



Strategija razvoja turizma v občini Vrhnika

Za obdobje 2015-2020

Pripravila: Marija Zakrajšek, Zavod Ivana Cankarja za kulturo,
šport in turizem Vrhnika



Vrhnika, 2013-14

UVOD	2
ANALIZA	3
SPLOŠEN ORIS STANJA.....	3
ANALIZA STANJA TURISTIČNE PONUDBE NA VRHNIKI	4
PRIMARNA TURISTIČNA PONUDBA	4
SEKUNDARNA TURISTIČNA PONUDBA	6
KDO SO OBISKOVALCI VRHNIKE?	14
KATERI SO OBSTOJEČI MOTIVI ZA OBISK VRHNIKE?.....	14
KATERE OBISKOVALCE ŽELIMO PRIVABITI, DA BO KRAJ (ZA)ŽIVEL KOT TURISTIČNA DESTINACIJA?	15
KDO SO OBSTOJEČI OBISKOVALCI VRHNIKE?	15
IDENTITETA VRHNIKE	16
KAKO NAPREJ?.....	19
VIZIJA	19
TEMELJNI STRATEŠKI CILJI	19
PRIORITETE DELOVANJA NA PODROČJU TURIZMA	20
UJEMANJE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA V OBČINI VRHNIKA S STRATEŠKIMI DOKUMENTI V ŠIRŠEM PROSTORU	21
INDIKATIVNI NABOR CILJEV IN PROJEKTNIH IDEJ.....	24
AKCIJSKI NAČRT RAZVOJA TURIZMA 2015–2020	25

UVOD

Občina Vrhnika ne velja za turistično razvito območje. Turistična infrastruktura in signalizacija sta pomanjkljivi, zastareli ali uničeni, turistična ponudba in promocija relativno skromni, splošna urejenost kraja in okolice bi bila lahko bistveno boljša. V letu 2014 je bilo na območju občine šest (6) nastanitvenih objektov, ki skupaj omogočajo dobrih 180 ležišč. V letih od 2006 do 2012 ni možno zanesljivo ugotoviti trenda letnega števila prenočitev, saj se je ob pripravi te strategije ugotovilo, da so zbrani podatki pomanjkljivi in nezanesljivi. V kraju ni avtokampa ali počivališča za avtodome, za katerega se kaže zanimanje obiskovalcev TIC-a. Se je pa pred kratkim v Bistri pri Vrhniki odprl youth hostel, za katerega je občasno povpraševanje v TIC Vrhnika.

Omeniti velja, da Vrhnika nima tradicije izrazito turističnega kraja in tudi ne razvitih ustreznih institucij. Izjema sta Turistično društvo Blagajana Vrhnika s 125-letno tradicijo ter od leta 2006 delujoči Zavod Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika. Vendar ob tem velja poudariti, da je (bilo) delovanje omenjenih organizacij v preteklosti v veliki meri omejeno na področja promocije in prireditev. Delovanje je bilo v manjši meri usmerjeno v razvoj predvsem zaradi zelo omejenih kadrovskih, predvsem pa finančnih virov na tem področju. Tudi v okoliških krajih je društvena iniciativa na tem področju slabo razvita. Nadalje, občina nima nobene izrazite turistične znamenitosti ali posebnosti, ki so sicer tipičen razlog za obisk kraja, kot so: termalni vreli, morje, gore, ugodna klima, večja naravna/kulturna znamenitost, ipd. Zato bo morala Vrhnika, če bo želela tekmovati z ostalimi kraji in destinacijami, vložiti še veliko kadrovskih, predvsem pa finančnih virov v razvoj in trženje ponudbe, v kolikor bo želela otipljive rezultate.

Lokalna skupnost je pred velikim izzivom. Namreč, v kraju, ki nima izrazite turistične tradicije, želi kot eno od nosilnih gospodarskih panog vzpostaviti turizem. Potencialov za to ima območje dovolj. Potrebno pa bo strniti vrste in narediti vrsto majhnih in velikih korakov do končnega cilja, to je razvite turistične ponudbe.

Strategijo je sprejel Občinski svet Občine Vrhnika na svoji 3. redni seji, ki je bila 7. 4. 2015.

ANALIZA

SPLOŠEN ORIS STANJA

Občina Vrhnika zavzema 115,2 km², kar predstavlja približno 0,5 % ozemlja celotne Slovenije in 4,7 % Ljubljanske urbane regije. 31. decembra 2012 je v občini Vrhnika živel 16.227 prebivalcev, kar je predstavljalo 0,8 % vseh prebivalcev Slovenije in 3,4 % prebivalcev Ljubljanske urbane regije. Občina leži na zahodnem robu Ljubljanskega barja ter obronkih Pokojiške planote, s središčem cca. 20 km jugozahodno od Ljubljane. Vrhnika je pobratena z italijansko občino Gonars, grško občino Iolkos in bosansko Čapljino.

Naselja: Bevke, Bistra, Blatna Brezovica, Drenov Grič, Jamnik, Jerinov Grič, Lesno Brdo, Mala Ligojna, Marinčev Grič, Mirke, Mizni Dol, Padež, Podlipa, Pokojišče, Prezid, Sinja Gorica, Smrečje, Stara Vrhnika, Strmica, Trčkov Grič, Velika Ligojna, Verd, Vrhnika, Zaplana, Zavrh pri Borovnici.

Občina Vrhnika zavzema JZ del Ljubljanske urbane regije. Ljubljanska urbana regija, ena izmed dvanajstih statističnih regij v Sloveniji, leži v osrednjem delu Slovenije in meji na Kamniško-Savinjske Alpe na severu, Posavsko hribovje na vzhodu ter gozdnate kraške planote in polja na zahodu in jugovzhodu. Za samo občino Vrhnika je značilno, da ima izredno ugodno prometno lego; locirana je na območju najkrajšega in najzložnejšega prehoda iz Ljubljanske kotline čez notranjske in kraške gozdnate planote proti morju. To je pripomoglo k temu, da je preko območja Vrhniko stekla pot proti morju in da se je razvila Vrhnika najprej kot tranzitno naselje in pozneje kot občina.

Občina Vrhnika pri reševanju svojih in skupnih razvojnih vprašanj sodeluje s sosednjimi občinami. Na severu se občina stika z občinami Log-Dragomer, Dobrova-Polhov Gradec in Horjul, na vzhodu z Brezovico in Borovnico, na jugu s Cerknico in na zahodu z občino Logatec. Zaradi ugodne lege, dobre prometne povezanosti in majhne oddaljenosti od Ljubljane, občina Vrhnika predstavlja suburbanizirano območje Ljubljane. Navezava na Ljubljano poteka v dveh smereh: zaradi relativne bližine Ljubljane in dobre prometne povezanosti predstavlja občina Vrhnika potencialno območje priselitve iz mesta (Ljubljane), po drugi strani pa predstavlja Ljubljana izobraževalni, v veliki večini tudi zaposlitveni center Vrhničanov. Ocenjuje se, da 1/2 zaposlenih vsak dan migrira v Ljubljano. Posledica dnevnih migracij je tudi zadovoljevanje storitvenih in drugih potreb na območju zaposlitve. Tesna navezava občine Vrhnika poteka tudi z nekdanjim delom občine, ki ga sedaj predstavlja občina Borovnica. Za občino Borovnica je značilno, da nima velikega števila delovnih mest (1/2 prebivalcev ima zaposlitev v Ljubljani) in storitvenih dejavnosti, zato prebivalci večino teh potreb zadovoljujejo drugje, predvsem v Ljubljani, deloma tudi na Vrhniku. Hkrati pa se na ozemlju občine Borovnica nahaja glavni vir pitne vode, ki ga uporablja tudi občina Vrhnika, zaradi česar je prav tako potrebno sodelovanje med občinama. Na jugozahodu se občina Vrhnika navezuje predvsem na občino Logatec, na jugu pa na občino Cerknica. Za občino Logatec je značilen intenziven razvoj na področju poselitve, gospodarstva in družbene infrastrukture, hkrati pa del občine Logatec predstavlja kraško zaledje izvirov Ljubljanice. Zaradi povezanosti vodnega sistema je nujno sodelovanje s sosednjimi občinami, ki prav tako tangirajo porečje Ljubljanice. Usklajeno razvojno politiko pa je pomembno voditi tudi na območju Zaplane, saj ta pokrajina zavzema tako del občine Vrhnika kot del občine Logatec. Z občinami Log-Dragomer, Horjul, Brezovica, Dobrova – Polhov Gradec občina Vrhnika ustanavlja skupne medobčinske organe (medobčinski inšpektorat, skupna notranje revizijska služba). Z občino Horjul se Vrhnika povezuje tudi na področju družbenih dejavnosti (skupni šolski okoliš, vrtci). Z občino Brezovica potekajo povezave predvsem na področju urejanja Barja in Ljubljanice ter v zvezi s prometno strategijo.

Zaradi naravne in ekološke pomembnosti Ljubljanskega barja, ki predstavlja najjužnejše visoko barje v Srednji Evropi, je območje razglašeno za Krajinski park Ljubljansko barje.

Ozemlje občine Vrhnika leži na stiku predalpskega in dinarskega sveta, zaradi česar je to območje naravnogeografsko zelo raznoliko. Posledica stika dveh različnih makrogeografskih enot Slovenije je, da se na razmeroma majhnem ozemlju občine prepleta pet naravnogeografskih enot, kar pogojuje

njene naravnogeografske in družbenogeografske značilnosti, ki povzročajo različne življenjske pogoje v različnih predelih občine. Sever občine zavzema Polhograjsko hribovje, skrajni zahodni del Rovtarsko hribovje, osrednji del z občinskim centrom in severovzhodni del zavzema Ljubljansko barje, na jugu in jugovzhodu se nahaja Krimsko Mokrško hribovje z Menišijo, na skrajnem jugozahodu pa najdemo še del Notranjskega podolja. Opisana reliefna sestava nedvomno vpliva tako na poselitvene kot tudi na gospodarske značilnosti občine.

Gospodarski razvoj občine je zaznamoval razvoj industrije. Za industrijo je značilno, da se je po odcepitvi Republike Slovenije od Jugoslavije in spremembi ekonomskega sistema znašla v težavah. Velika državna naročila so nadomestili tržni pogoji. Večina velikih podjetij ni bila pripravljena na tranzicijo. Enaka usoda je doletela občinskega paradnega konja s področja tekstilne industrije – podjetje IUV. Na drugi strani, so se v občini začele razvijati predvsem terciarne in kvartarne dejavnosti. Poraslo je število novonastalih mikro in majhnih podjetij, v zadnjem času pa se v občini razvijajo potenciali za razmah na področju turizma.

