavitev poslovnih relacij s receptivnimi agencijami.
- Povečanje nočitvenih kapacitet.
- Oblikovanje atraktivnih povezanih zgodbarskih produktov in nadgradnja obstoječih.
- Prebojna promocijska dejavnost z usmerjenim in ciljnim digitalnim marketingom.

PROMOCIJA

S splošnim razvojem svetovnega spleta so se promocijski kanali popolnoma digitalizirali. Sodobna promocija predstavlja odmik od tiskanih materialov in v ospredje postavlja kratka promocijska sporočila, podkrepljena s fotografijami, ki pripovedujejo zgodbe. Klasične brošure so nadomestile spletne strani ponudnikov in digitalne e- predstavitve na vstopnih turističnih portalih destinacije. Tržne aktivnosti so se preselile na spletne platforme. Pomembno orodje pa so postali brskalniki, digitalni mediji ter različni kanali družbenih omrežij: Facebook, Twitter (B2C), poslovni Twitter (B2C), Instagram, Pinterest, YouTube, Linkedin, TikTok, WeChat, Weibo in drugi.

Sveta Ana je pri uporabi digitalnega marketinga še na začetku. Zgraditi je potrebno destinacijsko spletno identiteto. Potrebna je celostna vzpostavitev digitalne prisotnosti destinacije ter uvedba kontinuiranih promocijskih aktivnosti s ciljnim trženjem.

Destinacija Sveta Ana je na spletu šibko prisotna. Spletna stran občine sicer vsebuje zavihek turizem, vendar so vsebine informativne, na voljo so zgolj v slovenskem jeziku, podporni materiali pa ne sledijo turističnim trendom. Objavljene so brošure v tujih jezikih, vendar jih tujejezični obiskovalec težko najde. Destinacija nujno potrebuje moderno večjezično (slovensko, angleško in nemško) spletno platformo, kot turistično vstopno in predstavitveno stran ter moderne digitalne promocijske materiale, ki bodo pritegnili. Platforma mora omogočati tudi povezave do spletnih strani ponudnikov.

Potrebna je uvedba aktivnega in kontinuiranega objavljanja na obstoječi FB strani Občina Sveta Ana, vzpostavitev posebnega destinacijskega turističnega profila ter uvedba instagrama (za doseganje mlajših ciljnih skupin). Nujna je izdelava dobre baze zgodbarskih fotografij, kratkih promocijskih filmčkov (od 50 sek. do max. 3 min.) ter kreacija YouToube kanala destinacije. Na tedenski ravni se na FB in Instagramu kontinuirano (po možnosti na isti dan) objavlja kratek prispevek s predstavitvijo turistične ponudbe oz. turistične znamenitosti. Naredi se načrt na letni ravni po tematskih sklopih in na mesečni ravni načrt konkretnih objav. Objave naj bodo preproste, udarne, sporočilne. Predstavitev naj zajema po eno enoto naenkrat (npr. Sveta Ana diši po zeliščih– predstavitev Čajnice, Pozabljena obrt – Čevljarstvo na kmetiji Kapl, Tamerli – pozabljena anovska dobrota ipd.) Pri tem je potrebno paziti na prostorsko uravnoteženje npr. 4 tedni, 4 prostorsko oddaljene lokacije (Kremberk, Dražen Vrh, Rožengrunt, Lokavec itd.) ter na tematsko uravnoteženost. Tematike so lahko kontinuirano grupirane po tednih, npr. 1. teden kulturna znamenitost, 2. teden naravna danost, 3. teden običaji in spretnosti, 4. teden ponudniki kulinarike & vina, 5. teden tradicionalne prireditve. Možna je tudi določitev mesečnih tematik npr. januar: sakralna dediščina, februar: anovske jedi, marec tradicionalne prireditve ipd., vendar v praksi izbor mesečnih tematik kaže manjšo dolgoročno prepoznavnost. Poleg rednega objavljanja je potrebno poskrbeti tudi za delitve v ustrezne skupine in na povezane FB strani.

V okviru družbenih omrežij se nudi manjšim ponudnikom, ki niso vešči komuniciranja z mediji, podpora pri komunikaciji.

