



MESTNA OBČINA CELJE

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V MESTNI OBČINI CELJE 2024–2029 z usmeritvami do leta 2031

2. 4. 2024

Naročnik: Mestna občina Celje

Projekt: Priprava Strategije razvoja turizma v Mestni občini Celje 2024—2029

Izvajalec: Agencija za razvoj in komunikacije v turizmu Nea Culpa d. o. o.

Delovna skupina izvajalca: Neja Petek, direktorica; Petra Goneli, direktorica razvoja; Matic Kriter, svetovalec za gostoljubje in hotelirstvo; Jaša Koceli, svetovalec za kulturo in kulturno-umetniško produkcijo; Tanja Gruden, analitičarka in ustvarjalka vsebin.

Ožja delovna skupina za spremljanje in sodelovanje pri pripravi Strategije razvoja turizma v MOC, 1. faza:

Bojan Cvelfar, Monika Tominšek, Alen Obrez, Alja Založnik, Jerneja Svetko, Maja Voglar, Urša Dorn, Klemen Sagadin, Milena Čeko Pungartnik

Ožja delovna skupina za spremljanje in sodelovanje pri pripravi Strategije razvoja turizma v MOC, 2. faza:

Bojan Cvelfar, Alen Obrez, Alja Založnik, Jerneja Svetko, Maja Voglar, Urša Dorn, Klemen Sagadin, Milena Čeko Pungartnik, Gašper Puhan, Miran Krajnc, Darija Cviki

Vsebina

POPOTNICA NOVI STRATEGIJI TURIZMA	4
CELJE. AGENDA 2029.	7
1. OCENA STANJA	9
1.1. CELJE IN TURIZEM V ŠTEVILKAH	9
1.2. SWOT ANALIZA.....	19
1.3. TRENDI MESTNEGA TURIZMA	24
1.4. PROCES PRIPRAVE STRATEGIJE	26
1.5. KLJUČNI IZZIVI STRATEŠKEGA OBDOBJA 2024 – 2029.....	28
2. STRATEGIJA	29
2.1. EDINSTVENE PREDNOSTI CELJA KOT TURISTIČNE DESTINACIJE.....	29
2.2. ŠTIRI ZGODBE O PREDNOSTIH CELJA KOT DESTINACIJE	31
2.3. ŠTIRI STRATEŠKE KOORDINATE.....	32
2.4. DVE GEOGRAFSKI KOORDINATI.....	33
2.5. VIZIJA 2029	34
2.6. STRATEŠKI CILJI	36
3. CELOSTNI STRATEŠKI NAČRT	38
3.1. NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV.....	39
3.2. NAČRT NALOŽB IN PROJEKTOV	53
3.3. NAČRT TRŽENJA	58
3.4. NAČRT UPRAVLJANJA	65
3.5. IZBRANI PROJEKTI PRVE PRIORITETE.....	71
4. FINANČNI OKVIR S SCENARIJI	72
5. AKCIJSKI NAČRT	76
6. SPREMLJANJE IZVAJANJA STRATEGIJE	78
7. UPORABLJENE KRATICE	79
8. VIRI	80

POPOTNICA NOVI STRATEGIJI TURIZMA

Celje je zgodovinsko mesto v središču vseh poti skozi Slovenijo. Stari Rimljani in Celjski grofje so ga zasidrali na evropski zemljevid. Danes Celjani živimo v sodobnem in urbanem središču, ki je kulturni in gospodarski center za 300.000 prebivalcev Savinjske regije. Z načrtnim razvojem vsebin in dogodkov v starem mestnem jedru dvigujemo utrip za Celjane in obiskovalce, za gostince in trgovce. Obkroža nas največji mestni gozd, kolesarske in pohodniške poti, ki jih razvijamo, regijo samo še bolj povezujejo.

Večkrat poudarim, da turista, ki pride v Celje ali okolico, ne zanimajo občinske meje, ampak vrhunsko doživetje kulture in dediščine, sodobnega utripa in ustvarjalnosti, narave in športnih aktivnosti, družinskih dogodivščin in večernega vrveža, termalnega razvajanja in zelenega raziskovanja. **V Celje od nekdanj vodijo vse poti, zato lahko iz našega mesta ponudimo vse. Ne zavedamo se, kako majhne so slovenske razdalje za mednarodne goste in kako zelo iščejo alternativna mesta, kjer nikoli ne bo množičnega turizma** in kjer se lahko zlijejo z lokalno atmosfero. Celje je idealna naslednja ali vnovična postaja za vsakega obiskovalca, pa naj bo iz Slovenije, Evrope ali sveta. Ne le zaradi novega Potniškega terminala, ki ga željno pričakujemo Celjani in Savinjska regija, ampak zaradi vzdušja, varnosti, priročnosti in privlačnosti, ki temelji na lokalni pristnosti, ne generični množičnosti. In to na pol poti med Ljubljano in Mariborom, med Dunajem in Trstom, med Benetkami in Budimpešto.

Nova Strategija razvoja turizma v Mestni občini Celje 2024–2029 (z usmeritvami do 2031) temelji na sproščnem sobivanju domačinov in obiskovalcev, med katerimi se osredotočamo na tiste, ki bodo Celje prepoznali kot udobno središče za kulturno in aktivno raziskovanje regije in Slovenije. Naš cilj je, da v novem obdobju naredimo preskok in

vzpostavimo Celje kot destinacijo za inovativen mestni oddih, ne le kot destinacijo za privlačen dnevni obisk. Ta mestni oddih v središču ene najbolj zelenih in razgibanih regij Slovenije je lahko nabit z zgodovino in kulturo, naravo in športom ali počitkom in regeneracijo. **Več mednarodnih obiskovalcev bo pospešilo krvni obtok našega gospodarstva, predvsem malih in srednjih podjetij.** Turizem ni med ključnimi panogami v Mestni občini Celje, a je med glavnimi pospeševalci razvoja mestnega jedra, podeželja in vseh s turizmom neposredno ali posredno povezanih dejavnosti. **Prizadevali si bomo za vzpostavitev spodbudnega podpornega okolja, ki bo ponudnikom v turizmu in gostinstvu omogočalo napredovanje ali nove investicije,** ki jih za preboj v tej zahtevni panogi v Mestni občini Celje potrebujemo.

Iskrena hvala vsem, ki se dnevno trudite za prijazne storitve in dobra doživetja za domačine in obiskovalce v Mestni občini Celje. Hvala za vse pobude in predloge skoraj 300 občankam in občanom, ki ste aktivno sodelovali v procesu nastajanja te strategije in ste z nami delili vaše ideje in videnja. Življenje in utrip v Celju in okolici soustvarjamo vsi. To, kako živimo in se spodbujamo, pa kot del svoje izkušnje ponesejo v svet vsi obiskovalci. Če se v svojem mestu dobro počutimo domačini, se to vzdušje prenese na vse, ki nas obiščejo.

Pomembno je, da obiskovalci zaznavajo prednosti, ki jih identificiramo sami. Med turisti, ki so Celje obiskali v zadnjem letu, so tako izstopali urejenost, čistoča, bogata zgodovina, sodoben življenjski slog, športni dogodki, družinam prijazno in privlačno mestno jedro. V novem strateškem obdobju si vsi deležniki in partnerji, ki smo sodelovali pri procesu priprave nove Strategije razvoja turizma v Mestni občini Celje

želimo v razvoju produktov in v promociji poleg kulturne dediščine izpostaviti sodoben utrip mesta in bližino narave.

Za pozicioniranje Celja kot destinacije kulturno-aktivnega oddiha bodo morali vsi sektorji intenzivno sodelovati in se vzporedno razvijati. Tudi to je bil razlog, da smo nove strategije kulture, športa in turizma ustvarjali sočasno. Za resnejši turistični razvoj destinacije Celje, kot smo ga zastavili v tej strategiji, bo potrebno pridobiti zasebne naložbe v nastanitve. Razvoj hotelske ponudbe je v preteklih letih stagniral, obenem pa se lahko pohvalimo, da je naš legendarni mestni hotel kot eden najstarejših v Sloveniji praznoval 150 let in da v novo obdobje vstopa z zelenim certifikatom za trajnost. Toda za nadaljnji razvoj produktov poslovnega in sejemskega turizma ter športnega turizma naša destinacija potrebuje vsaj še en večji hotel, posebej prilagojen potrebam obeh ciljnih skupin, ki sta pomembna ekonomska in družbena stebra v Mestni občini Celje.

Celjani bomo torej tudi v prihodnje, tako kot nam je pokazala zgodovina, svojo strateško geografsko pozicijo izkoristili za družbeni, gospodarski in za turistični razvoj. V Združenju zgodovinskih mest Slovenije in kot vodilna destinacija slovenskega turizma bomo proaktiven in živahen partner na

nacionalni ravni. Lokalno bomo poleg prizadevanj za podporno okolje za zasebni sektor zastavili še strategijo upravljanja in razvoja Celjskega gradu, naše ključne atrakcije, vizijo in načrt nosilnih dogodkov, razvijali in negovali bomo našo gastronomsko skupnost, zasnovali bomo prepoznaven vseslovenski festival, posvečen ikoni med svetovnimi popotnicami in popotniki Almi M. Karlin, širili bomo mrežo pohodniških, kolesarskih in tematskih poti. **Vsa infrastruktura je namenjena tako domačinom kot obiskovalcem, med katerimi moramo vzdrževati zdravo ravnovesje. Zastavili smo ambiciozen načrt 24 projektov prve prioritete, ki jih bomo uresničili v naslednjih 6 letih.**

Veselim se, da bomo turizem in celjske izkušnje soustvarjali vsi, kot skupnost, ki misli na prihodnost s ponosom do svoje dediščine in soodgovornostjo do sodobnosti, ki jo živimo skupaj.

Matija Kovač

župan Mestne občine Celje

Odgovori prebivalcev na vprašanje: KAKO SI ŽELITE VIDETI CELJE KOT TURISTIČNO DESTINACIJO ČEZ 5 LET?

**Zanimivo, urbano
in življenja polno
mesto.**

**Prijazno tudi nam,
domačinom.**

**Mesto, polno turistov,
ljubiteljev zgodovine,
umetnosti, petja.**

**Napredno in živahno
staro mestno jedro.**

Vir: Anketa za prebivalce (N = 289)

CELJE. AGENDA 2029.

ZGODOVINSKO MESTO V SREDIŠČU POTI PO SLOVENIJI IN REGIJI

V Celje vodijo vse poti, ker se tu srečajo: urbani utrip in narava, kultura in šport, delo in uživanje



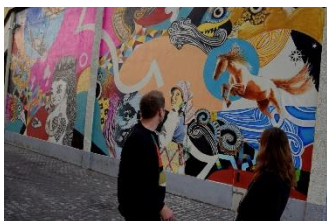
NAJVEČJI SREDNJEVEŠKI GRAD V SLOVENIJI

Celje je med Slovenci in mednarodnimi obiskovalci najbolj znano po Celjskem gradu, največji mestni privlačnosti in Celjskih grofih. Zgodovina celjske kotline je dolga in bogata zaradi ugodne geostrateške pozicije. Ime Keleia, ki so ga Celju nadeli Kelti, pomeni zatočišče. Tri zvezde, simbol Celjskih grofov, so v državnem grbu Slovenije.



UDOBNO, ZGODB POLNO MESTNO JEDRO. ALMINA IN TVOJA NASLEDNJA POSTAJA.

Staro mestno jedro Celja deluje kot velika in varna dnevna soba, kjer se počutiš dobro. Sprehajaš se med ostanki starorimske Celeie (Celeia - mesto pod mestom), srednjeveškega in renesančnega Celja, ki jih od blizu spoznaš v Pokrajinskem muzeju Celje. Obiščeš lahko Staro Grofijo in si ogledaš Celjski strop. To je mesto v središču znamenite železniške proge Dunaj – Trst, po kateri je v svet odpotovala ena največjih popotnic vseh časov Alma M. Karlin.



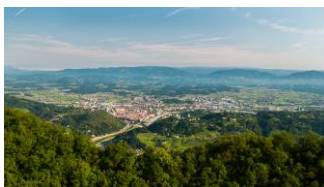
REGIJSKO URBANO IN UMETNIŠKO SREDIŠČE. EDINA GALERIJA EROTIKE V SLOVENIJI

Center sodobne umetnosti je osrednja regijska institucija za produkcijo, preučevanje in predstavitev sodobne umetnosti s tremi razstavišči. Živa in povezana je cela umetniška skupnost v mestu. V Umetniški četrti, kjer so ateljeji ustvarjalcev, nastajajo veliki murali, rezidenčni program Air Celeia spodbuja mobilnost v umetnosti in gosti mednarodne ustvarjalce.



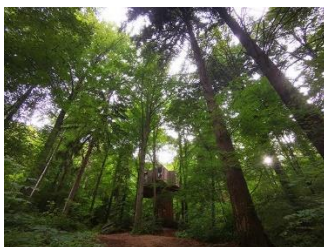
IGRIVO MESTO ZA DRUŽINE. EDINI OTROŠKI MUZEJ V SLOVENIJI.

Hermanov brlog je edini otroški muzej v Sloveniji, v Tehnoparku Celje, nekoč ikonični Veleblagovnici T, je danes največji znanstveno-zabavni park Slovenije. Za družine so privlačni tudi dogodki, kot je Srednjeveški dan poleti in pozimi, Živa zgodovina na Celjskem gradu, Pravljično Celje in izbrana ponudba doživetij za otroke v Celje po veselje, ki se odvija v času jesenskih in zimskih šolskih počitnic.



SREDIŠČE SAVINJSKE DOLINE, SLOVENIJE IN REGIJE

Celje je v središču prometnih tokov Slovenije in gospodarsko, upravno, kulturno, izobraževalno središče Savinjske doline ter Savinjske statistične regije. Zelene smeri iz Celja vodijo na vse strani neba, najlepše pa je slediti toku Savinje, vse od njenega izvira v osrčju Logarske doline, ene najlepših ledeniških dolin Evrope, do združitve s Savo pri Zidanem Mostu.



EVROPSKI VZOR URBANEGA GOZDA. NAJVEČJA DREVESNA HIŠA V SLOVENIJI.

Največja urejena javna zelena površina v Celju je Mestni gozd s 114 hektarji in 15 km urejenih gozdnih poti. Največja drevesna hiša v Sloveniji gosti mnoge dogodke na preseku narave, kulture, umetnosti in izobraževanja. Celjski Mestni gozd je zgled, kako upravljati zelena pljuča mesta, v evropskem merilu.

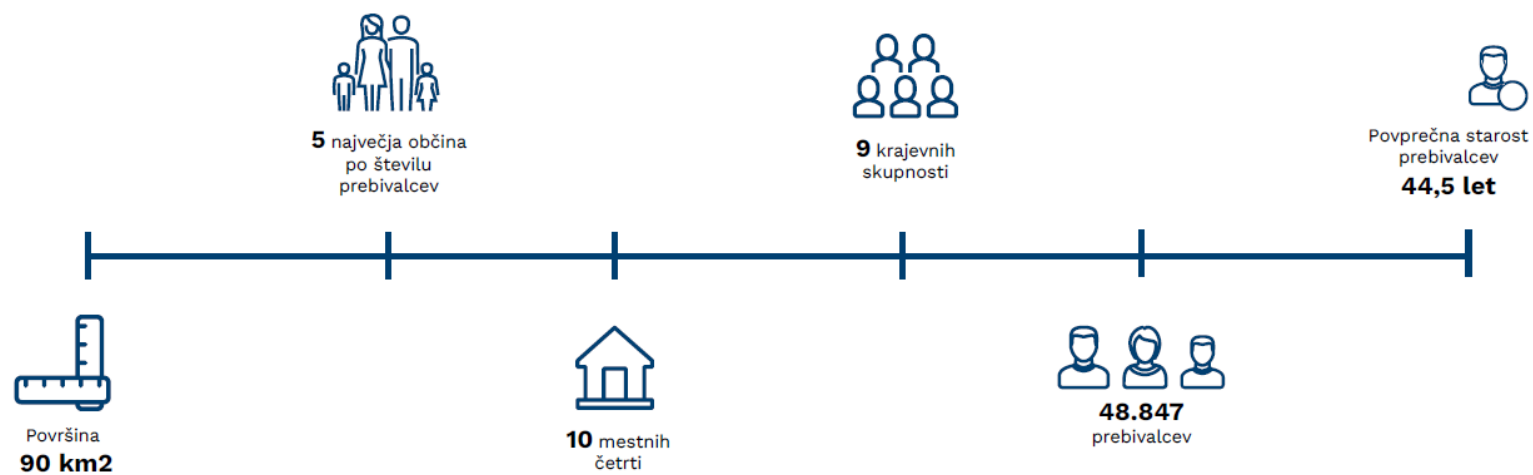


NAJVEČJE UMETNO JEZERO V SLOVENIJI

Razgibana obala jezera, ki ga z mestnimi četrtmi povezuje pešpot in kolesarska steza, nudi kar 10 kilometrov poti za raziskovanje tega edinstvenega ekosistema, kjer pod vodo živijo več kot 2-metrski sladkovodni somi.

1. OCENA STANJA

1.1. CELJE IN TURIZEM V ŠTEVILKAH





45
aktivnih
ponudnikov
nastanitev



1.177
ležišč
(706)



67.780
nočitev
v 2022
(SURS)



28.032
prihodov
v 2022
(SURS)



79.038
obiskovalcev
v TIC Celje
center in na
Celjskem gradu



73.174
obiskovalcev
Celjskega
gradu

Za pripravo strategije smo izvedli celostno analizo turizma v Mestni občini Celje (v nadaljevanju MOC): analiza turističnega povpraševanja, analiza turistične ponudbe, analiza organiziranosti turizma in pregled strateških razvojnih dokumentov. V tem poglavju so predstavljeni ključni izsledki.

Prihodi

Število turističnih prihodov se je v zadnjem desetletju **povečalo za 1,3-krat**, kar je pod slovenskim povprečjem. **Obseg nočitev** se je dvignil iz 45.706 leta 2012 na **67.780 leta 2022**. **Povprečna doba bivanja** v Mestni občini Celje se je v desetih letih podaljšala iz 2,1 v letu 2012 na **2,4 dneva** v letu **2022**.

Leto	Prihodi	Prihodi domači turisti	Prihodi tuji turisti	Prenočitve	Št. ležišč (stalna + začasna)	Povprečna doba bivanja
2012	21.929	6.251	15.678	45.706	682	2,1
2022	28.032	8.812	19.220	67.780	1.177 (706)	2,4

Tabela 1: Podatki o rasti turizma v MOC od leta 2012 do 2022. Vir: Statistični urad Republike Slovenije – SURS.

Nastanitve

V Celju na področju nastanitev v primerjavi z letom 2019 beležimo **rast nizkocenovnih ležišč (hostli) in zasebnih nastanitev ter upad hotelskih ležišč**. V letu 2023 je bilo po podatkih AJPES na destinaciji **1.177 ležišč**. Po oceni iz terena je za turistične namene na destinaciji redno na voljo

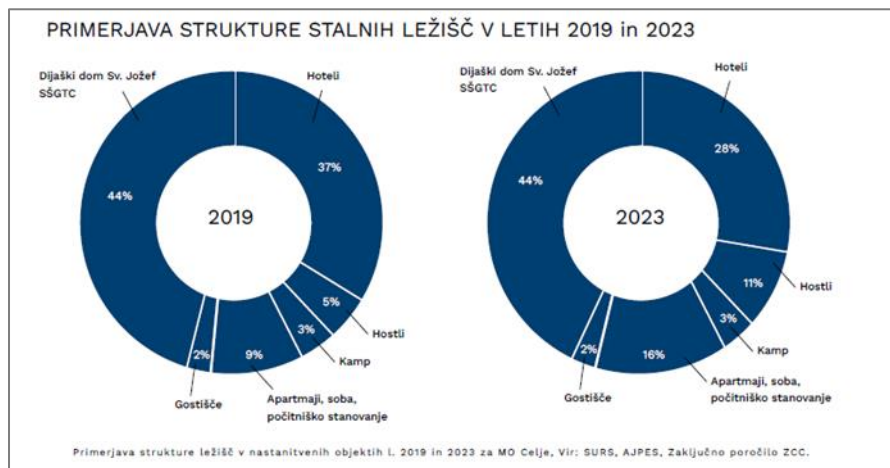
706 ležišč. To je število brez vključenih 471 ležišč v Domu Sv. Jožefa in Dijaškem domu Srednje šole za gostinstvo in turizem.* **Destinacija za dvig deleža gostov z dodano vrednostjo in razvoj produktov (industrija srečanj, športni turizem ...)** nujno potrebuje dodatne in ustrezne nastanitve, to je vsaj en hotel z več kot 50 sobami.

PRIMERJAVA NASTANITVENIH KAPACITET I. 2019 in I. 2023	Št. ležišč	Št. ležišč	Št. ponudnikov	Št. ponudnikov
LETO	2019	2023	2019	2023
Hoteli	397	330	5	4
Hostli	59	127	3	3
Kamp	30	30	1	1
Apartmaji, soba, počitniško stanovanje/hiša	95	194	19	34
Gostišče	25	25	1	1
Dijaški dom in dom sv. Jožef	471	471	2	2
SKUPAJ z Dijaškim domom in Domom sv. Jožefa	1.077	1.177	31	45
BREZ Dijaškega doma in Doma sv. Jožefa	606	706	29	43

Tabela 2: Primerjava nastanitvenih kapacitet I. 2019 in I. 2023. Vir: AJPES in letno poročilo ZCC, 2022

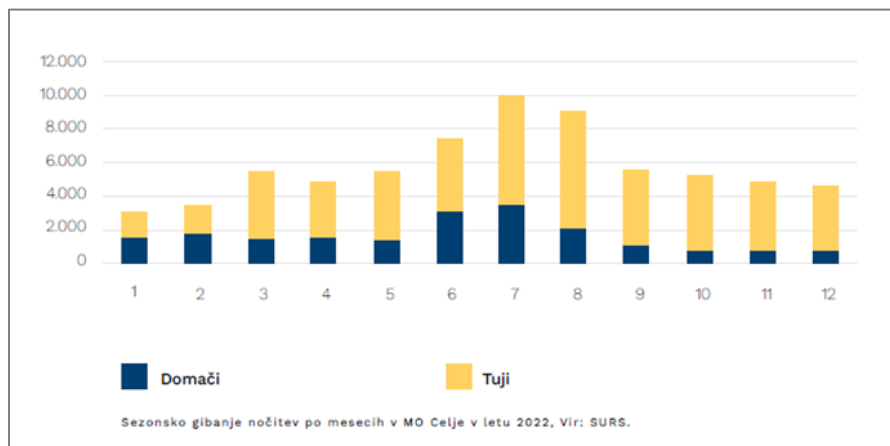
***Metodološko pojasnilo:** Pri analizi števila ležišč v letu 2019 nismo upoštevali ležišč v Samskem domu (105), saj ta niso bila del turistične ponudbe. Pri obdelavi podatkov smo kot posebno kategorijo izpostavili ležišča v Domu Sv. Jožef (kategorija: penzion **) in Dijaški dom Srednje šole za gostinstvo in turizem (kategorija: hostel), ki v deležu ležišč predstavljata kar 40 % vseh ležišč v Mestni občini Celje. Ta ležišča na podlagi intervjujev s turističnimi delavci

niso stalno na voljo za turistične namene, hkrati pa zaradi številčnosti pomembno vplivajo na celostno analizo, zato jih za boljši vpogled vodimo kot ločeno kategorijo.



Graf 1: Primerjava strukture ležišč v nastanitvenih objektih l. 2019 in 2023 za MOC, Vir: SURS, AJPES, Zaključno poročilo ZCC.

Sezonsko gibanje nočitev



Graf 2: Sezonsko gibanje nočitev po mesecih v MOC v letu 2022, Vir: SURS.