V občini je relativno slabo izkoriščeno znanje prebivalcev, ti namreč v veliki meri svoja znanja in izkušnje unovčujejo izven lastne občine, kar posledično pomeni zmanjšanje gospodarske aktivnosti, nižje prihodke občine, zmanjševanje zaposlovanja, selitev podjetniškega kapitala v sosednje občine...

ANALIZA STANJA TURISTIČNE PONUDBE NA VRHNIKI

PRIMARNA TURISTIČNA PONUDBA

Primarna turistična ponudba obsega vse tiste dobrine, ki niso proizvod človekovega dela oziroma jih ta ne more več proizvajati v enaki kakovosti in z enako uporabno vrednostjo. Sestavljena je iz dveh različnih delov: naravnih in antropogenih oziroma kulturnih dobrin (Planina in Mihalič, 2002).

Občina Vrhnika ima številne naravne in kulturne danosti, vendar so le redke med njimi znane in primerne za ogled. Prav te slednje naj bi izkoristili v turistične namene v skladu z načeli trajnostnega razvoja. Pri tem je pomembno ločiti pojem »naravne danosti oz. znamenitosti«, ki označuje nek splošni pojem za pojave v naravi, ki po nekih merilih izstopajo, od pojma »naravne vrednote«, ki obsega vso »naravno dediščino« v RS, ki je tudi ustrezno pravno zaščiten. Postopek ureditve, ki omogoča uporabo dobrin primarne ponudbe, imenujemo turistična valorizacija, kar pomeni postopek večjega ali manjšega ovrednotenja dobrin primarne ponudbe. S tem se privlačnosti preoblikujejo v del ponudbe, ki nastopa na trgu in tam posredno dobi tudi svojo ceno (Kolar, 2006). Barbara Čepon je v letu 2010 napisala diplomsko delo z naslovom »Vrednotenje naravnih znamenitosti v občini Vrhnika za turistično rabo«. Naravna dediščina je bila sicer v predhodno omenjenih strategijah že predstavljena, vendar gre večinoma le za naštevanje oz. navajanje dejstev, brez ocene, kako naravna dediščina lahko pripomore k trajnostnemu razvoju te panoge in posledično določenega kraja. Zato je omenjeno diplomsko delo uporabljeno kot del analize naravne dediščine.

A. NARAVNA DEDIŠČINA

Po Čeponovi je v občini Vrhnika ovrednotenih 105 naravnih vrednot, ki so razdeljene na 5 razredov po kriterijih privlačnosti, dostopnosti in naravovarstvene občutljivosti. Med njimi je 9 opredeljenih kot zelo primernih za turistično rabo, nadaljnjih 6 pa kot pogojno zelo primernih.

Zelo primerne za turistično rabo so naslednje vrednote (vrstni red ne določa prioritete, ampak vrednote le našteva):

- Cigarovec ob OŠ Ivana Cankarja
- Grajski izvir v Bistri
- izvir Pod skalo

- Močilnik
- Retovje
- Veliki Močilnik
- potok Bela pri Vrhniki
- Kuclerjev kamnolom
- zahodni črni kamnolom Drenov Grič

Poleg navedenih Čeponova navaja kot za obiskovalce zanimive tudi naslednje 4 pogojno zelo primerne vrednote:

- Bukev in lipovec pri Celarcu v Zaplani
- Lintvern
- izvira Malo in Veliko Okence
- Kostanjevica – Mali plac

Pri jamah in breznihi so brez izjeme pri vseh problem dostopnost terena in posledično vidik varnosti za obiskovalce. Naslednji problem je občutljivost ekosistema.

K seznamu je nujno dodati še naslednje znamenitosti, ki jih naloga ne zajema:

- reka Ljubljanico kot celoto - naravno in kulturno dediščino nacionalnega pomena
- Planina nad Vrhniko
- Jurčevo šotišče
- Star Maln, pogojno umetno kopališče
- Vrhniški bajerji – ribniki bivše opekarne
- Furlanove toplice, vrelec termalne vode pri Mirkah
- izvir Pod orehom, Zupanov izvir, Galetov izvir
- dendrološko pomembne površine v parkih ob Tržaški cesti
- Podlipska dolina
- reka Bistra (kot del Ljubljanice).

B. KULTURNA DEDIŠČINA

Med kulturno dediščino prištevamo tiste dobrine, ki so sicer proizvod človekovega dela v preteklosti, a jih zaradi njihove enkratnosti in neponovljivosti danes ni več možno proizvajati z enako uporabno vrednostjo in kakovostjo. V to skupino sodijo zgodovinske in kulturne znamenitosti ter spomeniki (Planina in Mihalič, 2002). Podobna valorizacija kot za naravno, bi bila dobrodošla tudi za kulturno dediščino, ki jo je, po naročilu Občine Vrhnika, v času nastanka tega dela opravljal Mestni muzej Ljubljana, vendar Zavodu Ivana Cankarja Vrhnika v času pisanja tega dela ni dosegljiva. Zato na tem mestu zgolj naštevamo najpomembnejšo doslej identificirano kulturno dediščino na območju Vrhnike:

- naselje Vrhnika, kot rojstni kraj pisatelja Ivana Cankarja, Cankarjeva spominska hiša, Cankarjev spomenik in Cankarjeva pot (Po poti Cankarjevih obeležij)
- obdobje koliščarjev/mostiščarjev: ostanki kolišč, lovski tabor, prakolo, praos, puščica mit o Argonavtih
- obdobje Rima: rimska ladja, rimski Nauportus, ostanki rimskega tabora in zidu - Claustra Alpium Iuliarum, mejnik med Emono in Oglejem,
- naselje Gradišče, Tavriki, ostanki halsštatske kulture,
- samostan Bistra s parkom in Tehniškim muzejem Slovenije,
- razgledni stolp na Planini
- ostali kulturni objekti: stavba Pri Črnem orlu, Lavrenčičeva hiša – Stara pošta, Sodnija,

- sakralni objekti: kapela/cerkev Svetega Lenarta, cerkev Svete Trojice, cerkev Svetega Pavla, cerkva Svetega Miklavža na Kurenu (kulturni spomenik), kapelica sv. Antona v Močilniku,
- spomenik padlim v NOB na Drči, ostanki vojaških objektov in utrdb iz 1. in 2. stoletja ter obdobja med vojnama, Rupnikova linija, Ajdovski zid,
- dendrološke površine v parkih ob Tržaški cesti 7, na Sv. Trojici in v Verdu,
- portali,
- Miklčeva in ostale kašče.

Muzeji

- Cankarjeva spominska hiša
- Tehniški muzej Slovenije v Bistri

Umetniki, ki izvirajo z Vrhnike:

- Ivan Cankar (pisatelj, dramatik)
- Simon Ogrin (akademski slikar),
- Jožef Petkovšek (akademski slikar),
- Matej Sternen (akademski slikar),
- Ivan Jager (arhitekt),
- Karel Kotnik (zaveden Slovenec in velik donator),
- Karel Grabeljšek – Gaber (učitelj in pisatelj v obdobju NOB).

SEKUNDARNA TURISTIČNA PONUDBA

Sekundarna turistična ponudba je skupina dobrin, ki so proizvod človekovega dela in jih ta ob ostalih nespremenjenih okoliščinah lahko še proizvaja (Planina in Mihalič, 2002). Na področju nastanitvenih kapacitet je v letu 2014 poslovalo 6 ponudnikov, z okvirno 180 ležišči. Vendar pri analizi zasedenosti nastanitvenih kapacitet prihaja do večjega razkoraka med podatki, ki jih pridobiva občina neposredno od ponudnikov storitev, med podatki, ki jih objavlja Statistični urad Republike Slovenije in med dejanskim stanjem. V letu 2012 je Zavod Ivana Cankarja Vrhnika sicer opozoril Občino Vrhnika na anomalijo, vendar pa je statistika za preteklih (vsaj) 5 let neuporabna z vidika analize.

Prenočitvena ponudba

- ⇒ Hotel Mantova (****) na Vrhniki je lociran v samem središču Vrhnike. Poleg 54 ležišč v 20 sobah in 2 apartmajih nudijo še storitve restavracije in kavarne. V toplejših mesecih se gostje lahko zadržujejo na lepo urejenem letnem vrtu in uživajo ob domačih sladica in sladoledu.
- ⇒ Gostišče Bajc (****) v Sinji Gorici. Gostom je na voljo 32 ležišč v eno-, dvo- in troposteljnih sobah. Ponudba gostišča Bajc zajema tudi možnost organizacije poročnega slavlja.
- ⇒ Gostilna Mesec (Jerinov Grič, Zaplana) s svojo bogato ponudbo postaja čedalje bolj priljubljena med tistimi, ki radi zaidejo iz mesta v naravo in uživajo ob odlični domači hrani. Obiskovalcem so na voljo po dve dvoposteljni in troposteljni sobi.
- ⇒ Gostilna Nibi (Sinja Gorica) je v letu 2012 nadgradila svojo ponudbo s prenočitvami. Nudijo dve sobi s francosko posteljo in 4 troposteljne sobe.
- ⇒ Gostilna Turšič ponuja 5 troposteljnih sob za manj zahtevne goste, delavce (ena zvezdica).
- ⇒ Gostilna Bistra je jeseni 2014 odprla nove nočitvene kapacitete v rangu hostla in hotela. Zmogljivost teh kapacitet je 60 ležišč.



A. GOSTINSKA PONUDBA IN PRIREDITVE

Turistična infrastruktura v občini Vrhnika je na področju gostinske ponudbe relativno dobro razvita. Na območju občine Vrhnika je v letu 2012 obratovalo 21 gostinskih obratov, ki so ponujali svoje storitve tako domačinom kot tudi turistom. Kljub velikemu številu gostinskih objektov ima večina lokalov zelo podobno ponudbo, ki ne vključuje lokalno značilne hrane. Zato je v letu 2012 Zavod Ivana Cankarja Vrhnika pričel s projektom »Kulinarika na Vrhniskem«, katerega cilj je predvsem poiskati in ponuditi turistom pristno lokalno kulinariko. V času nastanka tega dela je k projektu pristopilo 6 gostinskih lokalov (gostilne: Bajc, Bistra, Simon, pri Kranjcu, Cankarjev hram in hotel Mantova).