Zanimiv proaktivni pristop je tudi promocija vsebin z blogerji, vlogerji in influencerji, ki svoj krog avditorija informirajo, animirajo in večajo prepoznavnost na njim poseben način sporočanja.

Shema 7: Glavna orodja za vzpostavitev spletne identitete

Prepoznavnost destinacije je potrebno graditi tudi preko različnih tekmovanj za urejenost okolja in v medijih. V segment medijske prepoznavnosti sodijo PR-sporočila, servisiranje novinarjev in novinarske konference. Na domačem trgu se pripravljajo PR-sporočila (vsaj dvakrat na leto) ob pomembnejših projektih, novostih za STO TTA novice, nacionalne, regionalne in lokalne medije. Kontinuirana in profesionalna mora biti podpora tujim in domačim novinarjem. Potrebno je vzpostaviti kontakte in

zagotoviti dobro odzivnost, ko iščejo informacije, gradiva, fotogradivo, predvsem pa zgodbe. Pomembno je, da imamo vzpostavljeno digitalno infrastrukturo in materiale za hitro posredovanje.

TRŽENJE

Obstoječe tržne aktivnosti temeljijo na dobri reklami od ust do ust ter promociji kraja s strani društev. Posamezni turistični ponudniki svojo ponudbo tržijo tudi prek lastnih spletnih strani. Strateškega destinacijskega trženjskega pristopa ni. Destinacijski management je sicer poskušal v preteklosti navezati poslovne stike s turističnimi agencijami v regiji, vendar do izvedbe tržnih aktivnosti ni prišlo. Lokalne agencije domačih destinacij kot svojo poslovno priložnost tudi še ne prepoznavajo.

Destinacija Sveta Ana je zelena in edinstvena v smislu svoje enološke zgodovine. Kot taka ima visok trženjski potencial ter visok potencial za oblikovanje izjemnih petzvezdičnih doživetij. Njena ciljna publika so zato agencije, ki so specializirane za unikatna doživetja in zeleno turistično ponudbo. Na ravni posameznikov, pa so ciljna publika portali, ki so poznani po svoji zeleni, avtohtoni ponudbi.

Predpogoj za uspešno trženje in prepoznavnost je v sodelovanju, tako na ravni lokalnih deležnikov, kot na ravni regije in navzven v slovenskem prostoru s tematsko sorodnimi produkti. Fokus mora biti usmerjen v učinkovito komuniciranje destinacije, doseganje širše prepoznavnosti ter tržne aktivnosti.

Osnovni cilj je vzpostavitev sistema enovitega razvoja kakovostnih, edinstvenih in trajnostnih doživetij, ki so glavni gradniki destinacijskih produktov in bodo gostom na preprost in dostopen način na voljo v vseh letnih časih. Pozicijo destinacije je potrebno graditi na domačem in mednarodnih trgih, s poudarkom na destinacijah zahodne, severne in srednje Evrope. Za dnevne avtobusne turiste, pa krepitev prepoznavnosti destinacije v sosednji Avstriji in na Madžarskem.

Trženjske aktivnosti morajo biti podprte z večjezičnimi materiali in modernimi orodji, kot so Instagram, FB, TripAdviser, uporabna, pregledna in ažurna spletna stran, vnosi ponudbe v različne aplikacije, prisotnost ponudbe v Google Maps, dostopnost vsebin na YouToube ipd.

ZAGOTAVLJANJE FINANČNEGA OKVIRJA

Občina zagotavlja financiranje trajnostnega turizma preko občinskega proračuna ter preko številnih EU in drugih projektov (npr. Interreg, LAS, MKGP itd.). Številni projekti se izvajajo tudi preko Regijske razvojne agencije Slovenske gorice (RASG) in Lokalne akcijske skupine LAS OVTAR Slovenskih goric.

Po sprejetju strategije se v roku treh mesecev pripravi dvoletni finančno ovrednoten načrt dela.