V **poletni sezoni** (junij, julij, avgust) je bilo leta 2022 ustvarjenih **39 % vseh nočitev**. Za **mestno destinacijo** ima **destinacija Celje** zaznavno sezonsko gibanje nočitev z vrhuncem v poletnem času.

Celjski grad

Celjski grad je najbolj obiskana znamenitost v Mestni občini Celje. Upravlja ga Zavod Celeia Celje (v nadaljevanju ZCC), ki je destinacijska management organizacija (v nadaljevanju DMO). Število obiskovalcev gradu se vrača na vrednosti pred pandemijo Covid-a. Celjski grad je v letu 2022 obiskalo le 862 obiskovalcev manj kot leta 2019 (l. 2019 - 74.036 in l. 2022 - 73.174). V letu 2022 je grad obiskalo 31,17 % slovenskih obiskovalcev, med tujimi obiskovalci je največji delež gostov iz Madžarske (4,01 %), sledijo gostje iz Italije (3,26 %) ter iz Nemčije (3,05 %).

Nočitve 2022 - Top 5 trgov		Obisk Celjskega gradu 2022 - Top 5 trgov	
Slovenija	18.435	Slovenija	22.811
Nemčija	5.138	Madžarska	2.936
Srbija	4.395	Italija	2.388
Italija	3.893	Nemčija	2.229

Tabela 3: Primerjava glavnih trgov za nočitve in trga dnevnih obiskovalcev. Vir: SURS, AJPES, Zaključno poročilo ZCC.

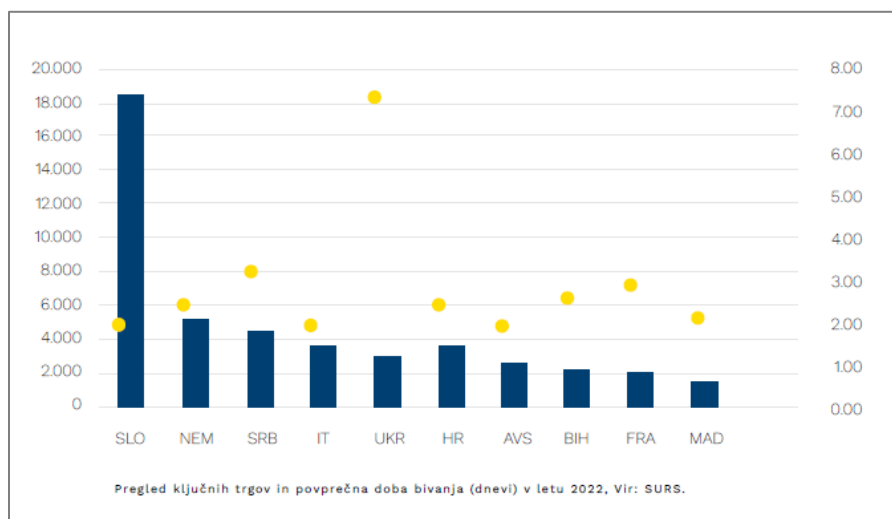
Pomembno: Na destinaciji beležimo razkorak med glavnimi trgi dnevnih obiskovalcev (Celjski grad) ter glavnimi trgi za nočitve. Pri izboru trgov za promocijske aktivnosti v novem strateškem obdobju smo upoštevali podatke dnevnega obiska in nočitev.

Trgi

Nemčija, Srbija in Italija so trije najpomembnejši tuji trgi destinacije Celje in skupaj predstavljajo **20 % vseh nočitev v letu 2022**.

Turistično povpraševanje v Celju v veliki večini ustvarijo mednarodni prihodi.

Mednarodni gostje opravijo 72,8 % vseh nočitev ter 68 % prihodov.

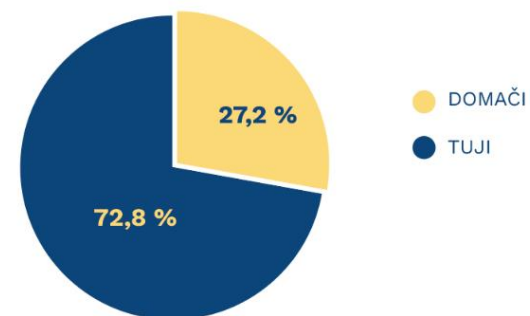


Graf 3: Pregled ključnih trgov in povprečna doba bivanja (dnevi) v letu 2022. Vir: SURS.

Trgi, ki imajo največjo povprečno dobo bivanja med prvimi desetimi trgi, so: srbski trg (3,21 dni), francoski trg (2,78 dni) in bosanski trg (2,62 dni). Na italijanskem (1,97 dni) in avstrijskem trgu (1,86 dni) pa nasprotno beležimo krajšo dobo bivanja kot dva dni. V statističnih podatkih SURS-a so

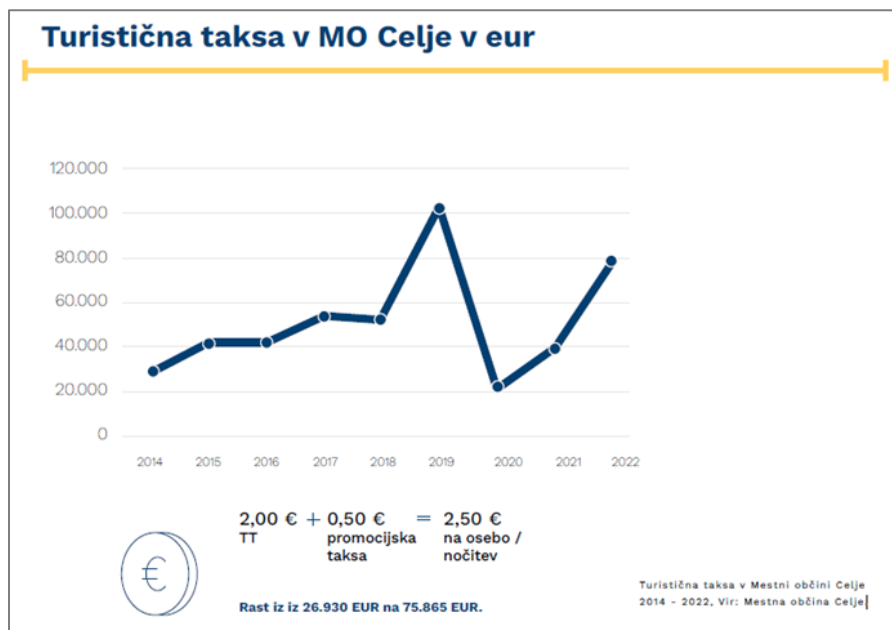
zajeti tudi podatki o prihodih in nočitvah oseb iz Ukrajine, ki potujejo zaradi drugih razlogov, kar se odraža tudi v dolgi dobi bivanja (7,7 dni), ki izrazito odstopa od ostalih trgov. Na podlagi obiska Celjskega gradu ter podatkov Slovenske turistične organizacije ocenjujemo, da imata potencial za nadaljnjo rast madžarski (2,8 %, l. 2022) in poljski trg (2,0 %, l. 2022).

Delež domačih in tujih turistov v l. 2022



Graf 4: Delež domačih in tujih turistov v MOC v letu 2022. Vir: SURS.

Turistična taksa



Graf 5: Turistična taksa v Mestni občini Celje 2014 – 2022. Vir: Mestna občina Celje.

2,00 € (turistična taksa) + **0,50 €** (promocijska taksa) = **2,50 €** na osebo/nočitev

V času od l. 2014 do 2022 je obseg turistične takse narasel iz 26.930 € na 75.865 €. Razlog za visoko rast so bili poleg splošnih ugodnih trendov

turizma v letu 2019 tudi povišanje vrednosti turistične takse. Mestna občina Celje je z odlokom opredelila, da **znaša turistična taksa za nočitev za osebo 2,50 €, od tega je vrednost promocijske takse 0,50 €, preostanek 2,00 € ostane v proračunu občine**. Mestna občina Celje celotno takso vrača v turizmu, saj so sredstva proračuna namenjena turistični dejavnosti.

Celjsko turistično gospodarstvo

183 poslovnih subjektov

665 delovnih mest

59,4 mio € prihodkov

34.392 € povprečna dodana vrednost na zaposlenega

Podatki za leto 2022. Vir: AJPES

V letu 2022 je po podatkih AJPES v Mestni občini Celje v panogi gostinstva in turizma (standardna klasifikacija dejavnosti – SKD, panoga I) delovalo **183 poslovnih subjektov**, ki so zagotavljali **665 delovnih mest**. Panoga je ustvarila **59,4 mio EUR prihodkov**; njena produktivnost, merjena skozi dodano vrednost na zaposlenega (34.392 EUR/zaposlenega), je nižja od slovenskega povprečja panoge (35.011 EUR/zaposlenega).

Celjsko turistično gospodarstvo dopolnjuje **21 subjektov v dejavnosti potovalnih agencij** in **46 subjektov v dejavnosti kulturnih, razvedrilnih in rekreacijskih dejavnosti**.

Podoba in pozicioniranje Celja

Po Valiconovi raziskavi **podoba mesta Celje med splošno populacijo Slovenije značilno izstopa** v kategoriji: **turizma** (privlačno mestno jedro), **dogajanja v mestu** (športni dogodki) in **močjo mesta** (bogata zgodovina). Dodatno so izpostavljene še naslednje kvalitete mesta: urejenost, čistota, varnost in središče regije. Mesto po raziskavi negativno odstopa po dobrih prenočitvenih možnostih (Podoba in pozicioniranje mesta Celje, Valicon 2023).



Shema 1: Podoba mesta Celje med splošno populacijo Slovenije. Vir: Podoba in pozicioniranje mesta CELJE – sklop turizem, Valicon 2023

Med turisti, ki so Celje obiskali v zadnjem letu, so izstopali naslednji atributi: **urejenost, čistotoča, bogata zgodovina, moderen življenjski slog, športni dogodki, družinam prijazno, privlačno mestno jedro. Pogrešali so možnosti za aktivne počitnice, dobre prenočitvene možnosti, storitve in trgovine ter glasbene dogodke.** Turistični obiskovalci, ki so ga obiskali v zadnjem letu, ga niso zaznali kot središče regije. (Podoba in pozicioniranje mesta Celje, Valicon 2023)

Celje je 4. mesto na nacionalni ravni za prostočasni obisk na letni ravni in za poslovni obisk ter 3. mesto v Sloveniji za obisk na dvomesečni ravni. Na ravni Slovenije izstopa po Celjskih grofih in Celjskem gradu. Oboje na najvišji mesti glede prepoznavnih atributov uvrščajo tako prebivalci kot splošna populacija Slovenije. **Prebivalci visoko uvrščajo možnosti aktivnega preživljanja prostega časa in naravo, medtem ko splošna populacija te prednosti Celja ne pozna.** Splošna javnost pozna Celje po športu in lokacijah za druženje. (Podoba in pozicioniranje mesta Celje, Valicon 2023)



Shema 2: Pozicioniranje mesta Celje. Podoba in pozicioniranje mesta CELJE – sklop turizem, raziskava med splošno populacijo Slovenije in prebivalci Mestne občine Celje, Valicon 2023



Shema 3: Asociacije za mesto Celje med splošno slovensko populacijo. Pozicioniranje mesta Celje. Podoba in pozicioniranje mesta CELJE – sklop turizem, raziskava med splošno populacijo Slovenije in prebivalci Mestne občine Celje, Valicon 2023

Destinacijska znamka Celja



V preteklem strateškem obdobju je Celje razvilo prvo destinacijsko znamko z vsemi elementi znamčenja, potrebnimi za trženje turistične destinacije. Pod znamko CELJE. MESTO GROFOV. je ZCC kot upravljavec destinacije razvil spletno stran visitcelje.eu, tiskane promocijske materiale destinacije (B2B in B2C), zemljevide, zbirnik dogodkov v Celju in OOH materiale (zunanja stalna in občasna oglasna mesta, med drugim na vstopnih točkah v Slovenijo, kot je letališče Ljubljana). Družabna omrežja razen prepoznavnih HERO fotografij (na čelu z avatarjem) niso zaživela kot del znamke CELJE. MESTO GROFOV., ampak kot ključnik (#) znamke #visitcelje.

Mestni marketing ZCC obenem skrbi za povezovanje in komunikacijo z deležniki in lokalno javnostjo v starem mestnem jedru pod znamko DOBIMO SE V MESTU, ki je v letu 2023 dobila prenovljen portal in podobo v skladu s celjskim mesecem športa.

Identiteta znamke CELJE. MESTO GROFOV. se sklada s percepcijo Celja kot destinacije za obisk med slovenskimi gosti (Raziskava Podoba in pozicioniranje mesta Celje – sklop turizem), pa tudi s podobo domačega mesta v očeh občanov, ki na prvo mesto med prepoznavnimi elementi ravno tako uvrstijo Celjski grad, Celjske grofe in mestno jedro. **Pretekla strategija razvoja in promocije turizma je predvidela celotno shemo dviga kakovosti in certificiranja turistične ponudbe, ki bi podprla znamko Mesta grofov s prepoznavno kakovostjo.**

V zadnjem obdobju je upravljavec pri večini promocijskih materialov in vidnih komunikacij začel uporabljati dvojec znamk – destinacijsko in lastno znamko (Zavod Celeia Celje), **pri dogodkih pa dodaja še tretjo znamko Mestne občine Celje, kar ni v skladu s sodobnimi praksami znamčenja destinacij ali krajev**, t.i. place branding namreč teži k poenostavitvi v nasprotju s kopičenjem logotipov in znamk. Popolnoma svojo podobo, ki z destinacijsko ni povezana, imajo v zadnjem obdobju tudi ključni dogodki, ki jih upravljavec destinacije ZCC organizira v starem mestnem jedru za lokalno in splošno slovensko javnost. S tem je percepcija Celja kot znamke in podpisnih dogodkov v Celju (Poletje v Celju, Okusi Celja in Pravljичno Celje) neznačilna, nepovezana in neenotna ter neprepoznavna.

V novem strateškem obdobju bo med ključnimi premiki dogovor glede vpeljave in konsistentne rabe skupne mestne in destinacijske znamke CELJE. Proces mora povezati in vključiti vse deležnike v mestu in destinaciji, doseči konsenz glede pozicije Celja kot mesta za ŽIVLJENJE, DELO IN OBISK hkrati ter upoštevati percepcijo, ki jo ima o Celju splošna slovenska in mednarodna javnost (mesto z bogato zgodovino, mesto za družine, varno in urejeno mesto, mesto športa in druženja), obenem pa ponuditi razlikovalno obljubo in svežino, da bosta znamka in zgodba izstopali v primerjavi z drugimi (npr. Ptujem, ki trenutno prekaša Celje po prepoznavnosti in privlačnosti za obisk slovenskih gostov

1.2. SWOT ANALIZA

Prednosti	Slabosti
<ul style="list-style-type: none">- Prepoznavno zgodovinsko mesto in obiskanost Celjskega gradu.- Urbano Središče Savinjske regije in vodilna destinacija slovenskega turizma.- Strateška geografska pozicija mesta.- Vključenost v shemo Slovenia Green ter znak Slovenia Green Silver.	<ul style="list-style-type: none">- Primerne nastanitve za dvig konkurenčnosti destinacije in razvoj novih produktov.- Pomankanje sodelovanja in usklajenega delovanja na destinaciji.- Premalo finančnih sredstev za razvojne projekte na področju turizma in za promocijo.
Priložnosti	Nevarnosti
<ul style="list-style-type: none">- Razvoj produkta kulturni in aktivni mestni oddih in dvig nočitev.- Rast podjetniškega sektorja na področju turizma.- Regijsko povezovanje.- Digitalizacija in masovni podatki.- Družinski turizem.	<ul style="list-style-type: none">- Zmanjšanje sredstev za razvoj turizma in oslABLJENA destinacijska management organizacija.- Utopitev destinacije v interesih regije.- Ohranjanje dobrobiti prebivalcev.- Oslabljen turistična znamka Celja.

Tabela 3: SWOT analiza

1.2.1. Prednosti

URBANO SREDIŠČE SAVINJSKE REGIJE IN VODILNA DESTINACIJA SLOVENSKEGA TURIZMA

Mestna občina Celje je po številu prebivalcev **5. največja občina v Sloveniji** in je **največje mesto Savinjske regije**, ki jo sestavlja 31. občin. Je upravno, administrativno, kulturno, izobraževalno, gospodarsko in sejensko središče Savinjske regije, zato ima pomembno vlogo, ki jo kot dinamično in razvijajoče se mesto lahko še bolje izkoristi. **Celje** ima status **vodilne destinacije Slovenije** in je del **makroregije Termalna Panonska Slovenija**. V prihodnosti lahko okrepi svojo vlogo kot središče Savinjske turistične (in statistične) regije.

ZGODOVINSKO MESTO IN OBISKANOST CELJSKEGA GRADU

Celje se **pozicionira** kot zgodovinsko mesto s poudarkom **na zgodovini Celjskih grofov**, s katerimi so povezani srednjeveška ureditev starega mestnega jedra, slovenski grb in največja turistična atrakcija mesta. Celjski grad letno obišče **več kot 73.000 obiskovalcev**. Destinacija se je v preteklem obdobju v slovenskem in mednarodnem prostoru pozicionirala kot **Celje. Mesto grofov**. Bogata zgodovina in privlačno mestno jedro sta značilnosti Celja, ki pozitivno izstopata med slovensko populacijo. Na delavnicah in v intervjujih so deležniki potrdili, da je regijsko in nacionalno **primerjalna prednost Celja** njegova **zgodovina in valorizirana ponudba gradu, mestnega središča in muzejev**. V preteklih letih so destinacijska management organizacija in partnerji razvili ponudbo vodenj za skupine in individualne goste, niz prireditev in kulinarčno ponudbo, ki jih je povezoval zgodovinski značaj. V novem strateškem obdobju si deležniki in vodstvo občine želijo v razvoju produktov in v promociji **izpostaviti sodobni in**

urbani utrip mesta ter privlačnost za družine. Za tovrstno pozicioniranje mesta bo potrebno intenzivno sodelovanje in vzporedni razvoj z ostalimi segmenti upravljanja mesta, od mestnega marketinga, kulture in ustvarjalnih industrij do prireditev in športa, ki bodo pomembni dejavniki uspešnosti izvedbe zastavljenih projektov za naslednje strateško obdobje.

STRATEŠKA GEOGRAFSKA POZICIJA MESTA

Celje je središče Savinjske regije na pol poti med mestoma Ljubljana (77 km) in Maribor (55 km). Leži na križišču V. in X. prometnega koridorja, neposredno ob avtocesti A1 Maribor–Ljubljana–Koper.

VKLJUČENOST V SHEMA SLOVENIA GREEN TER ZNAK SLOVENIA GREEN SILVER

Mestna občina Celje je v preteklem strateškem obdobju pridobila **znak Slovenia Green Silver** in **napredovala po lestvici destinacij slovenskega trajnostnega turizma**. Skladnost destinacije z merili *Global Sustainable Tourism Council*-a je bila v času ponovne evalvacije **leta 2022 na 77 % doseženih kriterijev**. Če bi bil na destinaciji v času ocenjevanja vsaj en certificirani ponudnik nastanitev, bi destinacija lahko prejela zlati znak. V letu 2023 sta znak Zeleni ključ pridobila dva ponudnika, en nastanitveni in en gostinski obrat. **Trajnost je ključna predpostavka celotne strategije in presojanja ter izbora projektov za novo strateško obdobje**. Na destinaciji že deluje zelena ekipa. Oblikovan je Akcijski načrt trajnosti Slovenia Green za l. 2022-2025, ki ga bo potrebno dopolniti z dodatnimi aktivnostmi iz te strategije ter dodatnimi ukrepi za doseganje kriterijev sheme Slovenia Green.

1.2.2. Slabosti

PRIMERNE NASTANITVE ZA DVIG KONKURENČNOSTI DESTINACIJE IN RAZVOJ NOVIH PRODUKTOV

Ponudniki so izpostavili **pomanjkanje nastanitvenih kapacitet srednjega in višjega kakovostnega razreda, ki so prilagojene za razvoj posamičnih segmentov turizma** predvsem poslovno/kongresnega in sejemskega ter športnega turizma. Za nadaljnji turistični razvoj destinacije bo nujno potrebno **zagotoviti privatne naložbe za nastanitve**. Razvoj hotelske ponudbe je v preteklih letih stagniral tako po številu ležišč kot tudi po storitvah. Za nadaljnji razvoj produktov poslovni/sejemski turizem ter športni turizem destinacija potrebuje hotel s štirimi zvezdicam ter več kot 50 posteljami, ki je ustrezno prilagojen za ciljni skupini poslovnih in športnih gostov.

POMANJKANJE SODELOVANJA IN USKLAJENEGA DELOVANJA NA DESTINACIJI

Turizem kot panoga je močno povezan z ostalimi sektorji ter je del celostnega razvoja mesta in občine. Evalvacija prejšnje strategije je pokazala **premalo rednega sodelovanja med ključnimi deležniki ter pomanjkanje medsektorskega povezovanja**. Za uspešnost izvedbe strategije je pomembno, da se na ravni občine ter zavodov, katerih ustanoviteljica je, vzpostavi **ekipo za izvajanje strategije**, ki bo redno delovala. Ta bo skrbela za vključevanje ukrepov strategije v letne programe dela zavodov, proračune ter medsektorsko sodelovanje znotraj Mestne občine Celje. Za aktivno vključenost podjetniškega sektorja v upravljanje destinacije bo potrebno razviti nove upravljalvske modele, ki bodo spodbujali aktivno vlogo vseh deležnikov na destinaciji (npr. destinacijski svet).

PREMALO FINANČNIH SREDSTEV ZA RAZVOJNE PROJEKTE NA PODROČJU TURIZMA IN ZA PROMOCIJO DESTINACIJE

ZCC je bil ustanovljen leta 2015 z združitvijo dveh zavodov s področja turizma in kulture. Mestna občina Celje je ustanoviteljica zavoda in sofinancira njegovo delovanje v 62 % (l. 2022). **V letu 2022 je Mestna občina Celje za delovanje in program zagotovila 1.132.162,18 EUR, ocena je, da je od tega za področje turizma 680.903,72 EUR**. Obstoječa sredstva skupaj z zunanjimi viri omogočajo ohranjanje obstoječega stanja, ne omogočajo pa financiranja razvojnih projektov na področju turizma ter dodatnih promocijskih aktivnosti, potrebnih za preboj destinacije na slovenskem in mednarodnih trgih. **Mestna občina Celje s sistemskim financiranjem Zavoda Celeia Celje**, ki izvaja funkcijo destinacijske management organizacije, upravlja z znamenitostmi (Celjski grad, Drevesna hiška, Hiša Alme Karlin) in dvema turistično informacijskima centroma, organizira večje dogodke (Pravljичno Celje, Poletje v Celju, Srednjeveški dan), koordinira Deželo Celjsko in izvaja aktivnosti mestnega marketinga, **zagotavlja osnovne pogoje za razvoj turizma**. Za uspešno pridobivanje zunanjih virov za izvedbo zastavljenih aktivnosti in projektov v strategiji bo v novem strateškem obdobju potrebno **povečati celotne izdatke za turizem v okviru občinskega proračuna glede na izhodiščni leti 2022 in 2023 ter s prijavi na razpise zagotoviti tudi sredstva za investicijske projekte**.