1.	Gostilna Bajc
2.	Gostilna Bistra
3.	Gostilna Cankarjev hram (CH)
4.	Gostilna Hribernik (kasarna)
5.	Gostilna in mesarija Kavčič
6.	Gostilna in pizzerija Boter
7.	Gostilna in pizzerija NIBI
8.	Gostilna Jurca
9.	Gostilna pri Kranjcu
10.	Gostilna Rajski vrt Nada (ribiški dom)
11.	Gostilna Simon
12.	Gostilna Turšič
13.	Družinsko gostišče in prenočišča Mesec
14.	Hotel Mantova
15.	Izletniška kmetija Kuren (kmetija odprtih vrat)
16.	Koča v Starem Malnu
17.	Gostilna Mostiček
18.	Pizzerija Papatek
19.	Mehiška restavracija Flamingo

20.	Kitajska restavracija Kitajska sreča
21.	Zavetišče na Planini

Poleg navedenih gostinskih lokalov kulinarčno ponudbo zaokrožujejo še številne kavarne, ki so priljubljene med domačini in obiskovalci.

1.	Kavarna Park
2.	Kavarna Argos v hotelu Mantova
3.	Slaščičarni Berzo in Breza
4.	Kavarnica Nauportus
5.	Kavarna Mikavna, Sinja Gorica

Priveditve

V občini Vrhnika se odvija veliko število prireditev, mnogo jih je že tradicionalnih. Zaradi velikega števila ni smiselno vseh naštevati.

Zavod Ivana Cankarja Vrhnika na delovnem področju turizma izvaja naslednje prireditve:

- Pustovanje,
- Gregorjevo,
- Argonavtski dnevi in Noč na Vrhniki,
- Praznovanje dneva državnosti,
- Dan brez avtomobila,
- Poletje na Vrhniki,
- Miklavžev, smučarski sejem in spremljevalni program,
- Pohod otrok z baklami na Sv. Trojico,
- Božično-novoletni sejem in spremljevalni program,
- Praznovanje dneva samostojnosti,
- Silvestrovanje na prostem.

Ostale večje prireditve v občini so še: Tek Bevke, Cankarjada, Tek Barje, Argonavtski kolesarski maraton, Nočni tek, Oberfest in številne vaške veselice po krajevnih skupnostih.

Kljub temu, da so nekatere prireditve opredeljene kot »turistične«, se poraja vprašanje, koliko obiskovalcev iz drugih krajev/turistov si v resnici ogleda te prireditve. Po naših analizah se vseh zgoraj naštetih prireditev v veliki večini udeležujejo domačini in obiskovalci iz sosednjih krajev. Edina izjema so Argonavtski dnevi, ki predvsem na račun Noči na Vrhniki privablja obiskovalce iz ostalih krajev Slovenije. Kot pa je pokazala analiza v delu Furjanove (2012), pa tudi ta prireditev nima večjega vpliva na turizem, saj v kraju ni kampa oz. prenočitvenih kapacitet za mlade, ki so ciljna publika tega dogodka. Zato bi bilo smiselno razmišljati o dodatni ponudbi in prireditve narediti »prijazno kempiranju«, s tem mlade obdržati v kraju še za kakšen dodaten dan in jim takrat ponuditi »Vrhniko«. Druga stvar pa so obstoječe prenočitvene kapacitete, ki bi jih veljalo bolj udarno tržiti s paketi ugodnosti. Še vedno ostaja neizkoriščen potencial LPP – dodatne vožnje, taksi službe in morda še kateri ukrep. Ključna stvar pri vsem tem je dober, oziroma odličen program prireditve, ki je sploh (pred)pogoj za obisk. To je najtesneje povezano s financami, načrti in prioriteta občine. Argonavtski dnevi so kljub promocijskem preboju v slovenskem prostoru še vedno premalo izkoriščen potencial, ki bi ga bilo potrebno nadgrajevati tako v sklopu prireditve same, kot tudi ustvarjati celosten turistični produkt, ki ga bo možno tržiti tudi ostale dni v letu.

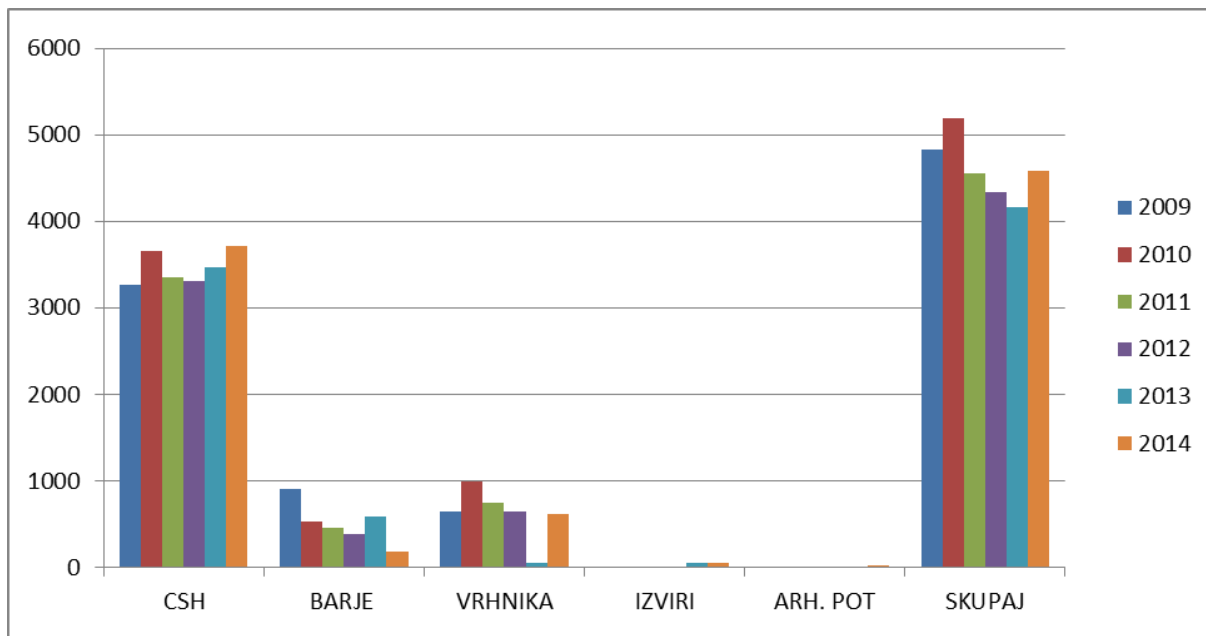
Izpostaviti velja še prireditve Cankarjevi dnevi, ki ima zelo dober potencial za razvoj kulturnega turizma, ob predpostavki, da se program ustrezno nadgradi. Trenutno je program nestrukturiran, mešanica kulturnih, športnih in ostalih dogodkov, ki v resnici nimajo rdeče niti »Cankar«, ampak jim je skupno zgolj to, da sev časa blizu obletnice Cankarjevega rojstva odvijajo na Vrhniki oz. okolici. Smiselno bi bilo razmisliti, da se naredi program, ki bo finančno in vsebinsko precej bolj zahteven, a bi upravičeval svoje ime. Še posebej, če razmišljamo v luči prihajajoče 100-letnice smrti Ivana Cankarja

in na splošno uveljavitve njegovega imena v slovenskem prostoru. Takšen program naj bi bil pisan na kožo »kulturnikom«, torej ljubiteljem »resne« kulture in tistim, ki se z njo poklicno ukvarjajo. V program bi sodile uprizoritve Cankarjevih odrskih del, recitacije, branja, knjižne čajanke, okrogle mize, tečaji, delavnice, simpoziji, predavanja, razstave.... vse to s tematiko Ivana Cankarja. Za množično popularizacijo imena in kraja pa bi lahko organizirali festival »Skodelica kave«, kjer bi predstavljali kavo na najrazličnejše načine in privabili številne ljubitelje. Program je smiselno oblikovati tako, da imajo obiskovalci potrebo po tem, da ostanejo v kraju več dni, torej da potrebujejo nočitve. V tem trenutku prireditev postane kulturno-turistična.

Vodenja

V okviru Zavoda Ivana Cankarja se izvajajo naslednja turistična vodenja:

- Vodenje po Cankarjevi spominski hiši
- Vodenja po Barju
- Vodenja po Vrhniki
- Vodenja po izviri Ljubljanice (nov produkt)
- Vodenja po arheološki poti (nov produkt).
-



Graf: Obiskanost turističnih vodenj po Vrhniki in okolici

SWOT ANALIZA

V okviru priprave te Strategije smo naredili obširno SWOT analizo delovnega področja turizem v okviru delovanja ZIC-a. Analiza področja turizma sloni na osnovi analiz primarnih in sekundarnih virov, izkušenj zaposlenih ter uporabnikov storitev, zato jo navajamo in uporabljamo v celoti, kot tudi ostale derivate, ki iz nje izhajajo.

1. Kako naj uporabimo PREDNOSTI, da bomo izkoristili (današnje in jutrišnje) PRILOŽNOSTI?
2. Kaj moramo narediti, da bomo premagali SLABOSTI z uporabo PRILOŽNOSTI - kaj naj naredimo, da nam slabosti ne bodo preprečile izkoriščanje priložnosti?
3. Kako bomo izkoristili PREDNOSTI, da se bomo izognili NEVARNOSTIM?
4. Kako bomo zmanjšali SLABOSTI, da se bomo izognili NEVARNOSTIM?