TABELA UKREPOV

UKREP	AKTIVNOST	OPIS AKTIVNOSTI	PREDVIDEN IZVAJALEC	PREDVIDENA ČASOVNICA
MANAGEMENT				
1.1	Kadrovska okrepitev	Zagotovitev dodatnih človeških virov za področje turizma in trajnostnega razvoja.	Občina Sveta Ana	2022
1.2	Ustanovitev enote za turizem	Za jasno preglednost izvajanja nalog se v okviru občinske uprave ustanovi enota za turizem, za izvajanje aktivnosti pa se zadolži oseba s kompetencami, znanjem, izkušnjami in referencami na področju vodenja razvojno-trženjskih projektov v trajnostnem turizmu in z visoko stopnjo okoljevarstvene zavesti ter kreativnosti.	Občina Sveta Ana	2022
1.3	Dvoletni razvojni načrt dela	Strategija je večletni dokument, v katerem je začrtana strateška smer razvoja. Izdelati je zato potrebno operativni dokument, na dvoletni ravni, s konkretnimi izvedbenimi aktivnostmi. Pri izdelavi naj se upošteva tudi nove trende in nepredvidljive situacije (epidemije, naravne nesreče ipd.). V dokumentu se določijo ciljne vrednosti kazalnikov in finančne potrebe.	Občina Sveta Ana	2022 in 2024
1.4	Spremljanje izvajanja in evalvacija	Uresničevanje ukrepov načrtovanih v dvoletnem razvojnem načrtu dela in doseganje ciljev iz strategije naj se redno na letni ravni spremlja in evalvira. Strategija in načrt dela naj se po potrebi dopolnita oz. posodobita v skladu z aktualnimi razmerami.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
1.5	Zagotavljanje vzdržnega finančnega poslovanja	Zagotovitev ustreznega proračuna za izvajanje aktivnosti destinacijskega managementa in izvedbo dvoletnega razvojnega programa dela.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni

UKREP	AKTIVNOST	OPIS AKTIVNOSTI	PREDVIDEN IZVAJALEC	PREDVIDENA ČASOVNICA
1.6	Vzpostavitev sistema sistematičnega merjenja statističnih podatkov vezanih na turizem	Akumulacija uporabnih podatkov in sistematično zbiranje kazalnikov opredeljenih v strategiji.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
1.7	Krepitev splošnega (ne zgolj projektnega) turističnega sodelovanja med sosednjimi destinacijami	Izvedba sklopa delovnih srečanj s sosednjimi destinacijami za skupno načrtovanje tematske ponudbe, identifikacija vsaj treh možnih tematsko usmerjenih vsebinskih sodelovanj. Načrtovanje skupnega tematskega trženja ponudbe.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
1.8	Strateško pozicioniranje destinacije	Destinacijski management komunicira manko prepoznavnosti makroregije s širšimi regijskimi strukturami, kot npr. RASG, RRA Podravje - Maribor ipd. in spodbuja nastanek regionalne (za območje Slovenskih goric) razvojne strategije za področje turizma.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
1.9	Zelena shema slovenskega turizma	Vzdrževanje znaka Slovenia Green, izvedba aktivnosti in konstantno izboljševanje kakovosti destinacije.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
VARSTVO OKOLJA				
2.1	Pripravi se načrt mehke mobilnosti	Izdelava načrta, ki destinacijo usmerja v trajnostni promet s poudarkom na e-vozilih, pešpoteh in kolesarstvu.	Občina Sveta Ana	2023
2.2	Regulacija hrupa	Sprejme se občinski odlok ali drug ustrezen akt, ki regulira onesnaženost destinacije s hrupom.	Občina Sveta Ana	2022
2.3	Izvedba čistilnih akcij	Letne čistilne akcije ter po potrebi tudi interventne ob pojavu točkovnega onesnaženja.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
2.4	Odstranitev infrastrukturnih tujkov iz naravnega okolja	Odstranitev starih žičnih vodov, ki niso več v uporabi in druge obremenjujoče infrastrukture za okolje.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami	2022-2025 kontinuirano na letni ravni