1.2.3. Priložnosti

RAZVOJ PRODUKTA KULTURNI IN AKTIVNI MESTNI ODDIH

Celje s tipičnim produktom **mestnega oddiha** ne more konkurirati evropskim velemestom ali Ljubljani na nacionalnem nivoju. Lahko pa **izkoristi strateško**

geografsko pozicijo kot središče Savinjske regije ter izjemno pozicijo mesta, ki je na pol poti med Ljubljano in Mariborom, pa tudi med Dunajem in Zagrebom ali Trstom. Z dobro prometno dostopnostjo (npr. železniška postaja v središču mesta, avtocestni koridor, kolesarske poti) lahko Celje **pozicioniramo kot izhodišče za raziskovanje Savinjske regije in cele Slovenije.** S članstvom v **Združenju zgodovinskih mest Slovenije** lahko v sodelovanju z ostalimi primerljivimi in privlačnimi zgodovinskimi mesti (Ptuj, Novo Mesto, Koper, Kranj) vzpostavi **močno partnerstvo in prevzame vodilno vlogo med zgodovinskimi mesti Slovenije.** Svetovni trendi kažejo, da postajajo za obisk vse bolj privlačna manjša mesta izven ustaljenih poti, ki ponujajo dobro kvaliteto bivanja za prebivalce in obiskovalce. **Z razvojem produkta mestni oddih načrtno dvigujemo privlačnost destinacije Celje za nočitev.** Mesto se prebujata s številnimi dogodki in aktivacijami v središču mesta, manj je dogodkov, ki predstavljajo motiv prihoda gostov. V novem strateškem obdobju bo potrebno zastaviti strategijo dogodkov ter opredeliti cilje posamičnih dogodkov. Predvsem pa povezati različne producente in organizatorje dogodkov in strateško, finančno in kadrovske razporediti dogodke v letni koledar.

RAST PODJETNIŠKEGA SEKTORJA

V turistični dejavnosti je v letu 2022 po podatkih AJPEŠ-a v Mestni občini Celje delovalo 250 gospodarskih subjektov, ki je zaposlovalo 821 oseb. Delovna mesta v turizmu in storitvah so med ključnimi ukrepi izvedbe načrta Trajnostne urbane strategije Celja. **Turizem ni vodilna gospodarska dejavnost Mestne občine Celje,** vendar je zelo **pomembna za njen nadaljnji trajnostni razvoj in pozicioniranje mesta v Sloveniji ter v mednarodnem prostoru.** Turizem je tudi **pospeševalec razvoja starih mestnih jeder** ter pomemben **partner kulturnem sektorju,** še posebej

muzejem, galerijam ter producentom dogodkov. Poleg neposrednih gospodarskih učinkov pri strateškem načrtovanju upoštevamo tudi multiplikativne učinke turizma. Mestna občina Celje podpira razvoj iniciativ podjetniškega sektorja z vsakoletnim razpisom za uresničevanje ciljev občine na področju razvoja gospodarstva za mala in srednja podjetja. Celotna vrednost razpisa je leta 2023 znašala 235.000,00 EUR, od tega je ciljno za turizem namenjenih 45.000,00 EUR, predmet je sofinanciranje stroškov turistične infrastrukture. V novem strateškem obdobju bo potrebno razširiti predmet razpisa (npr. prilagoditev nastanitev za kolesarstvo, razvoj novih produktov) ter dvigniti višino sredstev za turizem.

REGIJSKO POVEZOVANJE

Zavod Celeia Celje že deset let izvaja destinacijski management za širše regijsko območje, znano pod imenom Dežela Celjska (Osrednje Celjsko, Spodnjesavinjsko, Kozjansko & Obsotelje ter Dravinjsko), s poudarkom na skupnih promocijskih aktivnostih. Na nacionalni ravni je v pripravi nov model in spodbude za regijsko združevanje na področju turizma. Celje kot središče Savinjske želi preko razvojnih projektov in promocije regijsko vlogo nadgraditi.

DIGITALIZACIJA IN MASOVNI PODATKI

Koriščenje podatkov ter digitalizacija sta dve pomembni priložnosti novega strateškega obdobja. Mestna občina Celje je v letu 2023 uvedla univerzalno kartico in aplikacijo Centralka, ki ima potencial za uporabo v turizmu. Redne raziskave ter uporaba masovnih podatkov bodo doprinesle k še bolj ciljanim razvojnim in trženjskim aktivnostim destinacije.

PONUDBA ZA DRUŽINE

Celje omogoča privlačno bivanje in obisk za otroke in družine. Stalno ponudbo atrakcij, kot so Celjski grad, Tehnopark Celje, Otroški muzej Hermanov brlog in tradicionalno festivalsko ponudbo dogodkov na čelu s Pravljičnim Celjem ali Poletjem v Celju dopolnjujejo Mestni gozd s 14 km tematskih in pohodnih poti, igrišče na gozdni jasi, največja drevesna hiša v Sloveniji in Šmartinsko jezero s svojimi potmi ter velikim otroškim igriščem v objemu gozdička.

V letu 2024 bodo zaključene tudi tri nove tematske poti na Celjski grad s privlačnimi elementi za družine. V novem obdobju lahko destinacija še bolje izpostavi obstoječo ponudbo in nagovori segment družin za obisk.

1.2.4. Nevarnosti

ZMANJŠEVANJE SREDSTEV ZA TURIZEM IN OSLABLJENA DMO

Pomembno je, da se za vzpostavitev nove regionalne destinacijske organizacije zagotovijo dodatna sredstva za razvoj, delovanje in program RDO. V primeru nižanja sredstev za obstoječo DMO na račun vzpostavljanja nove RDO obstaja nevarnost zmanjšane vpliva celjske destinacijske management organizacije v Sloveniji ter nazadovanje razvoja turizma. Zavod Celeia Celje upravlja tudi največjo znamenitost Celjski grad ter z dvema Turistično informacijskima centroma (v nadaljevanju TIC), ki sta za obiskovalce odprta 365 dni v letu.

Največji delež zaposlenih v ZCC za področje turizma je ravno za opravljanje turistično informacijske dejavnosti, ki je delno namenjena obiskovalcem, storitev prodaje vstopnic za dogodke koristijo tudi prebivalci. Poleg tega

ZCC izvaja še razvojne in marketinške aktivnosti destinacije, organizacijo večjih dogodkov ter aktivnosti mestnega marketinga. **Za razvojni preskok je nujno potrebna močna destinacijska management organizacija (DMO), ki bo dober partner regionalni destinacijski organizaciji (RDO) in bo v prehodnem obdobju lahko nosilec izbranih regijskih projektov.**

UTOPITEV DESTINACIJE V INTERESIH REGIJE

Regijsko povezovanje je za destinacijo Celje je izjemnega pomena. Pri razvoju regijskega sodelovanja je pomembno, da se v makroregiji Termalna Panonska Slovenija, katere del je Celje, ne izgubi njegova identiteta ter primerjalne prednosti. S proaktivno vlogo v regiji mora utrjevati svojo pozicijo središča savinjske regije z bogato zgodovinsko dediščino ter urbanim utripom. V strategiji smo identificirali prioriteta področja ter projekte za regijsko povezovanje, ki pomembno prinašajo tudi k razvoju in promociji Celja kot turistične destinacije.

OHRANJANJE DOBROBITI PREBIVALCEV

Ohranjanje zdravega ravnovesja med **turizmom in dobrobitjo za prebivalce** je pomembno izhodišče trajnostnega turizma. Turizem ima lahko številne pozitivne učinke na mesto od razvoja »turistične« infrastrukture, ki jo koristijo prebivalci in obiskovalci, do priložnosti za mala in srednja podjetja ter kulturne institucije. **Celje je turistična destinacija v razvoju**, s priložnostjo, da **poznane negativne učinke turizma v razvitih turističnih destinacijah z ustreznim upravljanjem prepreči oz. predhodno ustrezno regulira.** Poleg spremljanja kazalnikov Zelene sheme je potrebna aktivna vloga mestne občine Celje pri spremljanju povečevanja oddajanja privatnih nastanitev za namen turizma ter upravljanja turističnih tokov zaradi varovanja kulturne

dediščine in dobrega počutja prebivalcev. Zato je pomembno vzpostaviti redno spremljanje določenih kazalnikov, pripraviti načrt upravljanja turističnih tokov in nadaljevati z merjenjem zadovoljstva prebivalcev. **Kot je pokazala anketa, si prebivalci želijo čim večje vključenosti v turizem. Zato je Celje ena prvih destinacij v Sloveniji, ki v razvoj in promocijo aktivno vključuje prebivalce mesta.**

OSLABLJENA TURISTIČNA ZNAMKA CELJA

1.3. TRENDI MESTNEGA TURIZMA

Mestni oddih. Mestni oddih je eden od najhitreje rastočih segmentov turizma, UNWTO mu je med trendi do 2030 napovedal eno najbolj eksponentnih rasti. V naslednjem obdobju naj bi po predvidevanjih raziskav (Expedia, Hilton in druge) v ospredje prihajale tudi alternativne mestne destinacije, kjer ni množičnega turizma kot v množično obiskanih prestolnicah Evrope. Uporabniki na spletu in v agencijski ponudbi iščejo nove možnosti za mestni oddih. Poleg obstoječih produktov destinacije razvijajo ponudbo za nove tipe potovanj kot je npr. združevanje dela in počitnic - workation (primer Norveške).

Sooblikovanje mest. Nove ciljne skupine obiskovalcev si želijo poglobljene, poosebljene in intenzivne izkušnje v stiku z lokalnimi prebivalci in njihovo kulturo. Pri odločanju za obisk imajo prednost mesta, v katerih se lepo živi, ki so odprta ter ponujajo priložnosti za delo in ustvarjanje. Spreminja se tudi upravljanje turizma, ki zaradi njegove rasti postaja del celostnega mestnega upravljanja od prometne dostopnosti, revitalizacije mestnega jedra in

Celje je v prejšnjem strateškem obdobju **razvilo destinacijsko znamko**, ki jo uporablja v vseh lastnih kanalih, komunikacijah ter marketinških aktivnostih destinacije. V novem strateškem obdobju je **predvidena vpeljava enotne mestne znamke**. Za menjavo znamke je potrebno zagotoviti jasno prehodno obdobje z navodili za postopno nadomestitev obstoječe mestne znamke z destinacijsko ter **zadostna finančna sredstva za menjavo znamke**. V novem obdobju bo potrebno opredeliti tudi odnos do regijske znamke ter način sofinanciranja.

digitalizacije do politik, vezanih na kulturo, šport in ostale segmente. Mesta se ukvarjajo z zadovoljstvom prebivalcev, njihovim odnosom do turizma ter spodbujajo vključevanje prebivalcev v turizem in razvoj lokalnih skupnosti.

Marketing destinacij in mest. Nekatera mesta vzpostavljajo enotno mestno znamko, ki jo uporabljajo za celostno komunikacijo mesta navznoter in navzven. Avtentičnost, ki je že nekaj let ključna beseda v turizmu, postaja vse pomembnejša tudi v turističnem marketingu. Ta izpostavlja izkušnje in priporočila prebivalcev in sledi potrebam novih tipov obiskovalcev, ki si želijo mesta doživeti na najbolj pristen možen način, torej ne kot turisti, ampak v tesnem stiku z lokalnim prebivalstvom.

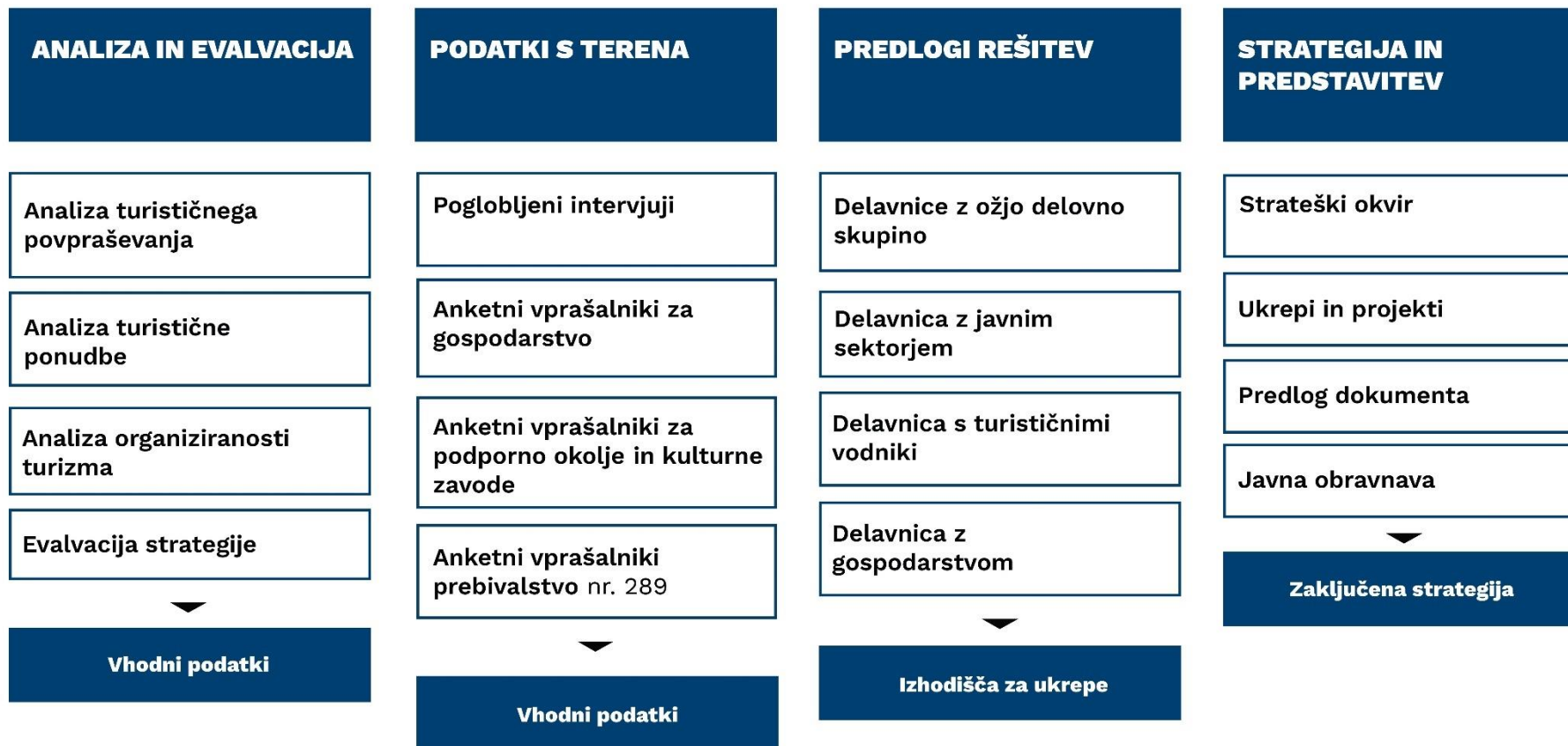
Digitalizacija. Napredek v digitalnih tehnologijah ter rešitve, ki jih ponuja digitalizacija, so turistom lahko v pomoč pri procesu odločanja, med izvedbo potovanja ter omogočajo izboljšano izkušnjo potovanja in/ali doživetja. Destinacije že uporabljajo masovne podatke za: sledenje in spremljanje tokov obiskovalcev, oblikovanje profilov obiskovalcev, merjenje

zadovoljstva in sentimenta obiskovalcev, merjenje potrošnje, spodbujanje angažiranosti obiskovalcev ter napovedovanje obnašanja obiskovalcev.

Trajnost. Podatki UNWTO iz septembra 2023 kažejo, da si je mednarodni turizem skoraj popolnoma opomogel po izjemni krizi COVID-19, pri čemer so mnoge destinacije dosegle ali celo presegle prihode pred pandemijo. Turizem kot panoga prispeva k 8 % globalnega ogljičnega odtisa in na destinacijah množičnega turizma prinaša tudi negativne vplive na življenje prebivalcev. Destinacijske management organizacije zato razvijajo

destinacijske programe ter sheme za razvoj trajnostnega turizma, ki zmanjšuje negativne vplive turizma in vrača lokalni skupnosti. Mesta izkazujejo svojo trajnostno usmerjenost tudi z vlaganjem v kakovost življenja prebivalcev ter podpiranje lokalnih skupnosti. Za trajnostni mestni turizem so vedno pomembnejši tudi razvoj in prenova rečnih obrežij, mestnih parkov in drugih zelenih površin, ki imajo pomembno vlogo tudi pri preprečevanju segrevanja mest, ter revitalizirani prostori industrijske dediščine.

1.4. PROCES PRIPRAVE STRATEGIJE



Shema 4: Proces priprave strategije v MOC

V strategiji smo v sodelovanju z deležniki izbrali projekte ZA preskok, ki bodo doprinesli k doseganju šestih kvalitativnih ter petih kvantitativnih strateških ciljev.

Odgovori prebivalcev na vprašanje: KAKO SI ŽELITE VIDETI CELJE KOT TURISTIČNO DESTINACIJO ČEZ 5 LET?

**Živahno mesto, več
gostinske ponudbe
v mestu.**

**Ne-gentrificirano. Definitivno
drugače kot Ljubljano.**

**Sonaravno, s
poudarkom
na zgodovini.**

**Prijazno, zeleno,
gostoljubno mesto z
dobrimi povezavami.**

**Sigurno ne tako
nabito kot
npr. Dubrovnik.**

Vir: Anketa za prebivalce (N=289)

1.5. KLJUČNI IZZIVI STRATEŠKEGA OBDOBJA 2024 – 2029

Ključni izziv novega strateškega obdobja je trajnostni prehod iz destinacije v razvoju, v razvito turistično destinacijo, ki bo privlačila obiskovalce, generirala nočitve ter zagotavljala dobro okolje za naložbe podjetniškega sektorja. Razvoj temelji na trajnostnem turizmu, ki vključuje prebivalce, ter na strateškem upravljanju, ki razvija mehanizme za spremljanje in uravnavanje negativnih učinkov turizma ter spodbujanje pozitivnih učinkov. Ključni izzivi novega strateškega obdobja so naslednji.

1.	Premik v razvoju in trženju produktov, ki prinašajo nočitve in celoletno zasedenost nastanitev. Osrednji produkt kulture je generator dnevnega obiska, nima pa še pomembnega vpliva na zasedenost nastanitev.
2.	Preskok pri razvoju in trženju znamenitosti ter njihovih podpisnih doživetij. V novem obdobju bo potrebno dvigniti konkurenčnost obstoječih znamenitosti v destinaciji (grad in muzeji), razviti dobro segmentirano ponudbo z znano ceno in razpoložljivostjo terminov v več jezikih, poskrbeti za medsektorsko povezovanje s kulturnimi in kreativnimi industrijami ter športom in okrepiti prodajno funkcijo DMO.
3.	Nadaljevanje transformacije mestnega središča Celja. Kljub zaznavnim premikom mestno jedro potrebuje razvojne spodbude za kakovostno ponudbo, dogodke in utrip.
4.	Aktivacija podjetniškega sektorja. Podpora razvoju novih podjetniških pobud na področju turizma in aktivno vključevanje gospodarstva v razvojne projekte destinacije.
5.	Transformacija destinacijske management organizacije. Preoblikovanje obstoječega zavoda za kulturne prireditve in turizem v sodobno destinacijsko management organizacijo z razvojno, promocijsko in prodajno funkcijo.
6.	Dvig prihodkov za turizem. Obstoječi proračun destinacije Celje ne omogoča preboja pri pozicioniranju ter promociji v slovenskem in mednarodnem prostoru. Za razvoj potrebuje panoga dodatne vire iz proračuna MOC in zunanje vire financiranja (EU, RS, zasebni in tržni viri).

2. STRATEGIJA

2.1. EDINSTVENE PREDNOSTI CELJA KOT TURISTIČNE DESTINACIJE

Strateška geografska pozicija	Celje ima izjemo strateško geografsko pozicijo, ki je bila v preteklosti postojanka za številne kulture. Prostočasni turisti se danes ustavijo v Celju na poti skozi destinacijo. Leži na križišču V. in X. prometnega koridorja, neposredno ob avtocesti A1 Maribor–Ljubljana–Koper. Je središče Savinjske regije na pol poti med mestoma Ljubljana (77 km) in Maribor (55 km). Od večjih evropskih centrov Gradec, Trst in Zagreb je oddaljeno le uro vožnje z avtomobilom.
Zgodovinsko mesto Slovenije	Več kot 2000-letna zgodovina mesta Celje postavlja na slovenski in evropski zemljevid. V starem mestnem jedru Celja se prepletajo antično, srednjeveško in sodobno mesto. Velik potencial predstavljajo nabrežja Savinje ter revitalizirani prostori industrijske dediščine. Destinacija za mestni oddih s potencialom za razvoj sodobnih doživetij, ki izkoriščajo sinergije med sodobno urbano identiteto in ustvarjalnostjo ter zgodovinsko in kulturno dediščino.
Dediščina Celjskih grofov in knezov	V poznem srednjem veku je z rodbino Celjskih grofov in kasneje knezov, ki so imeli eno najpomembnejših vlog v Srednji Evropi, Celje doživelo v vpetost v mednarodne politične tokove in s tem mednarodno prepoznavnost. Največji slovenski srednjeveški grad in dediščina Celjskih, ki jo obiskovalci lahko doživijo v muzeju, na različnih vodenjih in doživetjih ter s pomočjo interpretacijskih in kostumskih tehnik oživljanja zgodovine. Celjski grad je za obiskovalce odprt 365 dni v letu.

Središče Savinjske regije	Kot urbano središče Savinjske regije je Celje na eni strani obdano z naravo Zgornje Savinjske doline in odličnimi butičnimi ponudniki ter na drugi strani s partnerskimi destinacijami Dežele Celjske (Osrednje Celjsko, Spodnjesavinjsko, Kozjansko & Obsotelje ter Dravinjsko) z najbolj prepoznavnimi slovenskimi naravnimi zdravilišči.
Sejemsko mesto	Celjski sejem je s 60.000 m ² največje in najsodobneje opremljeno sejmišče v Sloveniji, medem ko je MOS največji slovenski sejem s kar 55. letno tradicijo. Sejemsko dejavnost je pomemben generator nočitev na destinaciji, ki bi jo s povezovanjem lahko še bolje izkoriščal tudi turistični sektor.
Zeleno zaledje v mestu	Zeleno zaledje Celja v neposredni bližini mestnega jedra nudi številne možnosti za outdoor aktivnosti. Celjska kočica in Šmartinsko jezero sta pomembni rekreativni središči s ponudbo za prebivalce in obiskovalce.
Mesto za družinska raziskovanja	Privlačna ponudba za otroke in družine s stalno ponudbo atrakcij: Tehnopark Celje, Otroški muzej Hermanov brlog, Celjski grad ter tradicionalna festivalska ponudba, kot je Pravljično Celje ali Poletje v Celju.
Mesto športa in rekreacije	Celje je mesto z izjemno športno tradicijo v individualnih in ekipnih športih. Gosti velike športne dogodke in tekmovanja na nacionalni in mednarodni ravni.

2.2. ŠTIRI ZGODBE O PREDNOSTIH CELJA KOT DESTINACIJE

Postaja za popotnike skozi čas. OD KELTOV DO ALME.

Že keltsko ime **Keleia** pomeni **zatočišče**, ki so ga takratna plemena našla na **najnižji točki Savinjske doline**. Do Celja in od tod naprej je mogoče udobno **raziskati Slovenijo in svet**, kar je dokazala **Alma M. Karlin**, ko je odpotovala in pripotovala na celjsko železniško postajo v središču mesta.

Zelene smeri po Savinjski. OD MESTNEGA GOZDA DO LOGARSKE.

Celje ima **največji mestni gozd, največjo drevesno hišo, največje umetno jezero v Sloveniji**, pa še **mestno smučišče**. Reka Savinja je vez s celotno Savinjsko dolino in regijo, od izvira reke pod slapom Rinka v Logarski dolini do združitve s Savo pri Zidanem mostu.

Vse, kar imajo veliki, na žepni površini. OD CELEIE DO CELJSKIH.

Stari Rimljani in Celjski grofje so mesto postavili na **evropski politični zemljevid**. Odlična pozicija **na križišču prometnih in trgovskih tokov** je izbrusila Celje v **današnje regijsko središče za delo, življenje in obisk**. V mestu je čisto vse pri roki, prehajanje **med mestnim jedrom in zelenim zaledjem** v okolici pa ne bi moglo biti enostavnejše in udobnejše.

Celjski značaj in ponos. NEIZPROSNO NEPOSREDEN.