PREDNOSTI = V čem smo v Občini Vrhnika močni, dobri, posebni, edinstveni, v primerjavi s konkurenti?	SLABOSTI = Kaj so naše slabosti, pomanjkljivosti, ki nas v primerjavi s konkurenti lahko ovirajo?
5 NAJMOČNEJŠIH PREDNOSTI: <ol style="list-style-type: none"> 1. Bližina Ljubljane (prestonice) 2. Dobra dostopnost (bližina avtoceste) 3. Številne izletniške (naravne in kulturne) točke, izviri Ljubljanice in reka sama 4. Ivan Cankar, največji slovenski pisatelj in dramatik 5. Barje kot pojem 	5 NAJBOLJ PEREČIH SLABOSTI: <ol style="list-style-type: none"> 1. Vrhnika nima enega prepoznavnega turističnega magneta (v smislu klasičnih magnetov: morje/sonce, toplice, gore, klima, večja naravna ali kulturna znamenitost), 2. Vrhnika nima turistične tradicije (v preteklosti ni smelo biti razvoja turizma) 3. Ni razvitih integralnih turističnih proizvodov - posamezni elementi kulturnega, športnega, naravnega, prireditvenega okolja so v premajhni meri vključeni v ponudbo oziroma v celostna doživetja 4. Ni razvitih turističnih programov, ponudba je razdrobljena in ni povezana 5. Tranzitnost Vrhnike (močan tranzitni promet skozi glavno mestno vpadnico – Tržaška cesta, ni kompaktnega in turistično privlačnega mestnega središča)
<ol style="list-style-type: none"> 6. Razpoznavna zgodovinska in kulturna identiteta občine Vrhnika 7. Občina Vrhnika leži v najbolj razviti slovenski regiji 8. Najstarejše arheološke najdbe 9. Argonavti in mitologija 10. Reka Ljubljanica z izviri 11. Več pomembnih slikarjev, ki so se tu rodili 12. Razvite kolesarske, pohodniške oziroma planinske in učne poti 13. Ohranjena narava (vendar še ne trajnostna ponudba) 14. Vzpostavljen in delujoč Zavod za področje kulture, športa in turizma 15. Številni gostinski lokali 16. Bližina morja (50 do 60 minut z avtomobilom) 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Bližina avtoceste 7. Ni močnejših turističnih ponudnikov (oziroma so zelo redki) 8. Ni vzpostavljenega tesnega sodelovanja med turističnimi ponudniki 9. Vrhnika nima turističnega destinacijskega portala (zdajšnji koncept v okviru ponudbe kulture in športa trženjsko ne nagovarja potencialnega obiskovalca) 10. Več neizkoriščenih priložnosti za vzpostavitev muzejske ponudbe 11. Nerazvita dodatna ponudba – na področju turizma je podjetniška kultura slabo razvita (ni pravega interesa za razvoj dodatne ponudbe) 12. Turistično ne dovolj valorizirane prireditve 13. Zapiranje v občinske meje

<p>17. Ločnica med Barjem in Krasom (ter Balkanom in Srednjo Evropo)</p> <p>18. Jantarjeva pot</p> <p>19. Kraški pojavi</p> <p>20. Strateška geografska pozicija</p> <p>21. Kakovostna ponudba turističnih prireditev</p> <p>22. Med turističnimi točkami je med najbolj prepoznavnimi Tehniški muzej Slovenije v Bistri</p> <p>23. Ljubljana kot vodna transverzala, ki povezuje Vrhniko z Ljubljano</p> <p>24. Športna infrastruktura</p> <p>25. Vzpostavljene razvojne, trženjske in distribucijske funkcije na ravni regije (povezovanje z Ljubljano in drugimi občinami v regiji)</p> <p>26. Zavedanje o potencialih, ki jih prinaša Ljubljana kot močen generator prihodov tujih obiskovalcev kot tudi močen bazen za odkrivanje regije</p> <p>27. Že razvita trženjska platforma za povezovanje z regijo (Ljubljana kot mesto za odkrivanje regije in močna prisotnost in pozicija Ljubljane na tujih trgih)</p>	<p>14. Občina v Zavodu ne vidi pravega partnerja - nestimulativno podporno okolje za razvoj turizma na ravni občine</p> <p>15. Slaba turistična statistika, ki ne omogoča pravih analiz (neporočanje, neprijavljene nočitve)</p> <p>16. Ni lokalnega vlaka (ukinitve železniške proge na relaciji Ljubljana-Vrhnika)</p> <p>17. Slabo razvita interpretacija narave in dediščine</p> <p>18. Pomanjkanje prioritet v delovanju</p> <p>19. Obisk na treh osrednjih prodajnih programih pada</p> <p>20. Nedelovanje smučišča in športno-rekreacijskega centra na Ulovki</p> <p>21. Slabe lokalne ceste do bolj oddaljenih zaselkov in območij občine</p> <p>22. Slaba kakovost storitev in objekta v Močilniku</p>
<p>PRILOŽNOSTI</p> <p>= Katere priložnosti so v zunanjem okolju, ki nam lahko pomagajo pri uresničevanju ciljev? Kateri so trendi, ki govorijo v naš prid in ki jih lahko izkoristimo?</p>	<p>NEVARNOSTI</p> <p>=Kateri dejavniki v zunanjem okolju nas lahko ogrozijo, katerih nevarnosti se moramo izogniti?</p>
<p>5 NAJBOLJ POTENCIALNIH PRILOŽNOSTI:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Povezovanje z regijo Osrednja Slovenija in Ljubljano (Ljubljana trži konkretne programe odkrivanja regije) 2. Izdelani programi za odkrivanje okolice in doživljanje narave (po ciljnih skupinah), izdelana ponudba paketov (2-, 3-urni, pol dnevi) 3. Izviri Ljubljanice in Ljubljansko barje 4. Urejene kolesarske in druge rekreativne poti v okolici Ljubljane 5. Razvoj kulturnega in športno-rekreativnega turizma 	<p>5 NAJBOLJ PRETEČIH NEVARNOSTI:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nепреpoznavnost Vrhnike (da ne zmore vzpostaviti prioritet o tem, na čem graditi prepoznavnost) 2. Pomanjkanje sredstev za naložbe, še posebej za javno infrastrukturo v turizmu 3. Neizkoriščanje izletniškega turizma (takšnega, ki bi bil organiziran, ki bi temeljil na celostnih in privlačnih doživetjih in ki bi ustvarjal potrošnjo na gosta) 4. Razpršenost delovanja in nesposobnost oblikovanja prioritet 5. Slaba kakovost storitev
<ol style="list-style-type: none"> 6. Aktivno povezovanje s Tehniškim muzejem Slovenije. 7. Manjša, cenejša prenočišča (kampi, turistične kmetije, youth hostli, manjši hoteli) 8. Ponudba za avtodome 6. Sodelovanje med kulturo in turizmom 9. Razvoj Ulovke kot zimsko-poletnega športno-rekreacijskega centra 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Večja angažiranost sosednjih občin oziroma primerljivih občin v regij in nevarnost, da Vrhnika ostane zadaj 2. Ogrožanje KPLB (z vidika okolja) 3. Ukinitve Zavoda 4. Da ponudba ne temelji na (temeljni oziroma turistični) identiteti Vrhnike 5. Neizkoriščanje potencialov, ki jih prinaša

<p>10. Preureditev stavbe IUV v muzej</p> <p>11. Reka Ljubljanica (za plovbo, podvodni muzej, ornitološke programe, fotolov itd.)</p> <p>12. Razvoj kulinarčne ponudbe (v smeri avtentične ponudbe)</p> <p>13. Furlanov vrelec (izkoriščanje termalne vode) in Star Maln</p> <p>14. Tesnejše in bolj inovativno povezovanje z drugimi panogami (šport, kultura, kmetijstvo, gospodarstvo)</p> <p>15. Novi trendi na mednarodnem turističnem trgu & nove, spreminjajoče se vrednote – pisano na kožo celotni regiji (razvoj in trženje trajnostne ponudbe)</p> <p>16. Oblikovanje proizvodov in storitev, ki so inovativni, avtentični in imajo večjo dodano vrednost</p> <p>17. Pobratene občine in mesta</p> <p>18. Ponudba lokalnih proizvodov (z geografskim poreklom)</p> <p>19. Oblikovanje vzpodbudne lokalne politike pri dolgoročnem razvoju turistične dejavnosti</p> <p>20. Vstopne info točke v regijo – tematsko obarvane</p> <p>21. Možnost pridobitve kulturnih eksponatov</p> <p>22. Ustanovitev »interpretacijskega centra Vrhnika«</p>	<p>povezovanje na širšem, regijskem področju</p> <p>6. Neizkoriščanje evropskih in svetovnih trendov (trajnostni turizem)</p> <p>7. Da se domačini ne poistovetijo z identiteto svojega kraja, oz. blagovne znamke</p> <p>8. Pomanjkanje podjetniškega interesa</p> <p>9. Oblikovanje preveč splošnih, generičnih proizvodov, ki se ne razlikujejo od drugih destinacij</p> <p>10. Nejasna (regionalna) turistična politika na nacionalnem nivoju in nesprejetje sistemskih virov financiranja razvoja in trženja na nivoju regije</p> <p>11. Razkorak med potenciali in konkretnimi aktivnostmi</p>
---	--

Kaj izhaja iz SWOT matrike

Ključne ugotovitve, ki so bile oblikovane na osnovi tehnike FFFF (Facts, Feelings, Findings, Future)¹:

1. Določena področja delovanja ZIC-a so bolj izpostavljena (turizem).
2. V preteklih letih je bilo veliko dela vloženo v prireditve in premalo v razvoj (še posebej na področju turizma).
3. Pomanjkanje sistematičnega razvoja in dela na področju turizma v vsej preteklosti.

Iz ugotovitev in povzetka v obliki SWOT analize izhajajo naslednje ključne usmeritve, ki bodo podlaga za oblikovanje strateških smernic oziroma prioritet delovanja.

KAJ MORAMO ODPRAVITI?

1. **POMANJKANJE PRIORITET v delovanju Zavoda.**
2. **ZAPIRANJE** v »občinske meje«.
3. **RAZDROBLJENOST** in nepovezanost ponudbe.
4. **NERAZUMEVANJE** potencialov turizma.

KAJ MORAMO ZMANJŠATI?

1. **Nesodelovanje med KLJUČNIMI DELEŽNIKI v občini na področju turizma, športa in kulture.**

KJE MORAMO RASTI?

¹Delavnica za pripravo strategije je bila izvedena konec leta 2012.

1. **V UPORABI novih medijev** (pri trženju turizma, časopis).
2. **V TURISTIČNEM obisku.**
3. **Na PRODAJI turističnih programov in produktov.**

KAJ MORAMO RAZVIJATI?

1. **SODELOVANJE** z vsemi ključnimi deležniki na področju turizma, kulture in športa.
2. **PREPOZNAVNE** produkte in programe.
3. **VODENE PROGRAME** odkrivanja Vrhnike in okolice (različno trajanje, po meri ciljnih skupin).
4. **PRENOVO** javne turistične, kulturne in športne infrastrukture.
5. **POVEZOVANJE** turizma, športa, kulture kot tudi drugih panog.
6. **Ponudbo manjših NASTANITVENIH OBJEKTOV.**

KAKO BOMO DOSEGLI CILJE?