UKREP	AKTIVNOST	OPIS AKTIVNOSTI	PREDVIDEN IZVAJALEC	PREDVIDENA ČASOVNICA
2.5	Identifikacija okoljevarstvenih projektov	Identifikacija projektov in priprava seznama projektov na zalogo.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami	2022-2023
2.6	Mesečno osveščanje prebivalstva o okoljevarstvenih temah	Uvedba mesečne rubrike v javnem mediju (Ovtarjeve novice, FB kanal ipd.) o okoljevarstvenih temah. Naredi se načrt na letni ravni ter po mesecih določi avtorje in tematiko.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
RAZVOJ PODPORNEGA OKOLJA				
3.1	Pridobitev okoljskih znakov kakovosti	Vzpostavitev mehanizmov za spodbujanje ponudnikov za pridobitev zelenih znakov kakovosti.	Občina Sveta Ana v sodelovanju s turističnimi ponudniki	2022-2024
3.2	Poslovna partnerstva za turistični razvoj	B2B srečanja in javni pozivi pridobivanje zasebnih ponudnikov za partnerstvo pri turističnih projektih in projektih, ki se navezujejo na turistično ponudbo.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami in turističnimi ponudniki	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
3.3	Mreženje deležnikov	Uvedba organiziranih dogodkov za mreženje deležnikov. Organizacija dveh dogodkov letno eden v družabno pogovorni obliki, drugi pa v obliki terenskega spoznavanja obstoječih lokalnih turističnih produktov ali spoznavanja dobrih praks.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
3.4	Opolnomočenje turističnih deležnikov	Izdela se triletni načrt izobraževanj za opolnomočenje turističnih deležnikov in izvedeta vsaj dva tematska izobraževanja letno.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z RASG in drugimi izvajalci	2022-2025 kontinuirano na letni ravni

UKREP	AKTIVNOST	OPIS AKTIVNOSTI	PREDVIDEN IZVAJALEC	PREDVIDENA ČASOVNICA
3.5	Dvig števila ponudnikov nastanitvenih kapacitet	Oblikovanje podpornih mehanizmov in identifikacija možnosti financiranja (javno, zasebno, javno-zasebno, projektno ipd.).	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami in turističnimi ponudniki	2023-2025
3.6	Opolnomočenje mladih	Krepitev sodelovanja mladih pri izvajanju turističnih aktivnosti v obliki projektnega sodelovanja, na krovni ravni pa zagotovitev mentorske podpore v okviru že vzpostavljenih mladinskih organiziranih formalnih ali neformalnih struktur.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
3.7	Ozaveščanje prebivalstva o obstoječih turističnih potencialih	Uvedba dneva odprtih vrat oz. uvedba vodenih ogledov po domačem kraju s ciljem spoznavanja domače ponudbe. V okviru dogodka tudi osveščanje prebivalcev o trajnostnem razvoju in pomenu turizma v občini. Optimalen je kontinuiran dogodek 1x letno v času pomankanja dogodkov (npr. april), KS se izmenično menjavajo. Uvedba aktivnega in kontinuiranega objavljanja na obstoječi FB strani Občina Sveta Ana (1x tedensko). Izdela se načrt na letni ravni po tematskih sklopih in na mesečni ravni načrt konkretnih objav.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
3.8	Izobraževanje zelene ekipe	Izvedba rednih zelenih čajank in kontinuirano izobraževanje na področju zelenih turističnih trendov.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni

UKREP	AKTIVNOST	OPIS AKTIVNOSTI	PREDVIDEN IZVAJALEC	PREDVIDENA ČASOVNICA
RAZVOJ TURISTIČNIH PRODUKTOV				
4.1	Segmentacija tematske ponudbe in produktov po ciljnih skupinah	Segmentacija tematske ponudbe za ciljno skupino dnevnih izletnikov, ki prihajajo z avtobusom, naključnih posameznih izletnikov, ki prihajajo v destinacijo s kolesom ali kot pohodniki ter izdelava programov za goste, ki so v destinaciji nastanjeni in bivajo več dni. Pripravi se razvojni dokument in izdelajo konkretni tematski doživljajski produkti.	Občina Sveta Ana	2022-2023
4.2	Investicije v turistično infrastrukturo	S ciljem dviga kakovosti obstoječe turistične ponudbe in aktivacijo novih ponudnikov, se vzpostavijo mehanizmi spodbujanja in sofinanciranja razvoja turizma. Ukrepi so usmerjeni k tistim turističnim produktom in ponudnikom, ki svojo ponudbo dopolnjujejo ali prenavljajo v skladu s strategijo in trajnostnimi smernicami.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z RASG in relevantnimi institucijami	2023-2025
4.3	Zgodbarska nadgradnja turistične ponudbe	Pregled obstoječe ponudbe in načrt avtohtone zgodbarske nadgradnje.	Občina Sveta Ana	2022-2024
4.4	Produktna turistična delavnica	Delavnica za identifikacijo potencialnih novih razvojnih produktov. Organizacija po potrebi oz. 1x na dve leti.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano
4.5	Oblikovanje doživetij v naravi	Oblikovanje novih produktov s poudarkom na doživetju naravnih danosti.	Občina Sveta Ana	2022-2024
4.6	Izdelava kulinaričnega DNK destinacije	Aktivacija izvornih poimenovanj, uporaba lokalnih surovin in pristnih receptur.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z lokalnimi turističnimi deležniki	2023