Celjani smo ponosni na svoje mesto in njegovo zgodovino, ki jo na čelu z zgodbami in legendami dobro poznamo. Smo **neposredni in iskreni v komunikaciji**, kar je **za sodobne raziskovalce mest prednost, saj jih posrka v lokalni značaj in ne v turistično kuliso**.

2.3. ŠTIRI STRATEŠKE KOORDINATE

VKLJUČUJEMO SKUPNOST

Izkušnja mesta nastaja v sobivanju prebivalcev in obiskovalcev.

Vsaka večja iniciativa ali razvojni projekt mora vključevati tudi prebivalce. Skupnost vključujemo prek društev, mestnih četrtin in krajevnih skupnosti, s pomočjo anket in pobud ter z možnostjo aktivnega sodelovanja v razvojnih in promocijskih projektih.

SO-USTVARJAMO S PARTNERJI

Skupaj zastavljamo projekte, delimo uspehe in premagujemo ovire.

Turistično gospodarstvo in druge partnerje aktivno vključujemo v načrtovanje, izvedbo in evalvacijo projektov.

PRESEGAMO MEJE

Soigralci iz regije in Slovenije pomagajo pri razvoju mestnih in zelenih počitnic.

Pri aktivnostih in pobudah širimo partnerstva z namenom preseganja obstoječih meja. Celje razvija inovativen produkt mestnih počitnic kot izhodišča za obisk Savinjske regije, zgodovinskih mest in/ali cele Slovenije.

TRAJNOST JE NAŠ POGOJ

Trajnostni razvoj ni individualna agenda, ampak skupna zaveza vseh.

Vse večje iniciative in projekte presojava z vidika trajnosti in dolgoročnih vplivov na naše mesto.

2.4. DVE GEOGRAFSKI KOORDINATI

REGIJA

Celje je osrednje mesto Savinjske regije za obisk prebivalcev in obiskovalcev. Je pobudnik in nosilec izbranih regionalnih turističnih projektov za razvoj in upravljanje ter promocijo in informiranje.

SLOVENIJA IN SVET

Celje je zgodovinsko mesto z novo energijo za sodobna doživetja in oddihe. Je odlično izhodišče za obisk Savinjske regije, zgodovinskih mest in vse Slovenije.

2.5. VIZIJA 2029



Vizija razvoja turistične destinacije Celje

**CELJE JE KOT PREPOZNAVNO ZGODOVINSKO
MESTO NAJVEČJE URBANO SREDIŠČE ZA
KULTURNA IN OUTDOOR POPOTOVANJA NA
KRIŽIŠČU POTI PO SLOVENIJI.**



ZGODOVINSKO MESTO. Celje je skupaj s Ptujem, Koprno, Novim mestom in Kranjem vodilno zgodovinsko mesto Slovenije. Izkorišča prednost šarmantnega mesta, ki ima vse, kar imajo veliki, hkrati pa ponuja sodobno izkušnjo.

KULTURNA IN OUTDOOR POPOTOVANJA. V novem strateškem obdobju se Celje repositionira iz mesta za dnevni obisk v destinacijo za nočitev. Izkorišča sinergije med sodobno urbano identiteto in zgodovinsko-kulturno dediščino. Mestno zgodbo širi z vpetostjo v zeleno ter outdoor ponudbo celotne Savinjske regije.

KRIŽIŠČE POTI. Celje aktivno izkorišča svojo središčno geografsko pozicijo v Savinjski regiji ter v celotni Sloveniji.



2.6. STRATEŠKI CILJI

2.6.1. Kvalitativni cilji

1.	Preboj Celja kot privlačne destinacije za kulturni in aktivni mestni oddih. Dvig povpraševanja v segmentu prostočasnega turizma s poudarkom na inovativnem kulturno-aktivnem mestnem oddihu. Celje lahko izkoristi mednarodni trend rasti mestnega oddiha ter mestnih počitnic. V letih 2024 in 2025, ko bo Slovenska turistična organizacija promovirala UMETNOST IN KULTURO, se v slovenskem in mednarodnem prostoru pozicionira kot ena od ključnih mestnih in zgodovinskih destinacij Slovenije.
2.	Aktivna vloga Celja kot središča turizma Savinjske regije. Celje prevzema nosilno vlogo pri izbranih turističnih projektih celotne regije (infrastrukturno, promocijsko in razvojno). Ne glede na nacionalni model financiranja regijskih destinacij proaktivno razvija izbrane savinjske regijske projekte in na ta način krepi svojo pozicijo v nacionalnem in mednarodnem prostoru. Umeščenost v Savinjsko regijo uporablja tudi za dvig trženjske pozicije in izpostavlja zeleno zaledje Savinjske doline. V sodelovanju z ostalimi občinami razvija model regijskega povezovanja.
3.	Učinkovito upravljanje in trženje destinacije. Ohranitev statusa vodilne destinacije. Sodobno upravljanje destinacije, ki povezuje celoten ekosistem deležnikov turizma, prebivalcev in obiskovalcev, hkrati pa igra aktivnejšo vlogo v gospodarstvu, trženju in razvoju regije. Vpeljava inovativnih modelov upravljanja destinacije in trženja produktov, ki temeljijo na aktivaciji in povezovanju deležnikov ter vključevanju prebivalcev v razvojne in promocijske aktivnosti. Aktivnejše vključevanje ponudnikov in segmentnih skupin ponudnikov (npr. gastronomija, nastanitve, kultura, aktivni turizem) v upravljanje destinacije ter spodbujanje novih naložb v turistični sektor in vstop novih podjetnikov v turistično panogo.
4.	Trajnostni razvoj in trajnostna mobilnost. Vse poti vodijo v Celje. Izkoristiti strateško pozicijo mesta tudi z infrastrukturnim projektom Potniškega terminala Celje. Dvig trajnostne mobilnosti znotraj destinacije ter prizadevanja za povezljivost s celotno regijo. Pridobitev zlatega znaka Slovenia Green Destination ter povečanje števila ponudnikov in znamenitosti, vključenih v Zeleno shemo Slovenia Green (glej kvantitativne cilje).

5.	<p>Preboj pri pozicioniranju Celja. Pozicioniranje Celja kot privlačnega zgodovinskega mesta za življenje, delo in obisk ter središča Savinjske regije. Izpostavitve sodobnih raziskovalcev ter ciljne skupine družin. Vključevanje izbranih pripovedovalcev iz Celja ter priporočila prebivalcev. Sledimo globalnim trendom, kjer turistični marketing vsebinsko in vizualno vedno bolj sledi željam po avtentični izkušnji v stiku s prebivalci. Vsaj ena nova reprezentativna nacionalna prireditev, ki pozicionira Celje skladno z novo vizijo. Vsaj ena mednarodna nagrada.</p>
6.	<p>Preskok v digitalizaciji. Zbiranje in obdelava masovnih podatkov z namenom izboljšane izkušnje obiskovalcev, pomoči pri odločanju destinacijske management organizacije za razvojne in trženjske projekte, možnosti dostopa do informacij za obiskovalce ter v nadaljevanju tudi pri upravljanju tokov. Razvoj turistične kartice, vzpostavljena destinacijska platforma za zbiranje podatkov o obiskovalcih v kulturnih ustanovah ter razvoj spletnega nakupa v kulturnih ustanovah.</p>

2.6.2. Kvantitativni cilji

1.	<p>Do konca leta 2029 rast nočitev za 30 odstotkov (2022: 67.780, 2029: 88.114). S tem ciljem merimo preskok iz dnevnega obiska v nočitve ter spremembo percepcije Celja iz mesta za ogled znamenitosti v mesto za kulturni in aktivni mestni oddih. Osnovni pogoj za izpolnitev tega cilja je dvig konkurenčnosti obstoječih nastanitev ter pritegnitev zasebnega sektorja za nove nastanitvene kapacitete (hotel 4*, butični hotel, kamp).</p>
2.	<p>Povečanje povprečne dnevne porabe turista za 3 odstotke na letni ravni. Z načrtnim razvojem in promocijo produktov (kulturni in aktivni mestni oddih, outdoor, poslovni in sejamski turizem) ter aktivno regijsko vlogo (športni turizem) želimo povečati porabo turistov. Cilj je povečanje za 3 odstotke na izhodiščno leto 2024, ko se izvede raziskava o turistični potrošnji na destinaciji. Cilj je zastavljen ob predpostavki rasti turizma ter spodbudnega okolja in ne upošteva morebitnih zunanjih dejavnikov, ki lahko vplivajo na dosego tega cilja npr. gospodarska kriza.</p>

3.	<p>Pridobitev znaka Slovenia Green Gold in povečanje števila certificiranih ponudnikov Slovenia Green.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Znamenitosti - Slovenia Green Attraction (2023: 0, 2027: 4) - Nastanitveni obrati – Slovenia Green Accomodation (2024: 1, 2027:4) - Gostinski obrati – Slovenia Green Cusine (2024: 1, 2027: 3)
4.	<p>Izvedba 5 mednarodno prepoznavnih dogodkov destinacije do leta 2029 (1 dogodek letno od I. 2024 naprej).</p> <p>Privabljanje organizatorjev večjih dogodkov z mednarodno udeležbo in aktivno sodelovanje celotne destinacije pri izvedbi (primer Gasilska olimpijada 2022).</p>
5.	<p>Pobuda in sodelovanje pri pripravi vsaj 3 večjih regijskih projektov do I. 2029.</p> <p>Pobuda za povezovalne projekte regije ter sodelovanje pri pripravi projektov za pridobitev sofinanciranja iz EU/RS virov.</p>

3. CELOSTNI STRATEŠKI NAČRT



3.1. NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV

Nosilni produkti destinacije



**Kulturni in aktivni
mestni oddih**
PRESKOK



Gastronomija
PRESKOK



**Poslovni in
sejemski turizem**
RAZVOJ

Podporni produkti destinacije



Outdoor
PRESKOK



Športni turizem
RAZVOJ



Workation
RAZVOJ

Shema 5: Načrt turističnih produktov v MOC 2024-2029

Načrt produktov v Strategiji razvoja turizma v Mestni občini Celje 2024 - 2029 je narejen po vodilu manj je več. Kadrovske, finančne in strateške težave razvijamo več produktov hkrati, zato usmerjamo vire v izbrane produkte, za katere smo zastavili konkretne cilje in v sodelovanju z gospodarskim sektorjem izbrali projekte za preskok. **Prioritetno razvijamo produkt kulturnega in aktivnega mestnega oddiha ter produkt gastronomije.** V novem obdobju želimo narediti **preskok v produktu outdoor**, ki ima že vzpostavljeno skupnost ter zasebno podjetniško iniciativo, ta produkt razvijamo tudi regijsko in v sodelovanju s partnerskimi občinami. Pri vseh treh naštetih **produktih se razvojno in promocijsko**

prioritetno usmerjamo v segment družin z otroki. Poleg prostočasnega turizma DMO prevzema tudi aktivnejšo vlogo pri razvoju in promociji produktov **šport ter poslovni in sejamski turizem**, ki zagotavljata nočitve skozi vse leto, zahtevata pa skupne aktivnosti destinacije. Zaradi omejitve resursov in nastanitvenih kapacitet ta dva produkta razvijamo v povezavi s celotno regijo. Celje kot prvo mesto v Sloveniji začne z načrtnim razvojem nišnega produkta za nove tipe obiskovalcev, to je produkt na preseku prostega časa in poslovnega obiska (mesto, kjer živim in delam kot mednarodni gost za daljši čas = **workation**).

KULTURNI IN AKTIVNI MESTNI ODDIH

Opis produkta

Analiza obiskovalcev kaže, da je v Celju velik razkorak med dnevnimi obiskovalci ter turisti, ki generirajo nočitve. Z razvojem produkta mestni oddih spreminjamo pozicijo Celja iz mesta za dnevni obisk v privlačno destinacijo za nočitve, kjer lahko obiskovalci urbano izkušnjo združijo z aktivnostmi v celotni Savinjski dolini.

S tipičnim produktom mestnega oddiha Celje še ne more konkurirati evropskim velemestom ali Ljubljani na nacionalnem nivoju. Lahko pa izkoristi strateško geografsko pozicijo kot središče Savinjske regije ter izjemno pozicijo mesta in se zasidra kot izhodišče za raziskovanje Savinjske regije in Slovenije. Svetovni trendi kažejo, da postajajo za obisk vse bolj privlačna manjša mesta izven ustaljenih poti, ki ponujajo dobro kakovost bivanja za prebivalce in obiskovalce. Celje ima že oblikovano ponudbo za ciljno skupino družin, ki so poleg generacije Y in Z, najpomembnejši segment za razvoj in promocijo mestnega oddiha.

S članstvom v Združenju zgodovinskih mest Slovenije lahko v sodelovanju s primerljivimi in privlačnimi zgodovinskimi mesti (Ptuj, Novo Mesto, Koper, Kranj) vzpostavi močno partnerstvo in prevzame vodilno vlogo v tem segmentu.

Osrednja znamenitost je Celjski grad, ki ga na leto obiše več kot 73.000 obiskovalcev, sledijo Tehnopark Celje, Muzej novejše zgodovine Celje in Pokrajinski muzej Celje, zanimiva je tudi Tropska hiša. Za sodobne raziskovalce imata velik potencial produkt Fotoatelj in galerija Pelikan, spominska hiša Alme Karlin in njena zbirka v Pokrajinskem muzeju in Center sodobnih umetnosti Celje. Za ljubitelje umetnosti predstavljajo velik potencial tudi povezani produkti na Muzejskem trgu, od Stare grofije s Celjskim stropom do fresk v kompleksu rimskodobne vile in Centra sodobnih umetnosti Celje. S prenovo Knežjega dvora in razširitvijo razstavišča Celeia – mesto pod mestom, bo Celje imelo največje in situ razstavišče rimskih ostalin v regiji.

Mesto se prebujata s številnimi dogodki in aktivacijami v središču mesta, manj je dogodkov, ki predstavljajo motiv prihoda gostov.

Cilji produkta

- Pozicionirati Celje kot privlačno mesto, izhodišče za obisk Savinjske regije in cele Slovenije.
- Dvigniti število nočitev v segmentu prostočasnega turizma.
- Vsaj dve prireditvi z nacionalno prepoznavnostjo in motivom prihoda.
- Z dopolnjeno ponudbo aktivnega oddiha v Celju in Savinjski dolini povečati dobo bivanja v Celju in spodbujati mestne počitnice.

Želje in pobude prebivalcev

“Več kvalitetnih kulturnih dogodkov v centru mesta, na prostem, v zapuščenih lokalih, izložbah in gostilnah.”

“Pravljичno Celje ima še veliko potenciala pri prazničnih postavitvah. Manjka še kakšen prepoznavni festival več. Ljubezenska zgodba Friderika in Veronike – redne uprizoritve muzikala, doživetje po poteh ljubezni ...”

“Zgornji grad resnično potrebuje ambicioznejše upravljanje, plan nadaljnje obnove ...”

“Menim, da je zgodovina dobro predstavljena v Celju, želim si več aktualnih, še živečih zgodb mesta.”

“Pohvala za Pravljično Celje - sicer že malo preživeto, potrebno bi bilo malo osvežitve.”

Vir: Anketa za prebivalcev 2023, nr. 289

NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV – NOSILNI PRODUKTI - **KULTURNI IN AKTIVNI MESTNI ODDIH**

AKTIVNOSTI 2024 +

- **Dvigniti konkurenčnost obstoječih znamenitosti na destinaciji** (grad in muzeji), inovirati oblikovanje ponudbe s sodobnimi doživetji ter medsektorsko povezati turizem s kulturo in kreativnimi industrijami.
- **Oblikovanje celostnega načrta upravljanja ključne atrakcije destinacije** Celjski grad (Glej poglavje Celjski grad).
- Razvoj produktov **valorizirane dediščine rimske Celeie** in vključitev antičnih fresk v ponudbo destinacije.
- **Razvoj produkta »žarišče celjske zgodovine«** na Muzejskem trgu s Staro Grofijo, Celeio – mestom pod mestom, Knežjim dvorom s stalno razstavo Celjski grofje in Centrom sodobnih umetnosti Celje.
- **Nadgradnja ponudbe za individualne goste:** redna vodenja za individualne goste, spletni nakup doživetij za individualne goste.
- **Oblikovanje destinacijskega sveta za prireditve**, katerega člani so tudi ključni producenti in organizatorji dogodkov. (Glej Projekti za preskok: Celje vajb).
- **Nadgradnja prireditve Pravljično Celje**, ki je že motiv prihoda na destinacijo in ima dolgoletno tradicijo s ciljem dviga konkurenčnosti prireditve v odnosu do drugih mest.
- Krovna zgodba ter **povezava novih dogodkov** (Maksimiljanov dan, Pelikanov dan) in umestitev dogodkov v destinacijski koledar.
- Izkoristiti prednost edinstvenega mestnega gozda in razvoj **produkta gozdnega turizma**.
- Vključevanje **nesnovne dediščine** v turistično ponudbo Celja, izpostavitve klobučarstva kot prve tradicionalne obrti v Celju, vpisane v register nesnovne dediščine Slovenije.
- **Mapiranje starih obrti v Celju** ter razvoj kreativnih delavnic z redno dostopnostjo. V sodelovanju z Muzejem novejšje zgodovine Celje (MNZC) razvoj fotografskih delavnic.
- **Prilagoditev delovnih časov muzejev in galerij.**

NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV – NOSILNI PRODUKTI - KULTURNI IN AKTIVNI MESTNI ODDIH		
<p>PROJEKTI ZA PRESKOK</p>	<p>Urbana, avtentična ponudba za sodobne obiskovalce in ponudba za družine</p> <p>Urbani sprehodi, kulturna četrt, javni prostori ob reki, valorizacija dediščine Alme Karlin, Fotoatelj in galerija Pelikan, ulična umetnost, arhitektura, poezija, prostori ustvarjalnosti in sodobna umetnost. Razvoj in povezovanje ponudbe za družine in skupno trženje. *Prioriteta 1</p>	<p>Popotniški festival Alme Karlin</p> <p>Oblikovanje sodobnega festivala umetnosti, kulture, ustvarjalnosti in gastronomije z osrednjo temo popotovanj po Sloveniji in svetu. Priprava projekta za pridobitev evropskih sredstev za povezovanje kulturnih in kreativnih sektorjev s turizmom, socialno vključenostjo in trajnostjo. *Prioriteta 1</p>
<p>Celjski utrip</p> <p>Letni koledar nosilnih festivalov in dogodkov ter aktivacij v mestu. Strateška, finančna in kadrovska razporeditev dogodkov v letni koledar. Opredelitev dogodkov z lokalnim, regionalnim in nacionalnim dosegom ter načrt promocije dogodkov. *Prioriteta 1</p>	<p>Celjski turistični pospeševalnik</p> <p>Oblikovanje rednega letnega poziva z nagradnim fondom (cca 1.000 EUR) za najboljši nov inovativni produkt in/ali vodenje za MSP-je, vodnike. *Prioriteta 1</p>	<p>E – Celje: Merjenje in obdelava podatkov</p> <p>Enotna metodologija in merjenje podatkov javnih zavodov. Vzpostavitev digitalne platforme za enotno zbiranje podatkov o obiskovalcih v celjskih kulturnih institucijah ter atrakcijah in redna obdelava podatkov. *Prioriteta 2</p>
<p>Pravljična pot Alme Karlin</p> <p>Razvoj družinske poti po Celju, ki povezuje tudi obstoječo kulturno-turistično ponudbo za otroke. Priprava projektne dokumentacije za Pravljično pot na temo Alme Karlin z namenom pridobitve sredstev na razpisih. *Prioriteta 2</p>	<p>TIC za Savinjsko regijo</p> <p>Vzpostavitev partnerskega modela z občinami, ki so del Savinjske regije in vzpostavitev TIC-a v središču Celja, ki bo nudil informacije in promocijske materiale za celotno Savinjsko regijo. *Prioriteta 3</p>	<p>Celjski zgodovinski vikend</p> <p>Po vzoru uveljavljene forme »art weekendov«, ki v treh dneh povežejo prizorišča sodobne umetnosti, profesionalce in splošno publiko Celje razvije zgodovinski vikend. Ta povezuje profesionalce s področja zgodovine in splošno javnost z izbranimi dogodki. Umestitev v zimski ali pozno jesenski termin. *Prioriteta 3</p>

*Projekti so razvrščeni po prioritetah od najpomembnejših (projekti 1. prioritete) do manj pomembnih (projekti 3. prioritete).

NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV – NOSILNI PRODUKTI – GASTRONOMIJA

GASTRONOMIJA

Opis produkta

V Celju je po kriteriju glavna dejavnost SKD: 56.101 Restavracije in gostilne registriranih 54 gostinskih ponudnikov (Vir: Poslovni register AJPES). Na seznamu najboljših restavracij v Sloveniji po izboru Gault&Millau so iz Celja:

- Lalu Bistro z oceno 13/20,
- Gostilna Francl z oceno 12.5/20,
- Gostilna in pivnica Stari pisker z oceno 12.5/20,
- Kavarna in slaščičarna Hotela Evropa.

Na spletni strani Michelin guide je iz Celja kot privlačna gostilna izpostavljena Gostilna Francl.

Več kot 10 restavracij ima na Google maps oceno 4,6 in več, pri čemer smo upoštevali samo tiste restavracije, ki imajo več kot 100 ocen.

V zadnjih dveh letih je zaznati več aktivacij v mestu v povezavi z gastronomsko ponudbo (Festival okusov Celja, Festival Rol.CE in Vin.CE, Martinovanje itd.). Vsi deležniki so izrazili pozitivno izkušnjo z Odprto kuhno.

Gastronomska ponudba v Celju se po oceni deležnikov delavnice izboljšuje, za preskok potrebuje produkt redno koordinacijo in aktivnosti na terenu.

Cilji produkta

- Pozicioniranje Celja kot privlačne destinacije za obisk dobrojedcev.
- Zagotoviti redno dostopnost gastronomske ponudbe destinacije.
- Razviti gastronomske dogodke kot motiv prihoda obiskovalcev iz regije.
- Nadgraditi oz. razviti gastronomske prireditve z nacionalno prepoznavnostjo.

Želje in pobude prebivalcev

“V Celju nimamo možnosti da bi na osnovi tradicije razvili odmeven dnevni ali večdnevni dogodek, kot so Dnevi kozjanskega jabolka, festival idrijske čipke, radolški festival čokolade... Ker pa v širšem območju ni dni srednjeevropske kulinarike, bi veljalo razmisliti v tej smeri. Ne zgolj pice in testenin, ki jih ne manjka, pravi golaž, takšen da ga ješ z žlico in poleg knedel ali prava klobasa, bi pretegnili marsikoga. Kulinarični turizem je pomemben.”

“V izboljšanju in povečanju gostinske ponudbe, ustvarjanje dogodkov specifičnih za Celje, več življenja tudi med vikendom v starem mestnem jedru. Takrat pridejo turisti in je vse zaprto. Tudi za pojest imajo komaj kam iti.”

“Grad nujno potrebuje panoramsko restavracijo, kot je nekoč že bila.”
Vir: Anketa za prebivalcev 2023, nr. 289

NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV – NOSILNI PRODUKTI – **GASTRONOMIJA**

AKTIVNOSTI 2024 +

- **Vzpostavitev DMO koordinatorja in centralne koordinacijske točke** za razvoj produkta gastronomija in gastronomske prireditve.
 - **Vzpostavitev in podpiranje delovanja gastronomske skupnosti v Celju** in aktivnejša vloga gostinskih ponudnikov pri upravljanju destinacije v sodelovanju s koordinatorjem za gastronomijo.
 - **Vzpostavitev celjske mestne tržnice** kot ene od ključnih točk za gastronomske prireditve (food corner ali food quartier).
 - **Preučitev možnosti za podaljšanja delovnih časov** gostincev in zagotovitve odprtja ob nedeljah. Spodbujanje privatnega sektorja za redno dostopnost gastronomske ponudbe na destinaciji v času večjih dogodkov na destinaciji (poslovni, sejemski in športni dogodki).
 - **Izbor gastronomske aktivacije v mestu za lokalne prebivalce ter regijo** (npr. »Četrtek je mali petek«) v skladu z letnim planom dogodkov Celje vaju.
- **Nadaljevanje gastronomskega projekta Okusi Celja** ter festivala z različnimi edicijami v letnih časih.
 - Spodbujanje privatnega sektorja za razvoj **gastronomskih vodenj/sprehodov**.
 - Nadaljevanje sodelovanja z izobraževalnimi ustanovami za promocijo gostinskega poklica in spodbujanja sodelovanja s turističnim gospodarstvom v Celju.
 - Nadgradnja **vsebin na temo gastronomije na spletni strani** visitcelje.eu ter foto-materialov v sodelovanju s profesionalnim fotografom in stilistom hrane.

NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV – NOSILNI PRODUKTI – GASTRONOMIJA		
PROJEKTI ZA PRESKOK	Gastronomski festival Savinjske Oblikovanje nacionalno prepoznavnega gastronomskega dogodka, kjer Celje gosti partnerje v dobavni verigi gostinstva iz celotne Savinjske regije. Nacionalna promocija dogodka. *Prioriteta 1	Celjski utrip Izbor gastronomskih dogodkov in aktivacij z lokalnim, regionalnim in nacionalnim dosegom ter načrt promocije dogodkov. Vključitev gastronomskih dogodkov v letni koledar nosilnih festivalov in dogodkov ter aktivacij v mestu. *Prioriteta 1
Celjska tržnica Promocija tržnice ter razvoj aktivacij za popoldanske aktivnosti na tržnici. Celjski "Food corner" na tržnici z redno ponudbo ulične hrane ter oživitev prostora Pod Kostanjem nasproti tržnice z dogodki, povezanimi z gastronomijo. *Prioriteta 1	Celjski turistični pospeševalnik Razpis za ponudnike za nakup in montažo nove urbane (zunanje) opreme, prenove ter opremljanja obstoječe zunanje opreme z destinacijsko/mestno znamko (npr. senčniki, stojnice, zunanji točilni pulti). *Prioriteta 1	Gastronomska akademija v Celju Projekt partnerstva z uveljavljenimi gastronomskimi znamkami na temo izobraževanja = akademija v sodelovanju z JRE ali Tednom restavracij. Dvig ugleda destinacije Celje kot gastronomske destinacije med profesionalci. *Prioriteta 2
Razvoj ponudbe za družine z otroki Spodbujanje ponudnikov, ki nagovarjajo tudi družine, da prilagodijo in nadgradijo ponudbo za otroke (oprema prostora, igrala, kulinarika). *Prioriteta 2	Mladi mladim Nadaljevanje projekta v sodelovanju z JRE – Slovenija za promocijo gostinskega poklica ter dvigovanje ugleda gostinstva in kulinarike že med mladimi. *Prioriteta 3	Zelene dobavne verige Priprava projekta za pridobitev evropskih sredstev za oblikovanje zelenih dobavnih verig v destinaciji s ciljem povečati delež jedi in pijač iz lokalno in/ali regijsko pridelanih sestavin. Priprava projekta za razvoj kolektivne blagovne znamke za gostinske ponudnike ter pridelovalce in predelovalce. *Prioriteta 3

*Projekti so razvrščeni po prioritetah od najpomembnejših (projekti 1. prioritete) do manj pomembnih (projekti 3. prioritete).

<h2 style="text-align: left; margin: 0;">POSLOVNI IN SEJEMSKI TURIZEM</h2>	
<p data-bbox="203 336 387 368">Opis produkta</p> <p data-bbox="203 411 1099 584">Športni in poslovni turizem sta produkta, ki lahko zagotavljata celoletni obisk. Po podatkih iz leta 2022 Celje v treh mesecih (6,7,8) realizira 40 % nočitev. Ocena je, da predstavlja poslovni turizem glavnino nočitev, nekje med 50 % - 60 %. Velik generator obiska so sejemske dogodki Celjskega sejma. Ti imajo še velik potencial za povezovanje z ostalo ponudbo destinacije.</p> <p data-bbox="203 624 1111 823">Evalvacija prejšnje strategije je pokazala, da na produktih Poslovni dogodki & srečanja ter na športnem turizmu na destinacijski ravni ni bilo velikega napredka. Eden od ključnih izzivov za razvoj teh dveh produktov je pomankanje nastanitvenih kapacitet (hotel 4 zvezdice, 50+ sob), ki se rešuje z regijskim povezovanjem. Znotraj obstoječe organiziranosti turizma DMO usmerja svoje razvojne in promocijske aktivnosti predvsem v segment pristočnega turizma.</p> <p data-bbox="203 863 1099 1102">Skladno s standardi Kongresnega urada Slovenije so ponudniki kongresnega turizma razdeljeni v naslednje kategorije: Lokalni kongresni urad oz. regionalni kongresni center, Profesionalni kongresni organizator (PCO), DMC – turistična agencija, ki je specializirana za segment poslovnih srečanj, Agencija za organizacijo dogodkov, Kongresni in razstaviščni prostor, Hotel s konferenčnimi zmogljivostmi (50+ sob, 4 zvezdice), Hotel s konferenčnimi kapacitetami, Ponudnik ostalih kongresnih storitev (prevozi), Prizorišča za posebne dogodke (zgodovinska itd.).</p> <p data-bbox="203 1142 1088 1374">Za konkurenčnost produkta poslovni dogodki in srečanja v slovenskem in mednarodnem prostoru v Celju bi ta zahteval večje kadrovske, finančne ter promocijske vložke. Celje kot destinacija za razvoj tega produkta nima ustreznih nastanitvenih kapacitet in ostalih ponudnikov kongresnega turizma, zato ta segment ponudbe razvijamo v sodelovanju s celotno regijo. Na destinaciji Celje se osredotočamo na nadgradnjo ponudbe za poslovne goste, izboljšano povezovanje s Celjskim sejmom in razvoj komplementarne turistične ponudbe ob sejmih.</p>	<p data-bbox="1137 336 1317 368">Cilji produkta</p> <ul data-bbox="1189 384 2029 632" style="list-style-type: none"> - Zagotoviti celoletni obisk destinacije Celje in povečati število nočitev izven glavne sezone (junij, julij, avgust). - Povezati organizatorje poslovnih oz. sejmskih dogodkov s ponudniki na destinaciji in dvigniti porabo poslovnih gostov. - Z regijskim povezovanjem dvigniti konkurenčnost produkta Poslovni dogodki & srečanja. <p data-bbox="1137 711 1368 751">Želje prebivalcev</p> <p data-bbox="1137 799 1928 863"><i>“Povečanje števila nočitev, več dogodkov, ki privabijo turiste (sejmi, koncerti,...).”</i></p> <p data-bbox="1137 1174 1563 1206">Vir: Anketa za prebivalcev 2023, nr. 289</p>

NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV – NOSILNI PRODUKTI – **POSLOVNI IN SEJEMSKI TURIZEM**

AKTIVNOSTI 2024 +

- **Identifikacija zgodovinskih prizorišč za posebne dogodke ter oblikovanje ponudbe** za najem prostorov za podjetja (e-katalog). V prvi fazi trženje ponudbe v času sejmov Celjskega sejma za srečanja.
- **Regijska kandidatura za vsaj en večji prepoznaven dogodek** s področja turizma.
- **Preučitev možnosti za umestitev** novega hotela na območju sejmišča ali v neposredni bližini ter priprava dokumentacije za nagovarjanje potencialnih investitorjev.
- **Preučitev možnosti za oblikovanje regijske strategije za razvoj produkta industrije srečanj** ter za ustanovitev regionalnega kongresnega urada.
- **Vsaj en večji dogodek v starem jedru ali na Celjskem gradu za poslovno javnost** v času MOS-a z organiziranim prevozom.
- **Izvedba skupne ankete** med razstavljalci in obiskovalci sejma z namenom oblikovanja prilagojene ponudbe destinacije za te ciljne skupine.

PROJEKTA ZA PRESKOK

Vzpostavitev rednega destinacijskega sodelovanja med Mestno občino Celje, Zavodom Celeia Celje ter Celjskim sejmom in sodelovanje pri večjih dogodkih Celjskega sejma.

*Prioriteta 1

Umestitev sejmov v letni koledar Celje Vajb ter spodbujanje ponudnikov za razširitev ponudbe v času sejma.

*Prioriteta 1

*Projekti so razvrščeni po prioritetah od najpomembnejših (projekti 1. prioritete) do manj pomembnih (projekti 3. prioritete).

NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV – PODPORNİ PRODUKTI – OUTDOOR	
OUTDOOR	
<p>Opis produkta</p> <p>Celje že ponuja številna doživetja v naravi in ima dobro razvito ponudbo za segment družin (pustolovski park, Zip line, bob kart, Wake park, izposoja supov itd). Kot je pokazala raziskava Podoba in pozicioniranje mesta CELJE, obiskovalci ne zaznavajo Celja kot mesta za aktivna doživetja (Valicon 2023), so pa prednost gibanja v naravi in zelenega okolja izpostavili prebivalci Celja. V tem strateškem obdobju bo potreben preskok v pozicioniranju ter razvoju produkta Outdoor.</p> <p>Velik potencial predstavlja ribiški turizem, ki trenutno temelji na skupnosti ribičev in še ni vpel v celotno turistično ponudbo.</p> <p>Evalvacija preteklega strateškega obdobja je pokazala napredek pri razvoju produkta Outdoor s poudarkom na produktu kolesarstva in pohodništva. Vzpostavlja se skupnost ponudnikov aktivnega turizma v Celju in regiji, vzporedno pa se zaključujejo nekateri pomembni infrastrukturni projekti. Vzpostavljena je bila kolesarska povezava z Laškim, v teku je izgradnja kolesarske povezave Celje – Štore – Šentjur, Celje - Žalec. Za gorske kolesarje je urejenih 6 stez pod imenom Celje Trails, ki so le 2 km od mestnega jedra. ZCC je izdal destinacijski zemljevid kolesarskih poti in pohodniških poti. Potencial predstavljajo tudi evropske daljinske kolesarske poti. Celje leži na daljinski kolesarski poti EuroVelo9 - Jantarna pot, ki poteka od Baltika do Jadrana. Začne se na Poljskem in gre preko Češke, Slovaške, Avstrije in Slovenije do Trsta (Maribor, Celje, Ljubljane in Postojna, Trst). Celje je vključeno na poti Bike Slovenia Green in Slovenija Green Wellness Route (Ljubljana, Maribor, Celje, Žalec).</p> <p>Za promocijo in pozicioniranje outdoor destinacije predstavljajo velik potencial tudi rekreativne prireditve, za katere že obstaja ponudba in specializirani ponudniki v zasebnem sektorju. Tovrstne prireditve so pomemben generator obiska in pozicioniranja Celja kot outdoor destinacije.</p>	<p>Cilji produkta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Povečati privlačnost Celja za obisk aktivnih turistov. - Pozicionirati Celje kot privlačno zgodovinsko mesto, ki je izhodišče za obisk Savinjske regije in cele Slovenije. - Izpolniti kriterije Slovenske turistične organizacije za kategorizacijo Celja kot kolesarske destinacije in dvig prepoznavnosti produkta aktiven oddih v Sloveniji in na mednarodnih trgih. <p>Želje prebivalcev</p> <p>»Šmartinsko jezero še bolj turistično izkoristiti.«</p> <p>»Celebus do Šmarjaka«</p> <p>»Celjska kočā- ki je hotel ampak bi bilo super če se spremeni nazaj v kočā«</p> <p>»Ureditev kolesarskih poti z različnimi stopnjami zahtevnosti - Celje kot kolesarska destinacija (predstavitev tudi v okviru Tour of Slovenia).«</p> <p>»Potrebno je izkoristiti "kolesarski turizem".«</p> <p>Vir: Anketa za prebivalcev 2023, nr. 289</p>

NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV – PODPORNİ PRODUKTI – **OUTDOOR**

AKTIVNOSTI 2024 +

- **Regijski in destinacijski zemljevid** obstoječih kolesarskih in pohodniških poti v tiskani in spletni različici.
- **Izobraževanje** za osebje v TIC-u ter ponudnikov nastanitev in kulinarike za razvoj kolesarskega, pohodniškega ter ribiškega produkta.
- **Zagotovitev kriterijev Slovenske turistične organizacije za kolesarsko destinacijo:** vzpostavitev kolesarske informacijske točke (DMO ali v sodelovanju s privatnim sektorjem), namestitve za kolesarje (Glej Celje turistični pospeševalnik), najmanj tri kolesarske poti, usposobljeni kolesarski vodniki, izposoje in servisa koles (identifikacija in vključitev v destinacijske informacije).
- **Spodbujanje vodnikov za pridobitev certifikata** za kolesarske vodnike ter evidenca kolesarskih vodnikov.
- Spodbujanje nadaljnega **razvoja ter promocije rekreativnih prireditev** z nacionalnim in mednarodnim potencialom. Največja tovrstna prireditev z regijskim potencialom je Ultra-trail Savinjska. Povezava rekreativnih prireditve s kulturno dediščino Celja (npr. kronometer s ciljem na Friderikovem stolpu).
- **Sodelovanje MOC in DMO z organizatorji rekreativnih prireditev** pri promociji Celja in vključitev v destinacijski koledar Celje vajb.
- **Vključitev ribiške družine v turistično ponudbo mesta** ter spodbujanje razvoja ustreznih nastanitev za ta segment.
- **Izpostavitev ponudbe plezanja v Celju.** Razširitev brošure Plezaj kot grof za vsa plezališča v Celju. Vpis na portale za plezalce.
- **Izbor mednarodno in nacionalno uveljavljenih aplikacij za outdoor** ter vključitev kolesarskih in pohodniških poti v aplikacije (Outdoor Active, slovenia-outdoor).
- Nadaljevanje **spodbujanja poletnega javnega avtobusnega prevoza v Logarsko dolino**, ki vključuje tudi možnost prevoza kolesa.
- Predstavitev ostale outdoor ponudbe na destinaciji.

NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV – PODPORNİ PRODUKTI – OUTDOOR		
<p>PROJEKTI ZA PRESKOK</p>	<p>Trasiranje poti na destinaciji Celje</p> <p>Izdelava GPS podlag za obstoječe kolesarske poti na destinaciji in označitev poti na terenu ter povezava z javno infrastrukturo (kolesce, popravilnice koles) in privatno ponudbo (izposoja in popravilo koles). Izpostavitev primernih poti za družinsko kolesarjenje, ki je prednost Celja. Izkoristiti povezave v nastanku Žalec – Celje – Laško, Celje – Šentjur – Olimje.</p> <p>*Prioriteta 1</p>	<p>Celje kot kolesarsko središče za raziskovanje Savinjske regije</p> <p>Mapiranje regijskih kolesarskih poti z izhodiščem v Celju ter povezava z vsaj enim zgodovinskim mestom (Ptuj). Izdelava GPS podlag za kolesarske poti in umestitev v izbrano platformo destinacije (npr. Outdoor Active). V sodelovanju z RA Savinjske regije priprava regijskega kolesarskega zemljevida.</p> <p>*Prioriteta 1</p>
<p>Celjski turistični pospeševalnik</p> <p>Razširitev razpisa za spodbudo privatnih iniciativ za razvoj produkta kolesarstva. Razpis za nastanitve za specializacijo oz. prilagoditev nastanitve za kolesarstvo, pohodništvo in/ali ribištvo.</p> <p>*Prioriteta 1</p>	<p>Poenoten sistem označevanja vstopnih točk na destinaciji ter kolesarskih in pohodniških poti</p> <p>Priprava elaborata za izbor in označitev vstopnih točk, kamor se postavijo informacijske table z označenimi potmi ter določitev sistema usmerjevalnih tabel (umestitev na križišča) ter označevalnega sistema (znaki na terenu).</p> <p>*Prioriteta 1</p>	<p>Razvoj kolesarskega produkta za individualne goste</p> <p>Aktivacija privatnega sektorja za nadaljnji razvoj produkta kolesarstva in razvoj posamičnih produktov za trženje za individualne goste (Celje Outdoor – Challenge, Celje Trails itd.).</p> <p>*Prioriteta 2</p>
<p>Kolesarjem prijazna infrastruktura</p> <p>Stojala za kolesa pri vseh večjih atrakcijah. Varovana kolesarnica pri železniški postaji v sklopu razvoja Potniškega terminala Celje PTC.</p> <p>*Prioriteta 2</p>	<p>Multi-modalnost</p> <p>Razvoj vsaj ene kolesarske poti, ki vključuje kombinacijo z javnim prevozom (vlak). Priprava evropskega projekta za vzpostavitev modela regionalnega kolesarskega avtobusa (po vzoru Štrekna bus) z vključitvijo različnih občin v regiji s srednjeročnim partnerstvom.</p> <p>*Prioriteta 3</p>	

*Projekti so razvrščeni po prioritetah od najpomembnejših (projekti 1. prioritete) do manj pomembnih (projekti 3. prioritete).

NAČRT TURISTIČNIH PRODUKTOV –PODPORNI PRODUKTI – ŠPORTNI TURIZEM

ŠPORTNI TURIZEM

Opis produkta

Celje je v Sloveniji in mednarodnem prostoru prepoznano kot športno mesto. Za razvoj športnega turizma v obliki priprav za ekipe je pomemben dejavnik uspeha možnost uporabe športne infrastrukture za namen turizma. Ta je v času priprave strategije prednostno namenjena celjskim klubom, to je tudi usmeritev Strategije športa v mestni občini Celje. Velik potencial za razvoj predstavljajo športna tekmovanja, ki jih bo potrebno v novem obdobju še bolje povezati s turistično ponudbo.

Cilji produkta

- Zagotoviti celoletni obisk destinacije Celje in povečati število nočitev izven glavne sezone (junij, julij, avgust).
- Z regijskim povezovanjem dvigniti konkurenčnost produkta Športni turizem.

AKTIVNOSTI 2024 +

- DMO preko B2B novičnika vnaprej obvešča turistične ponudnike o večjih športnih tekmovanjih (prilagoditev ponudbe in/ali delovnih časov).
- Preučitev možnosti za stalno razstava ali muzej na temo celjskega športa v mestnem središču.
- Preučitev možnosti za trgovino s promocijsko ponudbo izdelkov celjskih ekip (dresi) v starem mestnem jedru.
- Spodbuda za oddajo enega prostora v središču mesta za gostinski lokal s športnimi vsebinami (športni pub).

Želje prebivalcev

“Nujna je ureditev športnih objektov, Mestnega parka in Šmartinskega jezera oz. okolice.”

“Mogoče bi se lahko namenila tudi pozornost pri Igrah mladih (ustanovil jih je Celjan), vsako leto se iz večih krajev iz Slovenije mladi športniki odpravijo v gostujočo državo in tam tekmujejo, se družijo, itd. Mogoče malo več promocije tudi s tega vidika.”

Vir: Anketa za prebivalcev 2023, nr. 289

PROJEKTA ZA PRESKOK

- **Enotna informacijska točka za razpoložljivost športnih kapacitet** (digitalna platforma ali koordinator razpoložljivosti športnih kapacitet). *Prioriteta 1
- **Spremljanje kandidatur in rezultatov za večja tekmovanja ter oblikovanje sveta, ki vključuje tudi DMO v primeru pridobitve večjih tekmovanj.** * Prioriteta 1

*Projekti so razvrščeni po prioritetah od najpomembnejših (projekti 1. prioritete) do manj pomembnih (projekti 3. prioritete).

WORKATION

Opis produkta

Glavna značilnost novega tipa potovanj »Workation« je združevanje dela in počitnic. Ta način dela je vse bolj priljubljen, saj omogoča ravnotežje med delom in življenjem, kar je tudi ena od osrednjih vrednot milenijcev ter generacij, ki prihajajo za njimi.

Obstaja več različnih tipov delovnih počitnic: (1) kratkoročni oddih, ta je po navadi v bližini kraja bivanja oz. kraja z dobrimi povezavami, (2) srednjeročne počitnice, v obdobju enega meseca ali pa (3) dolgoročne delovne počitnice. Te so najpogostejša oblika, zanje je značilno, da se ljudje začasno preselijo na novo območje in od tam delajo prek spleta. Gre za trend, ki je v porastu, zato nekatere države že ponujajo vizume za digitalne nomade. Ljudje se za delovne počitnice odločajo zato, ker želijo spoznati nove kraje, srečati nove ljudi in se naučiti novih stvari, predvsem pa prekiniti obstoječo rutino.

V produkt workation spada tudi poseben tip umetniških programov/izmenjav, kot so npr. Artist in Residence. Center sodobnih umetnosti Celje že od leta 2005 izvaja rezidenčni program AIR Celeia.

Cilji produkta

- Razviti sodoben produkt za nov tip obiskovalcev.
- Pozicionirati Celje kot destinacijo za sodobne obiskovalce.
- Zagotoviti celoletni obisk destinacije Celje in povečati število nočitev izven glavne sezone (junij, julij, avgust).

AKTIVNOSTI 2024 +

- Vzpostavitev sodelovanja s središči za razvoj novih idej, start-upov ter podobnih centrov v regiji.
- Vzpostaviti e-informacijsko točko za zainteresirane digitalne nomade.
- Vpis na platforme (npr. workation.com, nomadlist.com, remote.com).

PROJEKTI ZA PRESKOK

- **Identifikacija co-working prostorov**, co-living prostorov oz. ustreznih nastanitev ter kavarn za delo in **oblikovanje privlačne e-predstavitve na spletni strani visitCelje**, ki vključuje vse prednosti, vključno z outdoor aktivnostmi v regiji ter Logarsko dolino. (glej primer Norveške: <https://www.visitnorway.com/plan-your-trip/workation/>). *Prioriteta 1

*Projekti so razvrščeni po prioritetah od najpomembnejših (projekti 1. prioritete) do manj pomembnih (projekti 3. prioritete).

3.2. NAČRT NALOŽB IN PROJEKTOV

Načrt naložb vključuje nabor ključnih infrastrukturnih pobud z vplivom na razvoj turizma na izbranih območjih, kjer je največja gostota turističnih aktivnosti:

- (1) Celjski grad
- (2) Šmartinsko jezero
- (3) Celjska koča
- (4) Mestni park in Mestni gozd
- (5) mestno jedro
- (6) območje Celjskega sejma.



Shema 6: Zgostitvena območja z obiskovalci v MOC

Usmeritve za trajnostno rast destinacije

Celje je turistična destinacija v razvoju. Skladno s sodobnimi trendi poteka vzporeden razvoj destinacije na šestih zgostitvenih območjih, kar bo v prihodnje omogočalo upravljanje s turističnim tokovi in po potrebi razbremenitev posamičnih točk mesta (npr. mestnega središča). Mestno jedro potrebuje privlačno ponudbo za obiskovalce (gastronomija, trgovine slovenskih oblikovalcev/rokodelcev, umetnostne prakse in kreativne industrije), pri čemer je pomemben kriterij lokalna identiteta in trajnost ter tudi relevantnost vsebin za prebivalce. Izogibamo se hitri turistifikaciji in generičnim vsebinam, ki nimajo dodane vrednosti za identiteto mesta. Za upravljanje kratkoročnega oddajanja stanovanj turistom je na nacionalnem nivoju v pripravi nov zakon o gostinstvu, ki bo prinesel določene omejitve na tem področju. Vzpostavitev rednega spremljanja kazalnika števila ponudnikov privatnih nastanitev (Register nastanitvenih obratov AJ PES, na platformah Booking in Airbnb), pripraviti načrt spremljanja turističnih tokov in nadaljevati z merjenjem zadovoljstva prebivalcev.