7. **S SODELOVANJEM in POVEZOVANJEM** med vsemi deležniki znotraj in izven občine.
8. **S PREPOZNAVNOSTJO** v Sloveniji, v okviru RDO Osrednja Slovenija, med zamejskimi Slovenci.
9. **Z UPORABO** novih tehnologij v povezavi s tradicionalnimi sredstvi.
10. **Z UČINKOVITIM MARKETINGOM** na vseh ravneh.

KDO SO OBISKOVALCI VRHNIKE?

Kateri so glavni motivi za potovanje oz. obisk kraja, gledano na splošno in glede na trende v svetu? Ugotovljeno je bilo, da se motivi za potovanja razlikujejo od primera do primera. Med glavnimi motivi so tisti, povezani z delom, religijo, obiskom prireditvev, željo po sprostitvi ter iskanju nečesa novega. Obstajajo številne klasifikacije (Likar, 2009), zato na tem mestu zapišemo zgolj povzetek motivov za turistična potovanja:

- Posel in poklic: kongresi, konference, seminarji, izobraževanja, nakupi in servisi opreme, vladne delegacije, študij, ipd.
- Oddih, počitnice, sprostitev, sonce-morje-plaža.
- Zabava, prireditve, pustolovščine, adrenalin.
- Religiozna srečanja, romanja.
- Obisk sorodnikov, prijateljev, osebni stiki, poroke, pogrebi.
- Nakupi.
- Zdravje, zdravljenje, wellness.
- Turistične in druge atrakcije, sem sodijo tudi muzeji.
- Kulinarika.
- Športne aktivnosti in rekreacija.
- Mednarodna (regijska, državna, ipd.) športna tekmovanja.
- Kulturne in naravne znamenitosti, kulturno udejstvovanje: prireditve, festivali, muzeji, ipd.
- Izlet, naključno potepanje.

KATERI SO OBSTOJEČI MOTIVI ZA OBISK VRHNIKE?

Motiv za potovanje je obljuba določene koristi oz. izpolnitve potreb. Glavni dejavniki, ki ločujejo posamezne skupine turistov so spol, starost, poklic, stopnja izobrazbe, družinski status in povprečni prihodek. Vrhnika je lahko motiv za potovanje v nekaterih od navedenih razlogov, ne pa vseh. Kateri so glavni motivi zaradi katerih turisti oz. obiskovalci prihajajo na Vrhniko? Zakaj obiskati Vrhniko? Katere koristi si obiskovalci lahko nadejajo v sedanosti? Kateri »magnet« jih privlači? **Kdo obiskuje turistične točke po Vrhniki in okolici?** Odgovori na ta vprašanja so ključni. Gre za odgovore, ki utemeljujejo identiteto, pozicioniranje in so izhodišče za načrtovanje prihodnosti. Odgovori so povzeti glede na obiskovalce TIC-a ter odgovore lastnikov gostinskih in nastanitvenih kapacitet.

1. **Izviri Ljubljane**, predvsem Močilnik in Retovje. (Obiskovalci so: domačini, Ljubljanci, okoliški krajan, vodene skupine in posamezni obiskovalci iz drugih krajev Slovenije, tujci, ki so že v Sloveniji).
2. **Ivan Cankar**. (Vodene skupine, predvsem šolska mladina, društva, združenja, posamezniki...).
3. **TMS v Bistri**. (Tehniški muzej Slovenije v Bistri je najbolj obiskana točka na Vrhniki in okolici. V velikem deležu gre za vodene skupine in posameznike od vsepovsod in tujce. Ker je Bistra prostorsko ločena od Vrhnike, si le manjši del obiskovalcev ogleda tudi preostalo Vrhniko.)
4. **Šport in rekreacija**: Planina, Ulovka, Zaplana, Barje) (domačini, Ljubljanci, okoliški krajan).
5. **Obisk prireditvev** (Argonavtski dnevi, Cankarjevi dnevi ter številne ostale prireditve (domačini, Ljubljanci, okoliški krajan).
6. **Barje** (vodene skupine, domačini, Ljubljanci, okoliški krajan).
7. **Oddih** (Vrhnika mesto in Zaplana).

Ostali razlogi:

8. Večina tujcev, ki zaide na Vrhniko so **naključni obiskovalci**, popotniki, (predvsem tuji) avanturisti, poslovneži.

KATERE OBISKOVALCE ŽELIMO PRIVABITI, DA BO KRAJ (ZA)ŽIVEL KOT TURISTIČNA DESTINACIJA?

1. Večdnevne goste,
2. Izletnike – Ljubljance in ostale enodnevne goste,
3. Tujce, ki so že v Ljubljani in v ostalih večjih mestih,
4. Vodene skupine obiskovalcev, predvsem odrasle, interesna in stanovska združenja, zamejske Slovence.
5. (Mlade) družine, in mladino, z namenom, da se v kraj vračajo v prihodnosti.
6. Obiskovalce TMS in ostalih pomembnih bližnjih turističnih znamenitosti.

KDO SO OBSTOJEČI OBISKOVALCI VRHNIKE?

TURIZEM

- Šolske skupine (vrtec, osnovna šola, srednja šola – potrebno natančno identificirati potenciale; kateri razredi glede na učni program so najbolj potencialni);
 - Upokojenska združenja;
 - Individualni obiskovalci (gre večinoma za družine in Ljubljance oziroma okoliške prebivalce);
 - Pohodniki, kolesarji;
 - Nedeljski sprehajalci;
 - Zamejski Slovenci;
 - Druga društva in združenja (obstoječa so že npr. planinska, potrebno identificirati tudi druga potencialna);
 - Ciljne skupine, vezane na razne tematske razstave (npr. tehnične šole);
 - Obiskovalci TMS (okoli 35.000, od tega okoli 10 % tujih);
 - Študijske skupine (npr. kompostarna);
 - Športna prvenstva in turnirji;
 - Tuji gostje:
 - Transitni poslovni gostje;
 - Organizirane skupine (trenutno si organizirano ne ogledajo zanimivosti na Vrhniki; potreben dogovor z Mantovo);
 - Družine – tranzitni gostje na poti proti morju (Italijani, Avstrijci, Nemci);
 - Turisti, ki bivajo v Ljubljani in iščejo zanimive točke izven Ljubljane (individualno ali preko RDO aktivnosti);
 - Izleti po Barju.
7. Potencial ima produkt tipa DISCOVERY (Cankar in Ljubljana/Barje) – programi, kjer lahko nekaj vidimo, doživimo in dobrega pojemo.

KULTURA (Cankarjev dom)

- Obiskovalci Cankarjevega doma;
- Obiskovalci kulturnih prireditev;
- To so Vrhnici in prebivalci sosednjih občin, okoli 5 % iz Ljubljane, precej je tudi mladih;
- Otroški abonmaji in kino;
- Shema »moja karta«;
- Potencial večjega sodelovanja med institucijami (sosednje občine).

ŠPORT

- Vrhnici (okoli 90 %);
- Prebivalci sosednjih občin;
- Iz Ljubljane rekreativne skupine na redni rekreaciji;

- Panožne zveze iz Ljubljane;
- Obiskovalci športnih prireditev (kolesarski maraton, tek Barje, pohodi ...);
- Koristniki naravnih plezališč (društva in individualni);
- Vrhniški rekreativci.

ŠPORT – KULTURA – TURIZEM

Organizirani pohodi (Po poteh Cankarjeve matere, Cankarjeva pot). Udeleženci so v več kot 50 % domačini, udeležba iz sosednjih krajev/občin je v veliki meri odvisna od vremena.

Kdo je bralec – NAŠ ČASOPIS

- Ni konkretnih podatkov glede profila oziroma strukture bralcev;
- Večinoma so starejši, tudi družine (še posebej ob koncu in začetku šolskega leta).

IDENTITETA VRHNIKE**Kako smo oblikovali turistično identiteto?**

- V destinaciji smo najprej poiskali prepoznavne elemente, atrakcije (naravne, zgodovinske, kulturne, umetne), dogodke, osebnosti, običaje, identifikacijske točke ipd.
- Izhajali smo iz obstoječega stanja (saj bi sicer zgodba, ki komunicira identiteto, ne imela trdne osnove, ali pa bi potrebovali preveč časa in sredstev, da jo uresničimo) – kaj je tisto, kar že danes imamo, na čem že danes lahko gradimo.
- Atrakcije predstavljajo elemente zgodbe in opredeljujejo karakter – identiteto destinacije (medtem ko je zgodba način, kako privlačno in z učinkom povedati, kdo smo, kaj imamo, kaj ponujamo).
- Obstoječe zgodbe je nato potrebno nadgraditi, vnesti nove elemente in razvijati nove interpretacije (bolj privlačno, dinamično, v skladu s trendi, postaviti se v »čevlje ciljnega turista« – kaj bo njega zadovoljilo, kaj bo preseгло njegova pričakovanja, kaj bo tisto, kar nas bo razlikovalo od drugih, kaj ga bo pritegnilo, kdo je protagonist v tej zgodbi, kdo antagonist, pomočnik itd.);

Pregled elementov identitete Vrhnike

Postopek opredelitve elementov identitete je potekal na naslednji način:

- Najprej so bili povzeti elementi identitete, ki so Vrhniko opredeljevali v preteklosti;
- Nato elementi, ki Vrhniko opredeljujejo danes;
- Nato pa so bili z vidika koncepta identitete (kot smo ga predstavili v uvodu) opredeljeni tisti elementi identitet, ki imajo potencial, da na njih gradimo identiteto in jo komuniciramo do ciljnih javnosti.