UKREP	AKTIVNOST	OPIS AKTIVNOSTI	PREDVIDEN IZVAJALEC	PREDVIDENA ČASOVNICA
4.7	Vlaganje v prometno in signalizacijsko infrastrukturo	Pregled, dopolnitev in poenotenje označb in kažipotov ter redno vzdrževanje makadamskih poti.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
4.8	Obnova in revitalizacija označitev turistične ponudbe	Ureditev usmerjevalnih in informativnih tabel na turističnih točkah, posebnih lokacijah in ob znamenitostih. Obnova dotrajanih, optimizacija postavitev, težnja k enotni podobi v skladu s CGP. Priporoča se izdelava projektne naloge in načrta aktivnosti. Redno čiščenje in pregled obstoječih tabel vsaj 2x letno.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
4.9	Nove tematske pohodniške in kolesarske poti	Načrtovanje in izvedba ter digitalizacija novih označenih pohodniških in kolesarskih poti.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami	2022-2025
4.10	Trajnostna (turistična) mobilnost s kolesi	Kolesarske poti do atrakcij, povezovalne poti, cestne povezave, ureditve parkirišč ob znamenitostih. Za trajnostno mobilnost znotraj destinacije se ojača mreža koles in e-koles na več mestih v destinaciji, tako ob atrakcijah v javni lasti, kot tudi pri zasebnikih. Kolesa so namenjena rezidentom in turistom.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami in turističnimi ponudniki	2022-2025
4.11	Ureditev infrastrukture za avtodome	Ureditev vsaj enega postajališča z avtodome z oskrbo ter ureditev parkirišča brez oskrbe za avtodome na vsaj dveh lokacijah v destinaciji.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami in turističnimi ponudniki	2023-2024
4.12	Večanje prepoznavnosti dogodkov	Načrtovanje letnih aktivnosti v okviru organizacije dogodkov, oblikovanje strategije izvedbe in želenih ciljev, spremljanje aktivnosti in merjenje	Občina Sveta Ana v sodelovanju s	2022-2025 kontinuirano na letni ravni