Usmeritev za strateške investicije

Za turistični razvoj Celja je izrednega pomena pridobitev strateških investorjev v podjetniške naložbe in zunanjih javnih finančnih virov za nekatere ključne javne naložbe. Med ključnimi investicijskimi potrebami destinacije Celje je hotel s štirimi zvezdicami in vsaj petdesetimi sobami, ki bo omogočal razvoj poslovnega in sejemskega ter športnega turizma. Po oceni prevladujočega dela turističnega gospodarstva Celje poleg

omenjenega potrebuje še vsaj en butični hotel. Kot potreba je bil identificiran tudi kamp ob Šmartinskem jezeru, kot potencial zaradi geografske pozicije Celja pa pokriti avtodom park, ki še ne obstaja v Sloveniji. **Priprava projektov za privatne investicije in priprava investicijskih informacij za potencialne naložbe ter oblikovanje spletnega kataloga za pregled investicijskih priložnosti v turizmu.**

Usmeritev za nastanitvene in gostinske dejavnosti

Nastanitveno in gostinsko dejavnost izvaja privatni sektor. Mestna občina Celje ter zavodi in podjetja, katerih je ustanoviteljica, samo izjemoma opravljajo to dejavnost. V primeru investicij v nastanitvene objekte s strani MOC (hotel, kamp, glamping) ali gostinske objekte občina v načrtovanje vključi strokovnjake iz turističnega/gostinskega sektorja. Za tovrstne investicije se oblikujejo javno-zasebna partnerstva.

Usmeritve za označitev

Obstoječa označevalna infrastruktura na destinaciji ni poenotena, saj je nastajala v sklopu različnih projektov in v različnih časovnih obdobjih. Mesto potrebuje **enoten sistem označevanja, ki je skladen z destinacijsko/mestno znamko in njenim brandbookom.** Ta naj upošteva obstoječe predpise, mednarodno prepoznavne označbe (npr. planinske poti) ter obstoječe rešitve. Priprava elaborata v sklopu katerega se izvede analiza obstoječega stanja (tipi označitev, materiali) in identificira potrebe (lokacije) za postavitev usmerjevalne infrastrukture. **Priprava Priročnika za vse mestne službe in destinacijo** z navodili za enoten sistem označevanja za posamične tipe oznak. **Celostni sistem označevanja**, pokriva naslednje tipe označb: **(1.) označevanje znamenitosti v mestnem jedru s smerokazi,**

(2.) označevanje poti do znamenitosti na vpadnicah v mesto, (3.) sistem označevanja pohodniških in kolesarskih poti. Dodatno je potrebno predvideti **(4.) informacijske table**, ki predstavljajo širšo ponudbo destinacije: **na vhodnih točkah** v mesto (železniška postaja, večja parkirišča), **na pomembnih izhodiščih za pohodne in kolesarske poti in ob najbolj obiskanih znamenitostih** (Celjski grad). Priprava projekta celostnega sistema označevanja s finančno oceno ter načrt postopne postavitve/menjave tabel in poenoten izgled na celotni destinaciji. Prva prioriteta je ureditev smerokazov do znamenitosti v mestnem središču.

Usmeritev za kolesarske poti

Mapiranje obstoječih kolesarskih poti, načrt ključnih poti (faza 1) in načrt nadgradnje s postavitvijo Celja kot izhodišča za odkrivanje celotne Savinjske regije (faza 2). Podpora Mestne občine Celje pri pridobivanju soglasij za legalizacijo izbranih poti, ki potekajo po privatnih zemljiščih.

Usmeritev za vzpostavitev družinam prijaznih prostorov v mestu

Skladno s celotno usmeritvijo MOC, ki se razvojno prioritarno usmerja v družine, predlagamo razvoj družinam prijaznih točk v mestu, ki jih uporabljajo prebivalci, vključujemo pa jih tudi v komunikacijo z obiskovalci. Po skandinavskem modelu izbrane javne stavbe (npr. muzeji) odprejo vhodne prostore za družine z otroki. Ureditev ustrezne podporne infrastrukture (prostor za dojenje, za previjanje, toaletni prostori s prilagoditvami za otroke, dostop z vozičkom ...). Vzpostavitev vsaj ene točke v središču mesta, na gradu, ob Šmartinskem jezeru in v Celjski koči in označitev družinam prijaznih prostorov skladno z usmeritvami za poenoteno označitev.

NAČRT NALOŽB IN PROJEKTOV	
CELJSKI GRAD	ŠMARTINSKO JEZERO
<ul style="list-style-type: none"> - Celostni strateški načrt razvoja in upravljanja Celjskega gradu (celostni koncept razvoja, opredelitev namembnosti prostorov, arhitekturne usmeritve za poenotene rešitve parcialnih prenov). Načrt naj vključuje naslednje dejavnosti: kulturna dediščina (razstave), turistična dejavnost (vodenja, doživetja, razvoj produktov, TIC), kulturni program (prizorišče za kulturne dogodke), oddaja prireditvenih prostorov (sprejemi, poroke, gastronomski dogodki itd.). Preučitev možnosti za ureditev prostorov za grajsko restavracijo. - Pridobitev certifikata Slovenia Green Attraction in izračun nosilne zmogljivosti turistov, priprava ukrepov za upravljanje obiska. - Prenova in zasnova razstav v sodelovanju z muzejsko stroko, v skladu s celostnim konceptom upravljanja Celjskega gradu ter sodobnimi praksami uporabe novih tehnologij in interpretacijskih orodij/tehnik. - Priprava izobraževanj za vodenje po Celjskem gradu, izobraževalni tečaj za vodnike ter vzpostavitev licence za vodenje po gradu. - Priprava Pravilnika o sodelovanju s turističnimi agencijami, organizatorji potovanj in drugimi posredniki turističnih storitev ter opredelitev pravil vodenja po gradu (Licenca GZS, Mestne občine Celje ali licence gradu). - Avdio vodnik za obiskovalce in zagotovitev vodenja v različnih jezikih. - Ureditev treh Grajskih poti na Celjski grad (Geološka, Panoramska pot in Pot z igro v dolino) z dodatno infrastrukturo (razgledna ploščad, označitev, digitalna nadgradnja vsebinske tematske točke). 	<ul style="list-style-type: none"> - Priprava načrtov za nadaljnjo ureditev območja Šmartinskega jezera (identificirane potrebe: čolnarna, pomoli in ureditev pristanišč po odloku). - Preučitev možnosti za umestitev kampa, glampinga ob Šmartinsko jezero (zasebna investicija ali javno–zasebno partnerstvo). - Ureditev kampiranja za ribiče v sodelovanju z ribiško družino (uskladitev z zakonodajo, nadgradnja ponudbe kampa skladno s potrebami ribičev). - Postajališče za električna kolesa.

- Družinam prijazna točka. Prilagoditve ponudbe in infrastrukture za družine.

NAČRT NALOŽB IN PROJEKTOV

MESTNO JEDRO

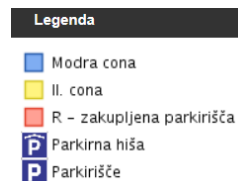
- **Mapiranje prireditvenih prostorov v mestu** in določitev formata dogodkov za posamičen prostor (tip dogodka, število udeležencev) ter ureditev ustrezne opremljenosti (prostor in oprema) za izvajanje dogodkov.
- **Razširitev območij za obisk gostov na obrežja Savinje in Mestnega parka** ter umeščanje urbane opreme v prostor za dvig privlačnosti javnega prostora. Bregova Savinje ob SMJ: ureditev zelenih površin, gostinska ponudba, ureditev Lapidarija (2027) ter dostopa do Hereklejevega svetišča iz mestnega parka.
- **Usmerjevalne table v središču mesta** v peš conah ter table za označitev poti do osrednjih znamenitosti mesta iz glavnih vpadnic.
- **Prestavitev TIC-a na lokacijo z večjo pretočnostjo** (bližina železniške postaje) ter boljšo vidnostjo ter večjim prostorom (celotna Savinjska regija). Do izvedbe ustrezna označitev obstoječega TIC-a.
- **Prenova Knežjega dvora** in razširitev razstavišča Celeia, ki bo postalo največje in situ razstavišče rimskih ostalin v regiji ter **prenova Stare grofije** skladno s Strategija razvoja kulture v MOC 2024–2027.

- **Potniški terminal Celje**, ki bo vključeval javno kolesarnico, parkirna mesta. Preverba za vzpostavitev gondole na Celjski grad. Garažna hiša v sklopu železniške postaje.

Gostinski ponudniki so izpostavili nujno potrebo po dodatnih možnostih parkiranja v bližini mestnega središča.

Parkirišča v bližini mestnega središča:

Vir: ProstorCelje.si



- Študija izvedljivosti za uporabo objekta Turška mačka za namen turistične dejavnosti.	
--	--

NAČRT NALOŽB IN PROJEKTOV	
CELJSKA KOČA	MESTNI PARK in MESTNI GOZD
- Preučitev možnosti za spremembo Celjske koče v kolesarski oz. outdoor hotel, idejna zasnova in projektna dokumentacija.	- Preučitev možnosti za certificiranje gozda (terapevtski gozd) oz. razvoj enega produkta gozdnega turizma.

Načrt naložb in projektov - izbrani projekti prve prioritete

- Priprava projektov za privatne investicije v nastanitve, priprava investicijskih informacij ter oblikovanje spletnega kataloga (hotel s 4 zvezdicami in 50+ sobami, butični hotel, kamp). Preučitev možnosti za umestitev kampa, glampinga ob Šmartinsko jezero (privatna investicija ali javno–zasebno partnerstvo).
- Celostni strateški načrt razvoja in upravljanja Celjskega gradu in prve aktivnosti.
- Ureditev treh Grajskih poti na Celjski grad z dodatno infrastrukturo (razgledna ploščad, označitev, digitalna nadgradnja vsebinske tematske točke).
- Enoten sistem označevanja na destinaciji za usmerjevalne table, vstopne točke ter pohodniške in kolesarske poti. Usmerjevalne table v središču mesta v peš coni ter table za označitev poti do osrednjih znamenitosti mesta iz glavnih vpadnic.
- Preučitev možnosti za spremembo Celjske koče v kolesarski oz. outdoor hotel, idejna zasnova in projektna dokumentacija.
- Razširitev območij za obisk gostov na obrežja Savinje in Mestnega parka.
- Vzpostavitev družinam prijaznih točk na destinaciji.

3.3. NAČRT TRŽENJA

Usmeritve za znamčenje in nadgradnjo komunikacije

- **Skupen razvoj mestne in destinacijske znamke. Ob vpeljavi nove skupne znamke dosledna implementacija** v vseh orodjih komunikacije in vseh vidnih elementih pojavnosti (prenova vseh komunikacijskih kanalov v skladu z novo skupno znamko: spletna stran, družabna omrežja, tiskovine, informacijsko označevanje v mestu in znamenitostih...).
- **Do vpeljave nove znamke dosledna raba obstoječe znamke Celje. Mesto grofov.** v vseh komunikacijskih orodjih, tudi za promocijo ključnih mestnih dogodkov, ki ne naslavljajo le lokalne javnosti.
- **Novo mestno in destinacijsko znamko Celje ustvari s širokim konsenzom in participacijo deležnikov ter javnosti. Znamka ima značaj sproščenega življenjskega sloga in urbanega utripa** ob reki Savinji, ki priteče izpod Alp in se med hribi prebije do največje kotline v tem delu Slovenije, kjer se srečajo sodobna ustvarjalnost in ponos do dediščine, šport in umetnost, delo in uživanje. Mestna znamka odraža PRIJAZNOST ZA ŽIVLJENJE IN DELO TER PREŽIVLJANJE PROSTEGA ČASA V CELJU. To je kakovost slovenskih mest v primerjavi z večjimi evropskimi mesti: »Klein, aber fein« učinek, malo mesto, ki ima vse, kar imajo veliki, a z več sproščenosti to pokaže in deli (Celje je: »human friendly«, »family friendly«, »business friendly« ...).
- **Razvoj regijske znamke: urejen sistem znamčenja in odnosov med regijsko in mestno celjsko znamko.** Ohranitev mestne znamke za komunikacijo mestnega dogajanja, mestnega oddiha, glavnih

znamenitosti in ponudbe v mestnem središču, saj mora v skupni regijski zgodbi Savinjske Celje ohraniti identiteto in podobo največjega urbanega središča, komplementarnega ponudbi outdoor in dobrega počutja.

- **Razvoj sodobne in vključujoče komunikacijske platforme**, ki bo komunicirala z lokalno javnostjo in obiskovalci ter pripovedovala zgodbe mesta z mislijo na ključne trge in ciljne skupine.

Usmeritve za nadgradnjo trženjskih aktivnosti

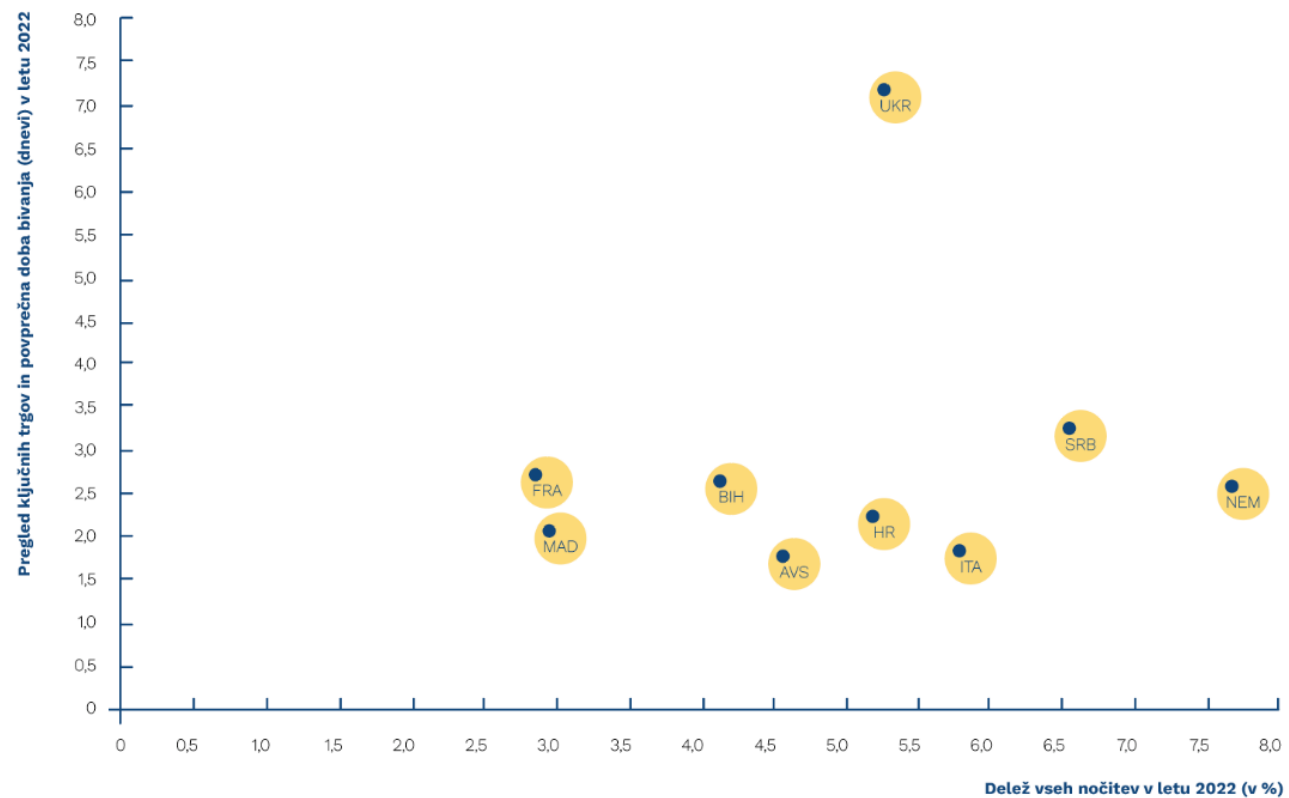
- **Priprava letnega operativnega trženjskega načrta.** Izbor trženjskih aktivnosti skladno z novo strategijo, repozicioniranjem destinacije ter izbranimi prioritetami. Ožji izbor ključnih trgov in aktivnostih na njih skladno s finančnimi možnostmi na letni ravni.
- **Sistematičen razvoj vsebinskega digitalnega marketinga z jasnim načrtom razvoja lastnih kanalov destinacije.** Obstoječa komunikacija na družabnih omrežjih se osredotoča na izpostavitve živahnega dogajanja in nagovarja predvsem prebivalce mesta, regije in delno tudi obiskovalce iz Slovenije. Komunikacija na družabnih omrežjih v skladu s sodobnimi trendi komuniciranja destinacij (npr. Slovenska turistična organizacija). Opredelitev ciljnih skupin kanalov za splošno javnost (FB, IG, You Tube) ter za poslovne javnosti (LinkedIn, X).

Priprava letnega uredniškega koledarja z usmeritvami STO ter vsebinami, ki izpostavljajo pozicijo Celja, krovne produkte destinacije, znamenitosti na destinaciji ter nosilne dogodke skladno s koledarjem Celje vajib. Vzpostavitev sodelovanja s turističnim gospodarstvom.

- **Razvoj tržno naravnanih vodenj in tur v skladu s segmenti domačih in mednarodnih obiskovalcev.** Razvoj doživetij s konkurenčnimi cenami, časom trajanja in ponudbo, ustvarjeno glede na interese ključnih ciljnih skupin. Dvotirni razvoj doživetij za individualne obiskovalce in organizatorje potovanj. Direktno trženje in možnost nakupa na spletem mestu.
- **Okrepitev B2B trženja vodenj in doživetij** za tour operaterje in druge potencialne partnerje. Opredelitev kontaktov za B2B partnerje na spletni strani, nagovor preko e-novičnika, direktna pošta in sodelovanje na borzah ter sodelovanje z STO.
- **E-novičnik za ponudnike na destinaciji** (1x mesečno) po vzoru TTA novic Slovenske turistične organizacije. Zbirnik vseh novosti na destinaciji, destinacijskega koledarja, napovedi večjih prireditev in promocijskih aktivnosti DMO itd.

NAČRT TRŽENJA		
<p>PROJEKTI ZA PRESKOK</p>	<p>Skupen razvoj destinacijske in mestne znamke CELJE</p> <p>Skupna in enotna znamka mesta Celje, ki povezano in konsistentno komunicira vse, kar je mogoče obiskati, vsa doživetja, ki se jih je mogoče udeležiti, in vse dogajanje, ki ga mesto generira in producira. *Prioriteta 1</p>	<p>Centralka – Celje Welcome card</p> <p>Turistična kartica Celja, ki koristi platformo obstoječe kartice Centralka. Oblikovana ponudba za različna terminska obdobja (npr. 24 ur, 48 ur) nadgrajuje obstoječo skupno vstopnico mesta. *Prioriteta 1</p>
<p>E–Celje - Prenovljeno spletno mesto visitcelje.eu, nadgrajeno s prodajno funkcijo</p> <p>Sodoben destinacijski portal s promocijsko, produktno in prodajno funkcijo. Skupna mestna prodajna platforma, integrirana v destinacijski portal za nakup vstopnic preko spleta (Celjski grad, Šmartinsko jezero, muzeji in galerije, vodenja). Z digitalizacijo spodbujamo dostopnost ponudbe za individualne goste in vzpostavljamo centralno rezervacijsko točko. *Prioriteta 1</p>	<p>Promocija ponudbe za družine z otroki</p> <p>Izpostavitvev ponudbe za družine v vseh segmentih komunikacije. Izpostavitvev družinam prijaznih prostorov (glej usmeritve Načrt naložb in projektov) in ponudnikov. Priprava foto in video vsebin privlačnih za ta segment. Uvedba družinskih vstopnic na vseh pomembnih znamenitostih destinacije ter povezovanje te ponudbe. *Prioriteta 1</p>	<p>Razvoj sodobne in vključujoče komunikacijske platforme</p> <p>V skladu z novo mestno znamko razvoj komunikacijske platforme, ki podkrepi identiteto znamke in jo razširi v multilog z vsemi skupinami: prebivalci mesta in regije, rednimi in naključnimi obiskovalci, raziskovalci kulture in umetnosti, ljubitelji gastronomije ter navdušenci nad športom in aktivnostmi v naravi. *Prioriteta 3</p>
<p>Razvoj regijske identitete Savinjske s središčem v Celju (CELjeREGIJA)</p> <p>Razvoj regijske znamke, kjer Celje izstopa kot urbano središče regije, kjer se je najdlje mogoče zadržati za doživetje mesta, kulture in največjih dogodkov ter od koder je najhitreje možno raziskati vse, kar ponuja Savinjska. *Prioriteta 3</p>	<p>Celjani – Celje Folks</p> <p>Vključevanje Celjanov v zgodbe mesta. Predstavitev najbolj priljubljenih ali neobičajnih kotičkov za delo in prosti čas prek celjskih pripovedovalcev mestnih zgodb. *Prioriteta 3</p>	<p>Promocija Celje VAJB</p> <p>Trženje nosilnih dogodkov Celja kot destinacije (Poletje v Celju, Pravljичno Celje,...) *Prioriteta 3</p>

Ključni trgi in segmenti za promocijo



Graf 6: Pregled ključnih trgov po deležu vseh nočitev in povprečni dobi bivanja v MOC, Obdelava: Nea Culpa, Vir: SURS

<p>ZANESLJIVI TRGI</p> <p>Zanesljivi trgi so tisti, ki so že tradicionalni trgi Celja (in Slovenije). Glavnina nočitev v Celju se ustvari v segmentu poslovnih gostov. Zato so pretekli podatki vezani predvsem na ta segment.</p> <p>slovenski, nemški, srbski, italijanski, hrvaški, avstrijski</p> <p>Glede na to, da so to tudi primarni trgi Slovenije, največji del promocijskih aktivnosti in proračuna namenimo za promocijo na teh trgih, kjer izvajamo tudi redne promocijske aktivnosti. Pri promocijskih aktivnostih se povezujemo z regijo, Združenjem zgodovinskih mest ter Slovensko turistično organizacijo.</p>	<p>TRGI RASTI</p> <p>To so trgi, pri katerih zaznavamo rast v dolžini bivanja, ter trgi, ki predstavljajo potencial za rast mestnega oddiha oz. mestnih počitnic v Celju. Izbrali smo jih tudi na podlagi analize obiska znamenitosti ter izbranih trgov Slovenske turistične organizacije za promocijo produkta kultura in mesta.</p> <p>francoski, madžarski, poljski</p> <p>To so trgi, na katere v prihodnje širimo trženjske in promocijske aktivnosti. Namenjamo jim pomemben del sredstev iz proračuna. Pri promocijskih aktivnostih se povezujemo z regijo, Združenjem zgodovinskih mest ter Slovensko turistično organizacijo. Za te trge prilagajamo tudi ponudbo (vodenja) ter promocijske materiale.</p>	<p>NOVI TRGI</p> <p>Gre za izbor novih trgov, na katerih zaznavamo potencial, zato se Celje na njih predstavlja na novo.</p> <p>češki, britanski</p> <p>Pilotne kampanje ter spremljanje aktivnosti Slovenske turistične organizacije. V te trge usmerjamo manjši delež proračuna.</p>
--	--	--

Ciljne skupine

Med personami slovenskega turizma (Valicon, 2016) lahko v Celju nagovarjamo pripadnike vseh večjih skupin obiskovalcev: raziskovalce, ki jih motivirajo doživetja, družabnike, ki potujejo z motivom druženja in v družbi, ter muze, ki se odločijo za počitnice v zdraviliščih. Za dvig produktov mestnega oddiha, aktivnega oddiha in gastronomije posebej izpostavimo **raziskovalce** in **družabnike**.

Izbrane ciljne skupine:

1. GENERACIJA Y IN Z

Pri načrtovanju trženjskih aktivnosti velja upoštevati vse bolj pomembno starostno skupino milenijcev (v l. 2023 stari med 28 - 43 let), ki želi svoj potovalni itinerar intenzivno zapolniti z umetnostjo in kulturo. Te starostne in interesne ciljne skupine na ravni Slovenije z doživetji kulture in umetnosti še nismo posebej nagovarjali. Nemčija kot ključni emitivni trg Slovenije ima največje število milenijcev v Evropi, več kot 20 milijonov.