1. Kaj je bila Vrhnika – v PRETEKLOSTI	2. Elementi identitete, ki izhajajo iz preteklosti, so relevantni v sedanjosti in imajo potencial tudi v prihodnosti	3. Kaj je Vrhnika – DANES
<ul style="list-style-type: none"> • Prakolo • Ivan Cankar • Argonavti • Impresionisti (dva od štirih najpomembnejših) • Jantarjeva (trgovska) pot 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ivan Cankar 2. Argonavti 3. Argo ladja 4. Stik Barja in Krasa 5. Izviri Ljubljance 6. Prakolo 	<ul style="list-style-type: none"> • Najbolj zelena občina • Ivan Cankar (spominska hiša Ivana Cankarja, črtice, Cankarjev spomenik, skodelica kave ...) • Ni središča mesta (cesta je

<ul style="list-style-type: none"> • Nauportus • Začetek civilizacije • Stik Barja in Krasa • Barje (bogata naravna in kulturna dediščina) • Izviri Ljubljani • Prepoznavna kulturna krajina • Bistra (nekdanja kartuzija) • Železnica • Tranzitni karakter Vrhnike • Vojaška zgodovina (3 vojašnice – radarji, tanki, raketarji) • Industrija usnja Vrhnika • Športna identiteta (Bikar, Suhadolc, NK Usnjar, KKV) • Pekarna Vrhnika • Razgledni stolp 	<p>7. Arheološke najdbe (NAJ ...)</p> <p>8. Zelena (Barje, reka, hribi)</p>	<p>prebila središče mesta in srednjeveški trg)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propad industrije • Vojske ni več • Spalno naselje • Vrhniški kruh • Športno, kulturno in družbeno se veliko dogaja • Močnejša identiteta po posameznih krajevnih skupnostih • Vrhniški pirh • Pize Boter • Kremšnite Berzo
---	---	--

Kaj je še bilo identificirano v procesu oblikovanja identitete:

- Argonavtska pot (od Ljubljane do Vrhnike in potem naprej, vse do Grčije),
- Srečanje Argonavtov in koliščarjev;
- NAJ najdbe;
- Potrebno je razvijati komplementarne vsebine med barjanskimi občinami (kaj je bilo opredeljeno kot smernice za razvoj ponudbe v okviru smernic na področju turizma – v okviru Upravljaljskega načrta KPLB – za občino Vrhnika ni bila opredeljena tema; glej v prilogi, kjer so povzete smernice).

Glavni elementi identitete Vrhnike

<ul style="list-style-type: none"> • Elementi identitete, ki izhajajo iz preteklosti, so relevantni v sedanjosti in imajo potencial tudi v prihodnosti 	<p>Kateri element identitete ima največji potencial za:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gradnjo prepoznavnosti Vrhnike, • komuniciranje do opredeljenih ciljnih javnosti (domačih in tujih obiskovalcev) • da ga lahko predstavimo oziroma ponudimo že danes in ne šele v prihodnosti, ko razvijemo ta element v ponudbo • da na njem lahko gradimo ponudbo v prihodnje • ki ima v sebi dovolj potenciala za razlikovanje od drugih • da ima v sebi dovolj močen komunikacijski naboj • da lahko skozi ta element identitete komuniciramo po principu zgodb
---	--

<ol style="list-style-type: none">1. Ivan Cankar2. Argonavti3. Argo ladja4. Stik Barja in Krasa5. Izviri Ljubljani-ostali izviri6. Prakolo7. Arheološke najdbe (NAJ ...)8. Zelena (Barje, reka, hribi)	<p>KOT GLAVNI ELEMENT IDENTITETE SO BILI OPREDELJENI:</p> <p style="text-align: center;">IZVIRI LJUBLJANICE</p> <p>Beseda izviri ima tudi simbolni pomen in izviri Ljubljani presegajo zgolj ozko razumevanje izvirov Ljubljani: Pomeni tudi:</p> <ul style="list-style-type: none">• Vrhnika kot izvir kulture (močna kulturna identiteta, ki jo opredeljuje Ivan Cankar)• Izvir zakladov Ljubljani in izviri pranajdb (kamor lahko uvrstimo celotno bogato arheološko identiteto Vrhnike)• Beseda izvir se nanaša tudi na izviren (izviren Cankar)
---	--

KAKO NAPREJ?

VIZIJA

»Če ne vemo, kam želimo, je vsaka pot prava. Vizija je v tem kontekstu neke vrste kompas. Torej gre za to, da si definiramo, kakšen je naš končni cilj in delno, kako bomo prišli do tega cilja. Glede na hitro spreminjajoče se okolje, recimo, da z vizijo vsaj označimo nekaj ključnih točk, na podlagi katerih se bomo kasneje v delovanju orientirali. Vizija je običajno izpeljana iz same ideje in predstavlja dolgoročni razvoj in stanje po implementaciji ideje. Torej kakšno bo stanje, ko bomo idejo do konca realizirali.

Pri viziji ne gre le za opis, kam se bo podjetje usmerilo v prihodnosti, kakšno bo in kaj naj počne. Dobra vizija izzove trenutni status quo v podjetju in prebudi njegove ustvarjalne potencialne. Postavi temelje za strateške načrte in scenarije, s katerimi podjetje predvidi poti, po katerih jo bo uresničevalo. Vizija ne sme biti sama sebi cilj, ne sme biti izolirana od dogajanja v podjetju, ampak mora izvirati iz njega. Učinkovita je le, če izraža dovolj vabljivo podobo prihodnosti, ki jo lahko podjetje doseže s primernim trudom. To pa lahko doseže le vizija, ki ne nastane »zunaj podjetja«, temveč pride od znotraj; le s takšno vizijo se podjetje in zaposleni res poistovetijo.« (ZIC delavnica, 2012)

VIZIJA NA PODROČJU TURIZMA NA VRHNIKI DO LETA 2020

Vrhnika bo v letu 2020v slovenskem merilu sinonim za lahko dostopno izletniško in počitniško destinacijo s privlačnimi celovitimi programi narave, kulture in rekreacije.

Vrhnika bo leta 2020 prepoznavna turistična destinacija v slovenskem merilu, postala bo tudi ena od dvajsetih najbolj priljubljenih točk ogleda za tujce, ki so že v Sloveniji. Imela bo vsebinsko in marketinško dodelane programe, ki jim bodo osnova naravna in kulturna dediščina ter šport in rekreacija, ki jih bo dopolnjevala dobra, pristna kulinarčna ponudba vrhniških gostiln. Osnovno vodilo pri razvoju, povezovanju, promociji in trženju ponudbe, je oblikovanje sodobnih, raznovrstnih, visoko-kakovostnih, trajnostnih in ekološko sprejemljivih programov, ki temeljijo na inovativnih in kakovostnih integralnih turističnih produktih in storitvah z visoko dodano vrednostjo in ciljem visokega zadovoljstva uporabnikov. Že obstoječe nastanitvene kapacitete bodo dobro zasedene, odprlo se bo tudi nekaj novih, ki bodo dopolnjevale obstoječo ponudbo (kamp, youth hostel, počivališče za avtodome ...). Argonavtski dnevi bodo postali prepoznavni po celi državi in se bodo uveljavili kot ena največjih prireditev. Posledično se bodo iz naslova »turizma« ustvarjala nova delovna mesta in v širšem kontekstu razvijal kraj. Vsa novo oblikovana ponudba bo temeljila na konceptu trajnostno usmerjenega turizma.

TEMELJNI STRATEŠKI CILJI

TEMELJNI STRATEŠKI CILJI TURIZMA NA VRHNIKI DO 31.12.2020:

1. Vzpostaviti blagovno znamko in priljubljeno turistično destinacijo »Vrhnika«.
2. Razviti ugodno okolje za razvoj podjetniških idej na področju turizma.
3. Okrepiti sodelovanje in povezovanje na ravni občine, regije in države.
4. Povečati obseg turistične dejavnosti:
 - 4.1. Povečati število prenočitev (2 % letna stopnja rasti),
 - 4.2. Povečati število turistov(30 % letna stopnja rasti),
 - 4.3. Povečati prihodke in dobiček iz naslova opravljanja gostinske in turistične dejavnosti(6-8 % letna stopnja rasti).

PRIORITETE DELOVANJA NA PODROČJU TURIZMA

Glede na vse doslej povedano lahko zaključimo, da se mora Vrhnika za doseganje preboja na področju turizma usmeriti v **razvoj, sodelovanje, povezovanje, oblikovanje, promocijo in izvajanje programov naravne in kulturne dediščine, kulinarike, športa in rekreacije ter razvoj (izbranih) prireditiv**. Problem, a hkrati tudi enkratna priložnost za vrhniški turizem je široka paleta doslej slabo ali neizkoriščenih potencialov, ki so med seboj neuskklajeni, nepovezani in razpršeni. Zato se določijo prioritete, ki pomenijo kompas za vse deležnike.

Vsebinske prioritete razvoja turizma na Vrhniki so razdeljene na šest sklopov, ki se bodo med seboj povezovali in dopolnjevali. V vsakem trenutku se ve, katere so prioritete delovanja, vse ostalo so dodatne možnosti oz. podporni programi. Vodilo za izbor prioritete so programi, ki so že (bili) prepoznavni v preteklosti in sedanjosti in imajo pogoje za razvoj in trženje v prihodnosti. Pomembno je, da govorimo o programih, ki imajo v slovenskem merilu že uveljavljeno ime, so del temeljne identitete kraja(nov!), zato je bistveno lažje komuniciranje z notranjimi in zunanji uporabniki. Drugi pomemben vidik oblikovanja prioritete so programi, ki so trajnostni, zeleni, eko ter skladni s sodobnimi trendi in potrebami turizma.

Manjši projekti se lahko spreminjajo, dodajajo k osnovni shemi, pomembno je, da podpirajo oz. so usklajeni z prioriteta. Ob zadostni količini vloženih sredstev bodo oživele vitalne točke, ki bodo potegnile za seboj razvoj kraja in zaledja. S tem se spodbuja razvoj vseh delov občine in podpira iniciativa občanov. Tudi kraj oz. mesto se mora vživeti v izvajanje prioritete, temu primerno slediti z urbano infrastrukturo in urbanističnim urejanjem. Prioritete so opredeljene glede na trenutno stanje, zato njihov vrstni red ni ključen.

VSEBINSKE PRIORITETE:

1. Prioriteta: **REKA LJUBLJANICA**
2. Prioriteta: **IVAN CANKAR**
3. Prioriteta: **ŠPORT IN REKREACIJA**
4. Prioriteta: **ARHEOLOGIJA**
5. Prioriteta: **BARJE**
6. Prioriteta: **PIREDITVE**

PRIORITETE, GLEDE NA PODROČJE DELOVANJA:

- A. RAZVOJ:** Razvoj turistične ponudbe in integralnih turističnih proizvodov.
- B. PROGRAMI:** Oblikovanje turističnih programov po ciljnih skupinah.
- C. SODELOVANJE:** Povezovanje navznoter (sodelovanje vseh ključnih deležnikov v občini Vrhnika) in navzven (s ključnimi deležniki na ravni KPLB, regije in nacionalno)
- D. PREPOZNAVANOST in PROMOCIJA:** Povečanje prepoznavnosti Vrhnike skozi učinkovite ciljne trženjske aktivnosti.