UKREP	AKTIVNOST	OPIS AKTIVNOSTI	PREDVIDEN IZVAJALEC	PREDVIDENA ČASOVNICA
		učinkovitosti. Dopolnitev dogodkov v mrtvi sezoni (januar-april).	turističnimi ponudniki	
TRŽENJE IN PROMOCIJA				
5.1	Razvoj destinacijske blagovne znamke	Razvoj turistične blagovne znamke in določitev CGP.	Občina Sveta Ana	2022-2023
5.2	Opredelitev prepoznavnega zelenega DNK	Izdelava podrobnega elaborata zelenega DNK z opisi po področjih (narava, kultura, dediščina ipd.).	Občina Sveta Ana	2022
5.3	Baza fotografskega materiala	Zagotovitev kvalitetnih prezentacijskih fotografij za splošne promocijske namene. Kvalitetne licenčne zgodbarske fotografije po vsebinskih področjih.	Občina Sveta Ana	Vzpostavitev 2022 in nato dopolnjevanje v naslednjih letih
5.4	Razvoj sodobnih promocijskih gradiv	Poudarek na digitalnih materialih. Postopno oblikovanje predstavitvenih gradiv po temah in po prioritetnih potrebah: kulinarika, kultura in kulturna dediščina, šport in aktivnosti v naravi. Oblikovanje izvedbenega načrta za pripravo gradiv in valorizacija potrebnih sredstev.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami in turističnimi ponudniki	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
5.5	Krovna destinacijska predstavitvena brošura	Izdelava sodobne predstavitvene brošure, ki na krovni ravni predstavlja destinacijo in njen imidž.	Občina Sveta Ana	2022
5.6	Destinacijska vstopna spletna stran	Postavitev večjezične vstopne turistične spletne strani.	Občina Sveta Ana	2022-2023
5.7	TripAdvisor & Google mnenja	Vzpodbujanje odzivnosti na ocenjevanje ponudnikov, skrb za doseganje visokih ocen in dobrih priporočil, podpora in pomoč pri pripravi ustreznih predstavitvenih vsebin ponudnikov.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami, RASG in turističnimi ponudniki	2022-2023
5.8	Komunikacijska podpora za promocijo destinacijske ponudbe na družabnih omrežjih	Sistematičen in načrtovan pristop k podajanju vsebin in informiranje javnosti o dogodkih, komunikacija s sledilci (Facebook, Instagram)	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi	2022-2025 kontinuirano na letni ravni

UKREP	AKTIVNOST	OPIS AKTIVNOSTI	PREDVIDEN IZVAJALEC	PREDVIDENA ČASOVNICA
		spremljanje razvoja platform in odzivanje na spremembe. Objava dogodkov turističnih ponudnikov, predstavitev, akcij, posebnosti, novosti.	institucijami, RASG in turističnimi ponudniki	
5.9	YouTube kanal	Profiliranje kanala Svete Ane. Združitev obstoječega materiala v kanal. Oblikovanje novih digitalnih vsebin za animacijo potencialnih turistov k obisku.	Občina Sveta Ana	2022
5.10	Vplivneži	Identifikacija ustreznih oseb (glede na ciljno populacijo) in komuniciranje z vplivneži (influencerji, blogerji, vlogerji, s pisci turističnih vodičev), sprožanje pozitivnega mnenjskega trenda in ocen, ponudba izkušnje (produkt, storitev, doživetje) v zameno za objavo.	Občina Sveta Ana v sodelovanju s turističnimi ponudniki	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
5.11	Vidnost v medijih	Prezenca v turističnih oddajah in tiskanih medijih. Priprava prednostnih tematskih vsebin v skladu s trženjsko politiko destinacije ter aktivno sodelovanje pri izvedbi promocije. Aktivno povezovanje z novinarji ter iskanje možnosti za »story telling« objave.	Občina Sveta Ana v sodelovanju z relevantnimi institucijami, RASG in turističnimi ponudniki	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
5.12	Oglaševanje in digitalni marketing	Letni plan trženja in tržnega komuniciranja, priprava prioritetnih projektov, zagotovitev sredstev, časovnica izvedbe in zagotovitev digitalnega podpornega materiala.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
5.13	Udeležba na raznih tekmovanjih za urejenost kraja	Sodelovanje v že utečenih natečajih TZS in Štajerske turistične zveze ter iskanje novih priložnosti.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni
5.14	Vzpostavi se mobilni TIC po tripartitnem sistemu	Uvedba terenskega TIC - Skrinjica anovskih zanimivosti, opredelitev delovanja in nalog generalnega TIC.	Občina Sveta Ana	2022

UKREP	AKTIVNOST	OPIS AKTIVNOSTI	PREDVIDEN IZVAJALEC	PREDVIDENA ČASOVNICA
5.15	Ažurna promocija v regijskih TIC	Opravlja se mesečno posodabljanje zaloge promocijskega materiala v TIC sosednjih destinacijah, tudi v Mariboru.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na mesečni ravni
5.16	Opolnomočenje sektorja za podajanje turističnih informacij	Izvaja se letno opolnomočenje zaposlenih pri turističnih ponudnikih za podajanje informacij o turistični ponudbi destinacije Sveta Ana.	Občina Sveta Ana	2022-2025 kontinuirano na letni ravni