Med segmenti zato skupaj izpostavljam **GENERACIJI Y (milenijci) IN Z (zoomerji)**, ki so tudi v skladu z raziskavo o podobi in pozicioniranju Celja.

To heterogeno skupino povezuje, da je trajnostno orientirana, digitalno razgledana ter pripravljena za doživetja potrošiti več sredstev kot za materialne dobrine. Odprti so za raziskovanje novih destinacij, kjer lahko združujejo delo in oddih ali pa iščejo pobeg iz dnevne rutine za polnjenje baterij.

Prav v tem segmentu najdemo nove tipe obiskovalcev, ki jih Celje lahko v prihodnosti uspešno nagovori:

- **kulturni surferji**. Ti iščejo destinacije, nabite z zgodovino, umetnostjo, arhitekturo in lokalnim značajem. Želijo poglobiti

razumevanje sveta in sebe v njem. Radi raziskujejo muzeje in galerije, obiskujejo dogodke in se infiltrirajo v lokalno sceno.

- **digitalni nomadi oz. lovilci ravnotežja**. Ti cenijo ravnotežje med delom in prostim časom, ki ju povezujejo tudi na poti (workation). Iščejo co-working prostore in zanesljiv internet. Izbirajo destinacije s kulturno in zgodovinsko pomembnostjo. V prostem času cenijo naravo, tehnike umiritve in poglobljeno odkrivanje kulture. Celje je lahko idealna destinacija za digitalne nomade.

Kulturne surferje (produkt mestni oddih in gastronomija) in digitalne nomade (produkt workation) zanimajo aktualna kulturna produkcija, kreativne industrije, sodobne umetniške prakse, neodkriti prostori, arhitektura, profilirani in nišni festivali. V ospredje postavljajo avtentično izkušnjo in so-ustvarjanje urbanih prostorov.

2. DRUŽINE Z OTROKI

Izpostavljam tudi družine z otroki in prijaznost do tega segmenta obiskovalcev, saj jim lahko Celje ponudi veliko znamenitosti in dogajanja.




3. ODRASLI BREZ OTROK (DINKS IN SINDROM PRAZNEGA GNEZDA)

Pomemben segment, ki se deli na: **DINKS** (Double Income No Kids) pare z dvojnimi prihodki in brez otrok in **pare s sindromom praznega gnezda**. Ti so stari med 45 in 60 let, dobro izobraženi ter z visokim razpoložljivim dohodkom. Ta skupina lahko potuje izven tradicionalnih sezon v turizmu ter so zanimivi tudi iz vidika desezonalizacije.

4. POSLOVNI OBISK

Segment poslovnih gostov, ki destinacijo obiščejo zaradi dela in predstavljajo velik potencial tudi za vrnitev kot pristočasni obiskovalci. Z nadgrajeno ponudbo so to tudi gostje, s katerimi lahko dvigujemo stopnjo turistične potrošnje v mestu.

Produktno trženje

	DRUŽINE Z OTROKI 	GENERACIJA Y IN Z 	ODRASLI BREZ OTROK (DINKS ali SINDROM PRAZNEGA GNEZDA) 	POSLOVNI OBISK 
Dnevni obisk (zgodovina, sprostitvev)	● ● ●	● ●	●	●
Več kot 2 nočitvi (zgodovina, sprostitvev, kulinarika, aktivnosti v naravi, zabava)	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ●
Tranzit (sprostitvev, kulinarika)	● ● ●	● ●	● ●	● ●

Shema 7: Prioritetne ciljne skupine glede na tip obiska v MOC, Vir: Nea Culpa

3.4. NAČRT UPRAVLJANJA

Usmeritve za upravljanje

Opredeljena vloga občine in destinacijske management organizacije.

Ohranitev in okrepitev destinacijske management organizacije s poudarkom na razvojnih projektih in marketingu. Turizem je interdisciplinarna dejavnost, ki za dobro upravljanje zahteva aktivno sodelovanje občine, njenih služb in podjetij, destinacijske management organizacije ter deležnikov. Upravljanje turizma je zato zahtevno in ni zgolj odgovornost DMO. Za dobro upravljanje destinacije naj se jasno opredelijo pristojnosti in naloge vseh upravljalcev in postavi transparenten način prenosa informacij. Na občinski ravni se izvajajo aktivnosti, ki posegajo v ureditve prostora, okolja in infrastrukture ter večji razvojni projekti, ki potrebujejo usklajevanje različnih občinskih služb ter pridobivanje sredstev iz evropskih virov in ostalih razpisov.

Destinacijska management organizacija na področju turizma izvaja **razvojne aktivnosti** (razvoj krovnih produktov, upravljanje zelene sheme, raziskave, analize ter strategije, sodelovanje pri pripravi novih razvojnih projektov za pridobitev virov), **promocijske in trženjske aktivnosti** (marketing destinacije, lastni kanali, promocijski materiali destinacije, promocijski dogodki, mediji & PR, upravljanje z znamko, B2B dogodki, sejmi in borze), **aktivnosti informiranja** (TIC, vodniška služba, B2B trženje) ter **aktivnosti organizacije izbranih prireditev destinacije in aktivnosti upravljanja znamenitosti** (Celjski grad, Drevesna hiška, Almina hiša). DMO izvaja tudi aktivnosti **mestnega marketinga in regijske aktivnosti v sklopu Dežele Celjske. V novem strateškem obdobju se znotraj DMO vzpostavi koordinacijsko točko za turistični razvoj regije.** Razvojne aktivnosti vzpostavitev regije se v prvi fazi izvajajo na ravni občine.

Zavod Celea Celje poleg aktivnosti DMO izvaja tudi aktivnosti s področja kulture. Skladno s Strategijo razvoja kulture v MOC 2024 – 2027 se izvede »institucionalna reorganizacija javnih zavodov pri kateri se loči dejavnosti turizma in kulture in se intenzivneje poveže upravljanje in predstavljanje kulturne dediščine z izvajanjem kulturnih dogodkov ter galerijske dejavnosti. Reorganizacija se izvede najkasneje do 31. 12. 2025« (Vir: Strategijo razvoja kulture v MOC 2024 – 2027).

Novi modeli upravljanja: DMO – turistično gospodarstvo.

ZCC mora kot destinacijska management organizacija vzpostaviti nove modele povezovanja s ponudniki in še aktivneje vključiti gospodarstvo v shemo upravljanja destinacije:

- 1. **strokovni svet destinacije** = vzpostavitev sveta destinacije sestavljenega iz 5 ponudnikov iz področja gospodarstva, ki deluje kot »think-tank« destinacije. Ponudniki so tudi ambasadorji destinacije, ki spodbujajo razvoj in promocijo turizma na destinaciji.
- 2. **razvoj svetov za medsektorsko sodelovanje:** (1) destinacijski svet za večje prireditve, katerega člani so tudi ključni producenti in organizatorji dogodkov, (2) destinacijski svet za večje športne prireditve, (3) projektni sveti za izvedbo posamičnih projektov (npr. Centralka z razširitvijo za turizem).

Kadrovska okrepitev za razvojne in promocijske aktivnosti destinacijske management organizacije.

Za nova področja ali nadgradnjo aktivnega delovanja destinacijske organizacije bodo potrebne kadrovske okrepitve. Nova področja so: aktiven razvoj krovnih produktov s koordinatorji produktov (mestni oddih in upravljanje s prireditvami Celje vaji, gastronomija, aktiven oddih), načrtno pridobivanje zunanjih virov financiranja, raziskave, obdelava masovnih podatkov ter projekti digitalizacije, upravljanje gradu skladno z razvojnim in promocijskim načrtom, trajnosti in razvojni projekti regije. Usmeritev je, da se zmanjšuje število prireditev v organizaciji DMO in povečuje število sodelovanj s producenti/organizatorji prireditev. Na ta način kadrovsko razbremenimo DMO na področju organizacije prireditev. Ocena je, da bi bilo potrebno za izvajanje dodatnih aktivnosti zagotoviti tri dodatna delovna mesta.

V primeru oblikovanja nove regijske organizacije se lahko v nadaljevanju del aktivnosti (promocija na mednarodnih trgih, razvoj regijskih produktov) prenese na regijsko destinacijsko organizacijo, pri čemer je pomembno, da DMO ohrani primarno vlogo za razvoj in promocijo turizma v Mestni občini Celje.

Usmeritve za ohranitev statusa vodilne destinacije. Celje mora ohraniti status vodilne destinacije Slovenije. Strategija slovenskega turizma 2022 – 2028 opredeljuje pogoje za ohranitev statusa, ki jih bo natančneje opredelil akcijski načrt MGTŠ, ki je v nastanku. Pogoji so med drugim: petletna strategija razvoja (v pripravi), uvedbe strokovnega sveta destinacije, ki vključuje turistično gospodarstvo (glej usmeritve novi modeli upravljanja), DMO – kot samostojna pravna oseba s profesionalno ekipo, zagotovljeno financiranje iz proračuna ustanovitelja 250.000 EUR, opredeljuje tudi razmerje med stroški dela in programom (30 % delo – 70 % program).

Usmeritve za regijsko povezovanje

Regijsko povezovanje na nacionalnem nivoju opredeljuje Strategija slovenskega turizma 2022 – 2028, ki v času nastanka te strategije še nima akcijskega načrta, ki bo natančneje definiral pogoje in naloge regijske DMO. Najuspešnejši model regijskega povezovanja v Sloveniji je Skupnost Julijskih Alp. Gre za združenje, ki ima dolgoletno tradicijo delovanja, jasen model financiranja, dobro upravljanje in predvsem skupen interes partnerskih destinacij, ki je preživel različne nacionalne modele financiranja regijskih destinacijskih organizacij. Celje že upravlja Deželo Celjsko in izvaja destinacijski management za širše regijsko območje (Celje, Dobrna, Kozje, Podčetrtek, Rogaška Slatina, Rogatec, Šmarje pri Jelšah, Šentjur, Štore in Vransko), kar je dobro izhodišče za nadaljnje povezovanje. Aktivnosti so skladno s skupnimi interesi ter viri financiranja v zadnjih letih usmerjene predvsem na skupne nastopne na specializiranih sejmih in dogodkih doma in v tujini.

Na podlagi preteklih izkušenj z ustanavljanjem regijskih destinacijskih organizacij vzpostavitev regijskega povezovanja zastavimo na dveh tirih.

1. Produktno in projektno povezovanje Savinjske regije - aktivna vloga Celja in vzpostavitev koordinacijske točke.

Celje se želi v novem strateškem obdobju pozicionirati kot središče Savinjske regije, zato prevzema aktivno vlogo pri razvoju nekaterih skupnih projektov regije (regijski TIC, regijska kolesarska karta, regijski gastronomski dogodek itd.). S projekti, ki so v skupnem interesu, vzpostavlja partnerske povezave in dviguje svoj ugled kot vodilni partner. Izvaja jih v sodelovanju z vsemi zainteresiranimi DMO ter Razvojno agencijo Savinjske regije. V ta namen se vzpostavi koordinacijska točka za RDO Savinjske regije znotraj destinacijske organizacije Celje.

2. **Vzpostavitev modela regijskega povezovanja z izbranimi DMO-ji in občinami iz Savinjske regije.**

Skladno z usmeritvami nacionalne strategije zastaviti model regijskega povezovanja: 1. identifikacija partnerjev in vzpostavitev zaveze partnerjev, ki bodo izrazili interes vstopa v skupno regijsko povezavo, 2. oblikovanje modela sodelovanja z opredelitvijo ključnih področij regijskega povezovanja, nalog in načinov financiranja, 3. priprava strategije, ki bo dokončno definirala model sodelovanja ter ukrepe za razvoj in trženje.

Pri načrtovanju aktivnosti regijskega povezovanja je potrebno upoštevati, da se krovni produkti Celja (kulturni in aktivni mestni

oddih in pozicija (zgodovinsko mesto za sodobna doživetja) razlikujejo od ostalih vodilnih produktov regije (terme in zdravilišča, outdoor), zato je pomembno, da za kontinuiran razvoj turizma v občini skrbi okrepljena DMO. (Primer dopolnjevanja aktivnosti lokalne turistične organizacije ter regijske organizacije = Gradec (DMO) in Štajerska (RDO)). Izbrane krovne produkte: industrija srečanj in športni turizem, razvija na regijskem nivoju. Pri načrtovanju novega modela je potrebno natančno opredeliti aktivnosti DMO in RDO ter aktivno sodelovanje obeh.

CELJE – TRAJNOST

Mestna občina Celje je nosilka znaka Slovenia Green Silver, ki v novem obdobju cilja na znak **Slovenia Green Gold**.

Dopolnitev Akcijskega načrta trajnosti (2022 -2025) z aktivnostmi do l. 2029 = Priprava načrta aktivnosti za trajnostni razvoj destinacije skladno z usmeritvami in kriteriji Zelene sheme Slovenije, ki vključuje vse stebre trajnosti (družbeno-kulturni steber, ekonomski steber, okoljski steber). Posebni poudarek na naj bo na naslednjih aktivnostih:

- Izračun nosilne zmogljivosti turistov na Celjskem gradu, redno spremljanje podatkov in priprava ukrepov za upravljanje obiska v času vrhuncev.
- Vzpostavitev sistema merjenja obiskovalcev na 2-3 točkah v mestnem jedru
- Identifikacija obstoječih in potencialnih negativnih učinkov turizma na kulturno dediščino, priprava načrta ukrepov za preprečevanje le teh.
- Identifikacija gastronomskih posebnosti destinacije.
- Redno spremljanje zadovoljstva prebivalcev s turističnim razvojem (Glej vključevanje prebivalcev).

CELJE – TRAJNOST

- Redno spremljanje kazalnika števila ponudnikov nastanitvah, poudarek na privatnih nastanitvah, priprava ustreznih ukrepov v primeru hitre rasti in spremljanje novosti v nacionalni zakonodaji.
- Vključevanje nesnovne dediščine v turistično ponudbo destinacije.

Izbor projektov strategije:

- Dopolnitev Akcijskega načrta Slovenia Green 2022 - 2025 z načrtom do l. 2029.
- Izvedba aktivnosti, potrebnih za pridobitev znaka Slovenia Green Gold.
- Spodbujanje ponudnikov za vključitev v Zeleno shemo slovenskega turizma (serija delavnic na temo trajnosti za posamične tipe ponudnikov, informacije o razpisu za povračilo sredstev za pridobitev certifikata).
- Priprava priročnika za organizacijo trajnostnih prireditev v Mestni občini Celje in vključitev zahtev priročnika v razpise sofinanciranja MOC.
- Izvedba enega razvojnega projekta na temo trajnosti z namenom dviga prepoznavnosti Celja kot trajnostne destinacije.
- Načrt vključevanja trajnosti v komunikacije (rubrika trajnost v B2B novičniku, kampanja za spodbujanje trajnostnega delovanja obiskovalcev in turistov).

CELJE - TURISTIČNI POSPEŠEVALNIK

Dopolniti javni razpis za dodeljevanje pomoči za razvoj gospodarstva v Mestni občini Celje 2023 za aktivnosti na področju turizma, ki bodo prispevale k uresničevanju strateških ciljev Strategije razvoja turizma v MOC 2024 – 2029. Sodelovanje z Razvojno agencijo Savinjske regije ter spodbujevalniki gospodarstva (Inkubator Savinjske regije). Izkoristiti priložnost enega največjih nacionalnih sejemskega dogodkov za turizem (MOS) za promocijo turističnega sektorja.

Izbor projektov strategije:

- Oblikovanje rednega letnega poziva z nagradnim fondom (cca 1.000 EUR) za najboljši nov inovativni produkt in/ali vodenje za MSP-je, vodnike.
- Razširitev predmeta razpisa za nakup in montažo nove urbane (zunanje) opreme, prenove ter opremljanja obstoječe zunanje opreme z destinacijsko/mestno znamko (npr. senčniki, stojnice, zunanji točilni pulti).
- Razširitev predmeta razpisa za nastanitve za specializacijo oz. prilagoditev nastanitvev za kolesarstvo, pohodništvo in/ali ribištvo.
- Razširitev predmeta razpisa za pridobitev trajnostnih certifikatov za nastanitve, ponudnike kulinarike ter znamenitosti.
- Razširitev predmeta razpisa za družinam prijazne prilagoditve (npr. nakup igral in druge opreme).
- Razširitev razpisa za spodbudo privatnih iniciativ za razvoj produkta kolesarstva.

CELJE – VAJB

Po uspešnem zagonu raznovrstnih aktivnosti v starem mestnem jedru je v novem strateškem obdobju potrebno narediti preskok pri načrtovanju in izvajanju prireditev. Naslednji korak je oblikovanje strateškega načrta prireditev, ki bo na podlagi analize stanja opredelil potencialne in cilje posamičnih prireditev v organizaciji občine in DMO-ja, doseg prireditev (lokalni, regijski, nacionalni), načrt razvoja ključnih prireditev, načine financiranja in modele sodelovanja s producenti/organizatorji prireditev ter oblikovanje letnega koledarja. Finančne, kadrovske in promocijske vire vlagamo v izbrane prireditve z (regijskim) nacionalnim dometom, ki podpirajo strateške cilje strategije.

Izbor projektov strategije:

- Priprava strateškega in operativnega načrta prireditev v Celju.
- Oblikovanje celoletnega koledarja prireditev, ki vključuje nosilne prireditve MOC in DMO, Celjskega sejma, športne prireditve in ostale prireditve, ki so motiv za prihod obiskovalcev in/ali imajo nacionalno/mednarodno odmevnost.
- Konceptualna zasnova in razvoj prireditve Popotniški festival Alme Karlin, katere namen je pozicioniranje Celja kot sodobnega mesta.
- Izbor gastronomskih aktivacij v mestu za lokalne prebivalce ter regijo in letni plan gastronomskih prireditev, ki vključuje tudi gastronomski festival Savinjske.
- Spodbujanje nadaljnega razvoja ter promocije rekreativnih prireditev z nacionalnim in mednarodnim potencialom.

CELJE – DIGITALIZACIJA

V naslednjem obdobju je predviden premik v zbiranju in uporabi masovnih podatkov ter digitalizaciji trženjskih aktivnosti. Z dobrim upravljanjem lahko Mestna občina Celje poveže digitalne rešitve ključnih partnerjev.

Izbor projektov strategije:

- Razvoj turistične kartice/aplikacije (CEntralka – Celje Welcome card).
- Skupna mestna prodajna platforma, integrirana v destinacijski portal za nakup vstopnic preko spleta (Celjski grad, Šmartinsko jezero, muzeji in galerije, vodenja).
- Vzpostavljena destinacijske platforme za enotno zbiranje podatkov o obiskovalcih v celjskih kulturnih institucijah ter znamenitostih in redna obdelava podatkov.
- Enotna informacijska točka za razpoložljivost športnih kapacitet (digitalna platforma ali koordinator razpoložljivosti športnih kapacitet).
- Uporaba digitalnih rešitev za kolesarske, pohodniške ter druge poti.
- Spodbujanje digitalizacije v muzejih ter vključevanje digitaliziranih vsebin na grad – skladno s celostnim konceptom razvoja gradu.

VKLJUČEVANJE PREBIVALCEV

Skrb za zadovoljstvo prebivalcev je osrednja nit strategije od njenega nastanka (anketa nr. 289) do različnih ukrepov ter trženjskih aktivnosti destinacije.

Izbor projektov strategije:

- Nadaljevanje izvajanja anket o zadovoljstvo prebivalcev. Razširitev anket na dodatna vprašanja v zvezi z večjimi razvojnimi projekti MOC na področju turizma.
- Vključevanje društev, šol in lokalne skupnosti v aktivnosti destinacije.
- Celoten koncept trženjskih aktivnosti, ki temelji na vključevanju prebivalcev (npr. priporočila prebivalcev /Primer: [The Local's guide to Oslo](#))
- Ohranitev dosedanje cenovne politike na znamenitosti Celjski grad, ki prebivalcem Celja nudi nižjo ceno.
- Ambasadorji Celja. Vzpostavitev sodelovanja s kulturnimi, športnimi, gospodarskimi in drugimi organizacijami ter strokovnimi društvi, ki lahko v sodelovanju z DMO predstavljajo in promovirajo Celje. Letni izbor ambasadorjev Celja med društvi, zavodi in interesnimi organizacijami.

SODELOVANJE Z DELEŽNIKI

Vzpostavitev redne komunikacije z deležniki destinacije. Cilj je oblikovanje skupnosti ponudnikov (gastronomija, nastanitve, znamenitosti), ki bodo vpete v upravljanje destinacije ter zagotoviti potreben pretok informacij.

Izbor projektov strategije:

- Eno močno letno srečanje ponudnikov destinacije ter regije Savinjska po vzoru turističnih forumov.
- E-novičnik za ponudnike na destinaciji (1x mesečno) po vzoru TTA novic Slovenske turistične organizacije. Zbirnik vseh novosti na destinaciji, destinacijskega koledarja, napovedi večjih prireditev in promocijskih aktivnosti DMO itd.
- Razvoj koncepta ambasadorjev destinacije, ki promovirajo turistično panogo na destinaciji (mladi, šole) ter jo predstavljajo navzven.
- Študijske ture in izobraževanja za vodnike, informatorje in promotorje o novostih destinacije in regije Savinjska.
- Redni evalvacijski sestanki po izvedbi večjih skupnih projektov (Poletje v Celju, Pravljično Celje, Okusi Celja).

RAZISKAVE

Dodatne raziskave ter uporaba masovnih podatkov za spremljanje rasti in razvoja turizma in njegovega upravljanja ter za razumevanje turističnih tokov ter načrtovanja trženja. Izvajanje rednih raziskav za Zeleno shemo Slovenije med domačimi in tujimi gosti.

Izbor projektov strategije:

- Na destinaciji je potrebno začeti spremljati potrošnje in značilnosti tujih gostov. Raziskava na dve leti o značilnostih tujih obiskovalcev (namen obiska, potrošnja, vrsta nastanitve, oblika prevoza ...).
- Dodatna raziskava: Analiza percepcije Celja na osnovi komunikacije uporabnikov spleta in družbenih omrežij.
- Razvoj skupnih platform (glej digitalizacija) bo omogočal analizo masovnih podatkov in številne dragocene informacije (npr. spremljanje dnevnega obiska na destinaciji, spremljanje gibanja obiskovalcev itd.). Uporaba podatkov za načrtovanje aktivnosti.
- Raziskava med obiskovalci sejma za identifikacijo njihovih potreb ter usmeritev za razvoj ponudbe za ciljno skupino razstavljalcev in obiskovalcev sejma.
- Spremljanje odzivov znamenitosti na portalih (TripAdvisor, Google maps).

AKTIVNOSTI INFORMIRANJA

DMO izvaja pomembno aktivnost turističnega informiranja za obiskovalce. Zavod Celeia Celje zagotavlja obiskovalcem podporo in informacije v dveh turistično informacijskih centrih. TIC Celje se nahaja na Glavnem trgu 17, TIC Celjski grad pa na Celjske gradu. TIC v mestnem središču je v letu 2022 obiskalo 5.864 obiskovalcev, njegova pomanjkljivost je umeščenost za in situ prezentacijo rimskih izkopenin ter neustrezna označenost, ki zaradi omejitev kulturne dediščine ni dovolj vidna za obiskovalce. V novem obdobju bo potrebno preučiti možnosti za prestavitev TIC-a v središču mesta na bolj vidno mesto ter večjo diferenciacijo obeh TIC-ov. Mestni TIC lahko prevzame vlogo regijskega TIC-a,

Izbor projektov strategije:

- Sprememba obstoječega TIC-a v središču mesta v TIC Savinjske. Preučitev možnosti prostorske rešitve, modela financiranja ter izobraževanje informatorjev za celotno Savinjsko regijo.
- TIC na Celjskem gradu in ohranitev delovnih časov gradu.
- Vzpostavitev kolesarske informacijske točke (DMO ali v sodelovanju s privatnim sektorjem).