UJEMANJE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA V OBČINI VRHNIKA S STRATEŠKIMI DOKUMENTI V ŠIRŠEM PROSTORU

A. VIZIJA

Vizija **Strategije razvoja turizma v občini Vrhnika 2015-2020** je, da bo Vrhnika do leta 2020 v slovenskem merilu sinonim za lahko dostopno izletniško in počitniško destinacijo s privlačnimi celovitimi programi narave, kulture in rekreacije.

Vrhnika bo leta 2020 prepoznavna turistična destinacija v Slovenskem merilu, postala pa bo tudi ena od najbolj priljubljenih točk ogleda za tujce, ki so že v Sloveniji. Imela bo vsebinsko in marketinško dodelane programe, katerim bosta osnova naravna in kulturna dediščina ter šport in rekreacija, ki jih bo dopolnjevala dobra, pristna kulinarična ponudba vrhniških gostiln. Osnovno vodilo pri razvoju, povezovanju, promociji in trženju ponudbe, je oblikovanje sodobnih, raznovrstnih, visoko-kakovostnih, trajnostnih in ekološko sprejemljivih programov, ki temeljijo na inovativnih in kakovostnih integralnih turističnih produktih in storitvah z visoko dodano vrednostjo in ciljem visokega zadovoljstva uporabnikov. Že obstoječe nastanitvene kapacitete bodo dobro zasedene, odprlo se bo tudi nekaj novih, ki bodo dopolnjevale obstoječo ponudbo (kamp, youth hostel, počivališče za avtodome ...). Argonavtski dnevi bodo postali prepoznavni po celi državi in se bodo uveljavili kot ena največjih prireditev. Posledično se bodo iz naslova »turizma« ustvarjala nova delovna mesta in v širšem kontekstu razvijal kraj.

Vizija **Strategije razvoja občine Vrhnika 2006-2020** in Strategija razvoja turizma na Vrhniki se skladata, čeprav je krovna strategija Vrhnike na področju turizma manj ambiciozna od sektorske. Obe strategiji zagovarjata trajnostni razvoj, ki ohranja kakovost prostora in okolja ter spoštljiv odnos do naravne in kulturne dediščine, medobčinsko sodelovanje in zagotavljanje kvalitetnih pogojev za delo in bivanje. Podrobneje občinska strategija navaja, da Občina Vrhnika želi postati medobčinsko središče, ki zagotavlja kakovostno življenje vsem svojim prebivalcem in bo odprta za medobčinsko sodelovanje. Občina želi postati poznana po spoštljivem odnosu do naravne in kulturne dediščine ter prevzema pobudo pri skupnem razvoju in varstvu Ljubljanskega barja. Občina Vrhnika želi z umirjenim razvojem slediti načelom trajnostnega razvoja, vključno z uspešnim in vitalnim gospodarstvom, turizmom in kmetijstvom, ki ohranja kakovosti prostora in okolja in z zmerno rastjo števila prebivalcev, ki se priseljujejo zaradi prepoznane kvalitete bivanja. Občina Vrhnika bo gradila razvoj na lastnih razvojnih možnostih. Občina želi prebivalcem zagotoviti kvalitetne pogoje za delo in bivanje, tako da ne bo postala spalno naselje za Ljubljano.

Strategija razvoja turizma na Vrhniki je skladna tudi z vizijo **RDO Osrednja Slovenija**, katere vizija je »postati najbolj prepoznavna turistična regija v Sloveniji, ki privlačno turistično ponudbo gradi po trajnostnih načelih, identiteto pa ji daje edinstven preplet kreativne urbanosti prestolnice in privlačne avtentičnosti zelene okolice«.

Strategija razvoja turizma na Vrhniki se ujema tudi z vizijo **Strategije razvoja slovenskega turizma**, po kateri bo »...v letu 2016 turizem v Sloveniji temeljil na trajnostnem razvoju ter bo kot zelo uspešen gospodarski sektor narodnega gospodarstva ključno prispeval k družbeni blaginji in ugledu naše države v svetu. Slovenija bo razvita turistična destinacija s sodobno, raznovrstno in visoko-kakovostno turistično ponudbo, temelječo na inovativnih in kakovostnih integralnih turističnih proizvodih ter storitvah z visoko dodano vrednostjo in ciljem zadovoljstva turistov. S privlačnimi in raznovrstnimi turističnimi proizvodi bo postala zaželena destinacija tudi za turiste z oddaljenih trgov... Konkurenčnost je možno doseči le tako, da popolnoma sprejemamo trajnost.«

B. CILJI

Strategija razvoja turizma na Vrhniki 2015–2020 ima 4 temeljne cilje, ki jih v nadaljevanju podrobneje opredeljujejo konkretni cilji, ki se uresničujejo skozi predlagan nabor projektov:

Temeljni strateški cilji na področju turizma:

1. Vzpostavljena blagovna znamka in priljubljena turistična destinacija »Vrhnika«.
2. Razvito ugodno okolje za razvoj podjetniških idej na področju turizma.
3. Okrepljeno sodelovanje in povezovanje na ravni občine, regije in države.
4. Povečanje obsega turistične dejavnosti:
 - 4.1. Povečanje števila prenočitev (2 % letna stopnja rasti),
 - 4.2. Povečanje števila turistov (30 % letna stopnja rasti),
 - 4.3. Povečanje prihodkov in dobička iz naslova opravljanja gostinske in turistične dejavnosti (6-8 % letna stopnja rasti).

Strategija razvoja turizma na Vrhniki 2015-2020 se ujema z nekaterimi temeljnimi in sektorskimi cilji v **Strategiji razvoja občine Vrhnika 2006–2020**.

Temeljni cilji občine Vrhnika:

- Vrhnika, medobčinsko središče.
- Umirjen razvoj.
- Kvaliteten prostor in bivanje.
- Razpoznavnost in povezovanje v regionalnem okolju.

Cilji oz. ukrepi na področju turizma:

- Povečati turistični obisk;
- Povečati prihodke iz turizma.
- Izboljšati povezanost turistične ponudbe;
- Izboljšati trženje in promocijo turistične ponudbe ter oblikovati celostno turistično ponudbo;
- Izboljšati turistično infrastrukturo in kakovost ponudbe
- Urejati mesto Vrhnika in podeželje tako, da bo privlačno za razvoj turizma;
- Razvijati izletniški turizem, ki temelji na povezanosti zgodovinskih, kulturnih in naravnih entitet, z upoštevanjem ranljivosti okolja;
- Razvijati nove in dopolnilne možnosti za turistično ponudbo;
- Povečati vedenje nosilcev turistične ponudbe in drugih občanov o pomenu in razvojnih možnostih turistične dejavnosti;
- Okrepiti vlogo javnega zavoda »Zavod Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika« pri razvoju turistične dejavnosti.

Cilji Strategije razvoja turizma na Vrhniki se v veliki meri skladajo tudi s cilji **Strategije RDO Osrednja Slovenija**. Slednja opredeljuje kvantitativne in kvalitativne cilje, ki so podrobneje opisani in opredeljeni v omenjenem dokumentu:

KVANTITATIVNI CILJI

- Povečati obseg turističnega prometa
- Povečati turistično potrošnjo
- V načrtovanem obdobju (do leta 2016) povečati povprečno dnevno potrošnjo turistov v Ljubljani
- Drugi bolj specifični kvantitativni cilji
 - Povečati nastanitvene zmogljivosti v regiji
 - Odpreti nova delovna mesta v turistični dejavnosti

- Oblikovati 15 privlačnih in konkurenčnih krovnih turističnih programov

KVALITATIVNI CILJI:

- Razviti privlačno ponudbo & integralne turistične proizvode po trajnostnih načelih, ki bodo predstavljali dobro osnovo za izgradnjo prepoznavnosti regije Osrednja Slovenija in za pospeševanje obiska.
- Izboljšati kakovost ponudbe, ki bo omogočila kakovostno izkušnjo obiskovalca
- Izkoristiti pozitivne učinke destinacijske znamke Ljubljana in jih uspešno prenesti na celotno regijo ter skozi povezano, osredotočeno in inovativno promocijo & prodajo dosežati boljše trženjske učinke.

Cilji Strategije se skladajo s temeljnimi cilji **Strategijo razvoja slovenskega turizma**, ki predvideva:

- povečati obseg turistične dejavnosti (turistični promet: prihodki in dobiček iz naslova opravljanja gostinske in turistične dejavnosti, število turistov, število prenočitev):
- število prenočitev: 2 % (letna stopnja rasti),
- število turistov: 4 % (letna stopnja rasti),
- priliv iz naslova izvoza potovanj: 6 %-8 % (letna stopnja rasti).

INDIKATIVNI NABOR CILJEV IN PROJEKTNIH IDEJ

1. CILJ: VZPOSTAVITI BLAGOVNO ZNAMKO »VRHNIKA«

Aktivnosti:

1. Priprava marketinškega načrta vrhniškega turizma.
2. Vzpostavitev blagovne znamke Vrhnika.
3. Obeležitev 100-letnice smrti Ivana Cankarja.
4. Izvajanje rednih in občasnih učinkovitih promocijskih kampanj.
5. Postavitev informativnih tabel za Vrhniko ob avtocesti.
6. Vzpostavitev sodobnih komunikacijskih poti.
7. Vzpostavitev koncepta in piramide turističnih prireditev.
8. TIC Vrhnika postane osrednja turistično-informacijska točka za zahodno barjanske občine.
9. Pozitiven odnos občanov do turizma.