3.5. IZBRANI PROJEKTI PRVE PRIORITETE

<p>Celje vajib Letni koledar nosilnih festivalov, športnih, kulturno-umetniških in sejemskih dogodkov. Promocija koledarja.</p>	<p>Celjski turistični pospeševalnik. Razpisi za podjetniški sektor za spodbujanje razvoja turističnih produktov in manjših investicij.</p>	<p>Urbana, avtentična ponudba za sodobne obiskovalce in ponudba za družine. Vključevanje obstoječe ponudbe, razvoj nove in povezovanje ter skupno trženje. Vzpostavitev družinam prijaznih točk na destinaciji.</p>	<p>Popotniški festival Alme Karlin. Oblikovanje sodobnega festivala umetnosti, kulture, ustvarjalnosti in gastronomije z osrednjo temo popotovanj po Sloveniji in svetu.</p>
<p>Gastronomski festival Savinjske Oblikovanje nacionalno prepoznavnega gastronomskega dogodka, kjer Celje gosti partnerje v dobavni verigi gostinstva iz celotne Savinjske regije.</p>	<p>Celjska tržnica. Promocija tržnice ter razvoj aktivacij za popoldanske aktivnosti na tržnici. Celjski "Food corner" na tržnici z redno ponudbo različne hrane ter oživitve prostora Pod Kostanjem nasproti tržnice z dogodki, povezanimi z gastronomijo.</p>	<p>Destinacijsko sodelovanje ob večjih dogodkih Celjskega sejma. Vzpostavitev rednega destinacijskega sodelovanja med Mestno občino Celje, Zavodom Celeia Celje ter Celjskim sejmom.</p>	<p>Celje kot kolesarsko središče za raziskovanje destinacije in Savinjske regije. Izdelava GPS podlag za obstoječe kolesarske poti na destinaciji in mapiranje regijskih kolesarskih poti z izhodiščem v Celju. Priprava promocijskih materialov.</p>
<p>Enotna informacijska točka za razpoložljivost športnih kapacitet. To je digitalna platforma ali koordinator razpoložljivosti športnih kapacitet.</p>	<p>Spremljanje kandidatur in rezultatov za večja tekmovanja ter oblikovanje sveta, ki vključuje tudi DMO v primeru pridobitve večjih tekmovanj.</p>	<p>Oblikovanje ponudbe za workation. Identifikacija co-working prostorov, co-living prostorov oz. ustreznih nastanitve ter kavarn za delo in oblikovanje privlačne e-predstavitve na spletni strani visitCelje in vpis na mednarodne platforme.</p>	<p>Priprava projektov za privatne investicije v nastanitve, priprava investicijskih informacij ter oblikovanje spletnega kataloga (hotel s 4 zvezdicami in 50+ sobami, butični hotel, kamp/glamping ob Šmartinskem jezeru).</p>
<p>Celostni strateški načrt razvoja in upravljanja Celjskega gradu in izvedba prvih aktivnosti.</p>	<p>Ureditev dveh Grajskih poti na Celjski grad z dodatno infrastrukturo. Geološka in Panoramska pot.</p>	<p>Enoten sistem označevanja na destinaciji za usmerjevalne table, vstopne točke ter pohodniške in kolesarske poti. Usmerjevalne table v središču mesta v peš coni ter table za označitev poti do osrednjih znamenitosti mesta iz glavnih vpadnic.</p>	<p>Preučitev možnosti za spremembo Celjske koč v kolesarski oz. outdoor hotel, idejna zasnova in projektna dokumentacija.</p>
<p>Razširitev območij za obisk gostov na obrežja Savinje in Mestnega parka. Umeščanje urbane opreme v prostor in dvig privlačnosti javnega prostora.</p>	<p>Skupen razvoj destinacijske in mestne znamke CELJE.</p>	<p>Centralka – Celje Welcome card. Turistična kartica Celja, ki koristi platformo obstoječe kartice Centralka.funkcijo.</p>	<p>E–Celje – Prenovljeno spletno mesto visitcelje.eu, s promocijsko, produktno in prodajno funkcijo.</p>
<p>Reorganizacija destinacijske management organizacije in ohranitev statusa vodilne destinacije.</p>	<p>Pridobitev znaka Slovenia Green Gold in pridobitev certifikata Slovenia Green Attraction za Celjski grad. Celostni Akcijski načrt za trajnost z aktivnostmi do l. 2029.</p>	<p>Produktno in projektno povezovanje Savinjske regije in vzpostavitev koordinacijske točke za RDO.</p>	<p>Vzpostavitev modela regijskega povezovanja z izbranimi DMO-ji in občinami iz Savinjske regije.</p>

4. FINANČNI OKVIR S SCENARIJI

Turistična strategija nastaja v obdobju okrevanja po pandemiji, Slovenija je po podatkih iz l. 2023 okrevala hitreje od evropskega in svetovnega povprečja. Po oceni UNWTO naj bi globalni turizem polno okrevanje dosegel v l. 2024. Leto 2023 je bilo za slovenski turizem celo uspešnejše kot rekordno l. 2019. Spodbudni rezultati se bodo odrazili tudi v podjetniškem sektorju, pri čemer je pomembno, da Mestna občina Celje zagotovi podporno okolje za razvoj panoge turizma, ki je pomemben multiplikator v lokalnem okolju. Pozitiven trend je priložnost za turističen preboj destinacije Celje, ki ga mora, če želi obdržati korak z ostalimi konkurenčnimi destinacijami, nujno realizirati v tem strateškem obdobju. Za izvedbo akcij in projektov nove strategije bo potrebno zagotoviti občinske kot tudi zunanje vire financiranja (EU, RS, zasebni in tržni viri).

OBSTOJEČE FINANCIRANJE RAZVOJA TURIZMA

Mestna občina Celje javna sredstva za financiranje turizma zagotavlja iz različnih proračunskih postavk. V letu 2023 je MOC za transfer javnemu Zavodu Celeia Celje namenila 1.118.942 EUR. Zavod za kulturne prireditve in turizem Celeia Celje je javni zavod, ki ga je ustanovila Mestna občina Celje v letu 2005 z združitvijo dveh zavodov, zato ima dvojno poslanstvo. Opravljanje kulturnih in turističnih dejavnosti. Ocena je, da zavod od javnih sredstev, ki jih pridobi od Mestne občine Celje, 68 % sredstev nameni za opravljanje turistične dejavnosti, to je v letu 2023 znašalo 764.139 EUR. V celoten znesek sofinanciranja zavoda je vključena tudi realizacija dveh največjih prireditev na destinaciji: Pravljično Celje s silvestrovanjem in Pravljično deželo in Poletje v Celju.

Mestna občina Celje poleg financiranja javnega zavoda ZCC, ki opravlja funkcijo destinacijske management organizacije del sredstev za turizem nameni neposredno iz proračuna MOC. V oceni smo upoštevali sredstva za turizem v ožjem pomenu, sredstva na postavki za turizem v proračunu MOC ter drugih postavkah, ki so namenjene namensko za turizem (npr. članstvo v Združenju zgodovinskih mest, del sredstev za javni razpis gospodarstva, ki je namenjen MSP).

Mestna občina Celje je za turizem v letu 2023 zagotovila 1.039.062 EUR sredstev. Za leto 2024 je za turizem predvidenih 1.067.770 EUR, torej primerljivo z letom 2023.

TRIJE SCENARIJI DVIGA REDNEGA FINANCIRANJA RAZVOJA TURIZMA

Za ohranjanje konkurenčnosti Celja kot turistične destinacije v Slovenskem in mednarodnem prostoru bo potrebno zagotoviti dvig rednega financiranja destinacijske management organizacije, ki je poleg Mestne občine Celje nosilec ukrepov strategije. Pripravili smo tri scenarije razvoja glede na izhodiščno leto 2023. Prvi je minimalen scenarij je brez razvojne vzpodbude in zagotavlja ohranjanje obstoječega stanja, drugi scenarij zagotavlja razvoj posamičnih segmentov turistične ponudbe, tretji ambiciozen scenarij je razvojno naravnano. Zavod Celeia Celje skoraj 40 % sredstev pridobi iz zunanjih virov financiranja (EU, RS, zasebni in tržni viri), z dodatnimi zagotovljenimi viri, izvajanjem strateških usmeritev ter kadrovske okrepitvijo bo lahko delež zunanjih virov še povečal.

Scenarij 1: Minimalen scenarij brez razvojne spodbude

	Izhodiščna vrednost: realizacija 2023	2025	2026	2027	2028	2029
Sredstva za turizem MOC (EUR)	1.039.062	1.059.843	1.081.040	1.113.471	1.146.875	1.181.282
Medletno povečanje 2 % - 3 %		2 %	2 %	3 %	3 %	3 %

Scenarij 2: Razvoj posameznih segmentov turistične ponudbe

	Izhodiščna vrednost: realizacija 2023	2025	2026	2027	2028	2029
Sredstva za turizem MOC (EUR)	1.039.062	1.080.624	1.123.849	1.180.042	1.239.044	1.313.387
Medletno povečanje 4 % - 6 %		4 %	4 %	5 %	5 %	6 %

Scenarij 3: Spodbuden scenarij

	Izhodiščna vrednost: realizacija 2023	2025	2026	2027	2028	2029
Sredstva za turizem MOC (EUR)	1.039.062	1.111.796	1.189.622	1.272.896	1.361.998	1.470.958
Medletno povečanje 7 % - 8 %		7 %	7 %	7 %	7 %	8 %

FINANCIRANJE REALIZACIJE PROJEKTOV PRVE PRIORITETE S STRANI MOC

Strategija je realno zastavljena in ima jasno opredeljene prioritete prve, druge in tretje kategorije. Akcijski načrt in finančni okvir smo pripravili za izvedbo projektov prve prioritete. Za projekte druge in tretje prioritete se postopoma pripravljajo razvoj, dokumentacija in zagotavljajo viri, MOC jih vključuje v letne programe po presoji ekipe za izvajanje strategije.

Izvajanje zastavljene strategije bo odvisno od finančnih in kadrovskega virov ter tudi odziva deležnikov in nepredvidljivih zunanjih okoliščin. Zato smo opredelili dva finančna scenarija za realizacijo projektov prve prioritete.

POMEMBNA IZHODIŠČA ZA FINANČNI OKVIR

V prvi vrstici so redna sredstva, ki jih MOC namenja za turizem, za katere smo predvideli medletno povečanje od 2 – 3 % in od 4 – 6 % (glej scenarij 1 in 2 na strani 68). V drugi vrstici so sredstva za izvedbo projektov prve prioritete. Okvirna vrednost projektov prve prioritete znaša 3.610.500,00 EUR. Za izvedbo projektov smo predvideli 40 % sofinanciranje iz EU in RS virov, to je 1.444.200,00 EUR.

- **Scenarij 1** predvideva 70 % realizacijo projektov prve prioritete in medletno povečanje rednega financiranja DMO med 2 - 3 %.
- **Scenarij 2** predvideva 90 % realizacijo projektov prve prioritete in medletno povečanje rednega financiranja DMO med 4 – 6 %.

Dodatna izhodišča:

- **Izvedba investicijskih projektov ni vključena v finančni okvir.** Stroški ocene projektov vključujejo idejno zasnovo, projektno dokumentacijo, izvedbo pilotnih dogodkov in digitalnih rešitev, ne vključujejo infrastrukturnih investicij, ki bodo nastale na podlagi teh rešitev. Te bo potrebno pripraviti na podlagi projektne dokumentacije. Po znani finančni konstrukciji investicij ter predvidenim časom izvedbe, se naknadno vključujejo v letne finančne načrte občine ter ostalih institucij MOC, ki delujejo na področju turizma.
- **Zasebne naložbe niso** del strategije, zanje so podane le usmeritve ter spodbude v obliki mikro razvojnih subvencij (Glej Celjski turistični pospeševalnik), predviden je dvig sredstev za spodbujanje turističnega gospodarstva na destinaciji iz 45.000 na 75.000 letno.
- **Celotna ocenjena vrednost izvedbe projektov prve prioritete je enakomerno razdeljena na 5 let** (od l. 2025 do l. 2029).
- V izbranih projektih so ovrednotene le **novе akcije**, ki jih je potrebno uvesti za realizacijo izbranih projektov prve prioritete, ostale aktivnosti se financirajo iz rednih sredstev namenjenih za delovanje ZCC.
- MOC IN ZCC bosta **uspešna pri pridobivanju zunanjih virov** za realizacijo projektov.

Finančni okvir za dva scenarija za realizacijo projektov prve prioritete

Scenarij 1: Ohranitev današnje ravni konkurenčnosti

(vključuje 2 % -3 % letno rast in 70 % realizacijo projektov 1. prioritete)

	Ocenjena vrednost v EUR za l. 2025	Vrednost do l. 2029 (proračun MOC)
Proračun MOC - financiranje obstoječih aktivnosti turizma neposredno iz proračuna MOC	1.059.843	1.181.282
Proračun MOC - LETNO sofinanciranje projektov 1. prioritete 70% realizacija	303.282	303.282
SKUPAJ na letni ravni	1.363.125	1.484.564

Scenarij 2: Preboj na posameznih segmentih turistične ponudbe

(vključuje 4 % - 6 % letno rast od l. 2025, 90 % realizacijo projektov 1. prioritete)

	Ocenjena vrednost v EUR za l. 2025	Vrednost do l. 2029 (proračun MOC)
Proračun MOC - financiranje obstoječih aktivnosti turizma neposredno iz proračuna MOC	1.080.624	1.313.387
Proračun MOC - LETNO sofinanciranje projektov 1. prioritete 90% realizacija	389.934	389.934
SKUPAJ na letni ravni	1.470.558	1.703.321

5. AKCIJSKI NAČRT

	PROJEKTI ZA PRESKOK PRVE PRIORITETE	Nosilci	2024	2025	2026	2027	2028	2029
1	Celje vajib Letni koledar nosilnih festivalov, športnih, kulturno-umetniških in sejmskih dogodkov. Promocija koledarja.	ZCC, MOC, organizatorji dogodkov	X					
2	Celje turistični pospeševalnik. Razpisi za podjetniški sektor za spodbujanje razvoja produktov in manjših investicij.	MOC	X					
3	Urbana, avtentična ponudba za sodobne obiskovalce in ponudba za družine. Vključevanje obstoječe ponudbe, razvoj nove in trženje. Vzpostavitev družinam prijaznih točk.	ZCC, MOC, ponudniki	X					
4	Popotniški festival Alme Karlin. Oblikovanje sodobnega festivala umetnosti, kulture, ustvarjalnosti in gastronomije z osrednjo temo popotovanj po Sloveniji in svetu.	MOC, ZCC, partner				X		
5	Gastronomski festival Savinjske Oblikovanje nacionalno prepoznavnega gastronomskega dogodka, kjer Celje gosti partnerje v dobavni verigi gostinstva iz celotne Savinjske regije.	ZCC, MOC, ponudniki			X			
6	Celjska tržnica. Promocija tržnice ter razvoj aktivacij za popoldanske aktivnosti na tržnici. Celjski "Food corner" na tržnici z redno ponudbo ulične hrane ter oživitve prostora Pod Kostanjem nasproti tržnice z dogodki, povezanimi z gastronomijo.	ZCC, MOC, ponudniki						
7	Destinacijsko sodelovanje ob večjih dogodkih Celjskega sejma. Vzpostavitev rednega sodelovanja med Mestno občino Celje, Zavodom Celeia Celje ter Celjskim sejmom in sodelovanje pri večjih dogodkih Celjskega sejma.	ZCC, Celjski sejem, MOC			X			
8	Celje kot kolesarsko središče za raziskovanje Savinjske regije. Izdelava GPS podlag za obstoječe kolesarske poti na destinaciji in mapiranje regijskih kolesarskih poti z izhodiščem v Celju. Priprava promocijskih materialov.	ZCC, RSAR		X				
9	Enotna informacijska točka za razpoložljivost športnih kapacitet. To je digitalna platforma ali koordinator razpoložljivosti športnih kapacitet.	MOC, ZPO				X		
10	Spremljanje kandidatur in rezultatov za večja tekmovanja ter oblikovanje sveta za športni turizem, ki vključuje tudi DMO v primeru pridobitve večjih tekmovanj.	MOC, ZCC		X				
11	Oblikovanje ponudbe za workation. Identifikacija co-working prostorov, co-living prostorov oz. ustreznih nastanitev ter kavarn za delo in oblikovanje privlačne e-predstavitev na spletni strani ter vpis na mednarodne portale.	ZCC			X			
12	Priprava projektov za privatne investicije v nastanitve, priprava investicijskih informacij ter oblikovanje spletnega kataloga (hotel s 4 zvezdicami in 50+ sobami, butični hotel, kamp/glamping ob Šmartinskem jezeru).	MOC		X				
13	Celostni strateški načrt razvoja in upravljanja Celjskega gradu in prve aktivnosti.	MOC, ZCC			X			
14	Ureditev treh Grajskih poti na Celjski grad z dodatno infrastrukturo.	MOC, ZCC	X					
15	Enoten sistem označevanja na destinaciji za usmerjevalne table, vstopne točke ter pohodniške in kolesarske poti. Usmerjevalne table v središču mesta v peš coni ter table za označitev poti do osrednjih znamenitosti iz glavnih vpadnic.	MOC, ZCC				X		

16	Preučitev možnosti za spremembo Celjske kočje v kolesarski oz. outdoor hotel , idejna zasnova in projektna dokumentacija.	MOC, ZPO		X				
17	Razširitev območij za obisk gostov na obrežja Savinje in Mestnega parka ter umeščanje urbane opreme v prostor za dvig privlačnosti javnega prostora.	MOC			X			
18	Skupen razvoj destinacijske in mestne znamke CELJE . Vpeljava nove znamke v vse komunikacijske kanale in orodja destinacije Celje.	MOC, ZCC	X					
19	Centralka – Celje Welcome card . Turistična kartica Celja, ki koristi platformo obstoječe kartice Centralka.	MOC, ZCC, ZPO, muzeji, Tehnopark				X		
20	E – Celje : Prenovljeno spletno mesto visitcelje.eu s promocijsko, produktno in prodajno funkcijo.	ZCC				X		
21	Reorganizacija destinacijske organizacije in ohranitev statusa vodilne destinacije.	MOC, ZCC		X				
22	Pridobitev znaka Slovenia Green Gold in znaka Slovenia Green Attraction za Celjski grad	MOC, ZCC		X				
23	Produktno in projektno povezovanje Savinjske regije in vzpostavitev koordinacijske točke za RDO .	ZCC, MOC, RSAR		X				
24	Vzpostavitev modela regijskega povezovanja z izbranimi DMO-ji in občinami iz Savinjske regije .	MOC, ZCC					X	

6. SPREMLJANJE IZVAJANJA STRATEGIJE

Strategija razvoja turizma v Mestni občini Celje 2024 – 2029 je krovni strateški dokument za razvoj in promocijo destinacije Celje, pripravo razvojnih projektov ter financiranje na področju turizma. Strategija razvoja turizma ima veljavnost do leta 2029, nekateri projekti so zastavljeni dolgoročno z zaključkom v letu 2031. Usmeritve strategije predstavljajo izhodišče za pripravo letnih načrtov DMO in strokovno podlago za načrtovanje in izvajanje ostalih politik v Mestni občini Celje (kulturne, športne, prostorske, okoljske, gospodarske politike).

Za izvajanje strategije sta zadolžena javni in zasebni sektor. Od javnega sektorja predvsem: MOC, ZCC oz. DMO, drugi občinski javni zavodi, podjetja in upravljalci javne turistične in druge infrastrukture, predvsem: ZPO Celje, Pokrajinski muzej Celje, Muzej novejše zgodovine Celje, Tehnopark Celje.

Za **spremljanje izvajanja strategije se oblikuje ekipa**, sestavljena iz predstavnikov MOC in DMO, predstavnikov strokovnega sveta DMO (podjetniški sektor), predstavnika Muzeja novejše zgodovine Celje, predstavnika ZPO in predstavnika Tehnoparka Celje. Za operativno

spremljanje izvajanja strategije razvoja je zadolžen DMO, ki pripravi izhodišča za srečanja strateške ekipe. **Stanje izvajanja strategije se preverja enkrat letno**, takrat se pripravi pregled izvedenih aktivnosti, opredelitev odstopanj s predlogom za spremembo, omilitev tveganj oz. pospešitev izvajanja strategije v primeru večjih zaostankov in načrt za prihodnje leto. **Na polovici izvajanja strategije leta 2026 priporočamo vmesno evalvacijo izvajanja strategije** in sprejetje odločitve o morebitni novelaciji strategije.

Ključni elementi spremljanja izvajanja strategije so:

- doseganje strateških kvalitativnih in kvantitativnih ciljev in kazalnikov;
- stanje realizacije izbranih projektov za preskok (priprava, zagotovitev financiranja, izvajanje);
- stanje načrta naložb (priprava, zagotovitev financiranja, izvajanje);
- stanje izvajanja aktivnosti za razvoj krovnih produktov, trženja in upravljanja.

7. UPORABLJENE KRATICE

DMO = Destinacijska management organizacija

MOC = Mestna občina Celje

MNZC = Muzej novejšje zgodovine Celje

PMC = Pokrajinski muzej Celje

RDO = Regionalna destinacijska organizacija

RSAR = Razvojna agencija Savinjske regije

STO = Slovenska turistična organizacija

ZCC = Zavod Celeia Celje

8. VIRI

Celostna prometna strategija Mestne občine Celje, 2017

E17 Living Cities, CELJE, The promise of inhospitable lands, Europan 17, Celje, [Celje \(SI\) - Site | European-Europe.eu](#), 15.7.2023

Mestna občina Celje. Trajnostna urbana strategija Mestne občine Celje, 2015

Mestna Občina Celje, Letno poročilo 2021, 2021

Mestna Občina Celje, Letno poročilo 2022, 2022

Muzej novejšje zgodovine Celje, Letno poročilo 2022, 2022
Pozicioniranje mesta Celje. Podoba in pozicioniranje mesta CELJE – sklop turizem, raziskava med splošno populacijo Slovenije in prebivalci Mestne občine Celje, Valicon 2023

Program za kulturo Mestne občine Celje 2014 -2020, 2014

Pokrajinski muzej Celje, Letno poročilo 2022, 2022

Preteklost knežjega mesta, www.celje.si/sl/content/preteklost-kne%C5%BEjega-mesta, 24. 7. 2023

Turizem v številkah 2022, Slovenska turistična organizacija, 2023, www.slovenia.info/uploads/dokumenti/tvs/2022/2023_04_STO_TVS_2022_SLO_web.pdf, 15. 7. 2023

Tehnopark Celje, Letno poročilo 2022, 2022

Smernice v podporo trženju dvoletne tematike Umetnost & kultura 2024-2025, 2023, [Ključni dokumenti STO | I feel Slovenia](#)

Strategija slovenskega turizma 2022–2028, maj 2022, www.gov.si/assets/ministrstva/MGTS/Dokumenti/DTUR/Nova-strategija-2022-2028/Strategija-slovenskega-turizma-2022-2028-dokument.pdf, 10. 7. 2023

Strategija razvoja in trženja turizma v Mestni občini Celje 2019 -2023, 2019

Strategija razvoja gospodarstva Mestne občine Celje 2021 – 2027, 2021

Strategija razvoja kulture v MOC 2024 – 2027 z usmeritvami do leta 2023 (osnutek za javno obravnavo iz dne 15.2.2023)

Regionalni razvojni program Savinjske razvojne regije 2021 - 2027, 2022
Zavod Celeia Celje, Letno poročilo 2019, 2019

Zavod Celeia Celje, Letno poročilo 2020, 2020

Zavod Celeia Celje, Letno poročilo 2021, 2021

Zavod Celeia Celje, Letno poročilo 2022, 2022