2. CILJ: RAZVITI UGODNO OKOLJE ZA RAZVOJ PODJETNIŠKIH IDEJ NA PODROČJU TURIZMA

Aktivnosti:

10. Povečanje finančnih virov iz razpisov.
11. Vzpostavitev centra interpretacije naravne in kulturne dediščine območja Vrhnike IUUV.
12. Obnova in revitalizacija starega mestnega jedra.
13. Celostna ureditev območja izvirov Retovje in Močilnik.
14. Povezovanje glavnih točk Vrhnike v mrežo.
15. Sprehajalne poti ob reki Ljubljanici, mestna plaža.
16. Preureditev/posodobitev Cankarjeve spominske hiše.
17. Obnova/revitalizacija Cankarjeve poti.
18. Ureditev planinskih poti na Planino nad Vrhniko.
19. Ureditev tematske poti na Zaplani.
20. Kolesarske poti in povezave po barju.
21. Plovnost in aktivnosti ob Ljubljanici.
22. Vzpostavitev arheoloških tematskih poti.
23. Ureditev naravnega rezervata Mali plac.
24. Ureditev naravnega spomenika Jurčevo šotišče.
25. Ureditev geološkega spomenika Kuclerjev kamnolom.
26. Vzpostavitev centra za kulturno dediščino – ribniki ob opekarni.
27. Spodbujanje novih nastanitvenih kapacitet.
28. Spodbujanje podpornih projektov in ostalih lokacij.
29. Kašče na Vrhniskem.
30. Vzpostavitev doživljajskega parka Vrhnika.
31. Nadgradnja znanj.

3. CILJ: OKREPITI SODELOVANJE IN POVEZOVANJE NA RAVNI OBČINE REGIJE IN DRŽAVE

Aktivnosti:

32. Nadgradnja obstoječih in razvoj novih, kreativnih turističnih programov in vodenj, skladno s načrtom trženja.
33. Povezovanje s turističnimi in ostalimi deležniki.
34. Vzpostavitev in okrepitev sodelovanja z »incoming« agencijami.

4. CILJ: POVEČATI OBSEG TURISTIČNE DEJAVNOSTI

Aktivnosti:

35. Revitalizacija športnega centra Ulovka.
36. Kompleks v Bistri.

37. Revitalizacija kompleksa Star maln.
38. Spremljanje kakovosti turistične ponudbe.
39. Statistika in raziskave turizma na Vrhniki.
40. Stalna skrb za urejen videz kraja.
41. Centralni rezervacijski sistem.
42. Spremljanje in dopolnjevanje strateškega načrta razvoja turizma.
43. Povezovanje velikih športnih in kulturnih dogodkov s turizmom.
44. Športni turizem.

AKCIJSKI NAČRT RAZVOJA TURIZMA 2015–2020

Aktivnosti so predstavljene s kratkim orisom projektov, s terminsko opredelitvijo oziroma dinamiko realizacije in nosilci, odgovornimi za realizacijo ter ostalimi partnerji v projektu, ki vplivajo na realizacijo projekta.

Akcijski načrt je potrebno razumeti kot okvir, za katerega avtorica tega dokumenta meni, da ga je potrebno uresničiti, če želimo doseči zastavljene cilje in s tem udejanjiti vizijo. Pri tem je pomembno, da nabor ciljev in projektov ni dokončen oz. da ne gre za zaprto listo le-teh, pač pa za odprt dokument, kjer so dobrodošle vse zamisli in predlogi, ki imajo možnost realizacije, hkrati pa so v sozvočju s strateškimi usmeritvami in cilji, ki jih prinaša osnovni dokument.

Roki pri posameznih aktivnostih so raztegnjeni na celotno obdobje, za katerega je izdelan osnovni dokument. Razloga za to sta vsaj dva: nekatere naloge so stalne, kar pomeni, da moramo za realizacijo le-teh skrbeti ves čas, vsako leto. Nekatere naloge so v tem trenutku rokovno še neopredeljene in so odvisne v veliki meri od finančnih in ostalih načrtov Občine Vrhnika, čemur se bodo prilagajali tako Zavod Ivana Cankarja Vrhnika kot ostali deležniki. V načrtu so tudi številne naloge, ki naj bi jih deležniki izvajali v okviru rednega delovanja, ali pa so del drugih, širših projektov. V teh primerih predvideni stroški niso podani.

Pri vseh opisih velja, da gre za informativen opis projekta; zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 1		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	1	Ime projekta:	MARKETINŠKI NAČRT TURIZMA VRHNIKA
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇨ Zunanji izvajalec/i		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2015	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Zasnova in priprava načrta (1.1.2015 – 31.12.2015)	
	Faza 2:	Implementiranje načrta v rednem delu (1.1.2016 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇨ 3.000 € ⇨ Predvideni finančni viri: Občina Vrhnika		
Kakovostni standardi:	⇨ Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije in države ter sorodnih vsebin ⇨ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma ⇨ Upoštevanje podobe in slogana blagovne znamke Vrhnike		
Kratek opis:	<p>Izdela se podroben marketinški načrt, ki upošteva strategijo, blagovno znamko ter upošteva realno stanje vrhniškega turizma. Podrobno opredeljuje katere promocijske aktivnosti se je potrebno posluževati za doseg čim boljšega učinka. Promocija se prepleta in je povezana z marketingom/trženjem.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Izdela se natančen načrt promocije in trženja kaj, komu, kdaj in kako ponujati. ● Načrt vsebuje izdelavo programov, ki so prilagojeni različnim ciljnim skupinam, trajanju in zahtevnosti. ● Oblikujejo se paketi/aranžmaji. ● Načrt opredeli učinkovite stalne in projektne kanale promocije in trženja. ● Načrt razvije koncept komuniciranja skozi zgodbe (Argonavti, Cankar, zgodbe in legende o naravni in kulturni dediščini). ● Izdelan je podroben sistem komunikacije preko tiskanega, elektronskega in ostalega promocijskega gradiva. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število končnih produktov-programov. ⇨ Število obiskovalcev vodenj.		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 1		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	2	Ime projekta:	UVELJAVITEV BLAGOVNE ZNAMKE »VRHNIKA«
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Vrhniška podjetja, organizacije in društva, krajevne skupnosti ⇒ Gostinci in nočitvene kapacitete še posebej ⇒ Turistični vodiči, ostali delavci in deležniki v turizmu 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Oblikovanje likovne podobe blagovne znamke Vrhnika, izdelava celostne grafične podobe (2015)	
	Faza 2:	Implementiranje blagovne znamke (2016 – 2020)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 5.000 € ⇒ Predvideni finančni viri: Občina Vrhnika 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Kvaliteten slogan in likovna podoba ⇒ Upoštevanje standardov oblikovanja in komuniciranja z javnostjo ⇒ Vključevanje oz. povezovanje lokalnih in regionalnih deležnikov ⇒ Edinstvenost, prepoznavnost, asociativnost 		
Kratek opis:	Izoblikuje se blagovna znamka »Vrhnika«, ki s sloganom in oblikovnim znakom nagovarja v prvi vrsti domačine, obstoječe ter potencialne obiskovalce kraja. Razvita blagovna znamka je implementirana v vsa trženjska orodja. Uporablja se v vseh segmentih komuniciranja, ne le v turizmu. Z blagovno znamko se morajo identificirati domačini do te mere, da jo sprejmejo za »svojo« in jo prostovoljno vključujejo, kamor je le možno. Zato mora biti povezovalna, občani jo morajo »začutiti« za svojo in se z njo identificirati. Blagovna znamka se obvezno uporablja v vsem turističnem komuniciranju navzven in navznoter, kjer je možno in smiselno pa tudi v občinski komunikaciji.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Zabeležena uporaba znaka na tiskanem gradivu ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 1		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	3	Ime projekta:	OBELEŽITEV 100-LETNICE CANKARJEVE SMRTI
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, prireditve		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za kulturo		
Skrbnik projekta:	župan		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, JSKD, Cankarjeva knjižnica Vrhnika ⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika, vsa področja ⇒ Društva, klubi, civilna iniciativa ⇒ Osnovne šole, vrtci, KVŠ ⇒ Društvo slovenskih pisateljev ⇒ Ostale spominske hiše in muzeji po Sloveniji 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2018	
	Terminski načrt:		
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Idejni načrt obeležitve (2015)	
	Faza 2:	Organizacija (2015-2017)	
	Faza 5:	Izvedba (2018)	
Predviden finančni obseg:	⇒ Predvideni finančni viri: Občina Vrhnika, razpisi, zasebniki		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ohranjanje kulturne dediščine, ⇒ Promocija kraja, revitalizacija imena in dediščine Ivana Cankarja. 		
Kratek opis:	Leta 2018 bo obeležitev 100-letnice smrti največjega slovenskega pisatelja in dramatika Ivana Cankarja. Ob tej obletnici ima občina Vrhnika priložnost, da skozi dobro premišljen in pripravljen program aktivnosti obudi ime in dediščino Ivana Cankarja v slovenskem prostoru. To pomeni za kraj veliko promocijo in uveljavitev Vrhnike kot kulturno bogatega kraja, ki nudi možnost literarnega oz. dediščinskega turizma.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Število obiskovalcev Cankarjeve spominske hiše, ⇒ Število prireditev oz. dogodkov, vezanih na ime Ivan Cankar. 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 1		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	4	Ime projekta:	REDNE IN OBČASNE PROMOCIJSKE KAMPANJE
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇨ Zunanji izvajalec/i		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Izdelan marketinški načrt turizma (2015)	
	Faza 2:	Implementiranje načrta (1.1.2016 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇨ Predvideni finančni viri: Občina Vrhnika, vključevanje v RDO in SPIRIT promocijo, co-branding.		
Kakovostni standardi:	⇨ Upoštevanje trendov, strategije in razmer na Vrhniki in širše. ⇨ Upoštevanje blagovne znamke Vrhnike.		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> ● Skladno z marketinškim načrtom se delajo intenzivne redne in občasne promocijske kampanje po Vrhniki, njeni okolici, regiji in Sloveniji. ● Kampanje so ciljne in predstavljajo konkretne produkte. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število promocijskih kampanj. ⇨ Zabeleženo in ocenjeno število obiskovalcev.		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 1		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	5	Ime projekta:	POSTAVITEV TABEL OB AVTOCESTI
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇨ Zunanji izvajalec/i		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Pridobitev soglasij (2015)	
	Faza 2:	Izdelava in postavitve tabel (2016)	
Predviden finančni obseg:	⇨ 20.000 € ⇨ Predvideni finančni viri: Občina Vrhnika.		
Kakovostni standardi:	⇨ Upoštevanje strategije. ⇨ Dvojezičnost oz. nazorna likovna ponazoritev. ⇨ Upoštevanje podobe in slogana blagovne znamke Vrhnike (kolikor je to možno).		
Kratek opis:	Ugodno prometno lega Vrhnike z vidika dostopnosti je potrebno izkoristiti v promocijske namene. Eden od korakov v to smer je postavitve turistično-informacijskih tabel ob avtocesti Ljubljana – Koper. Na tablah se izpostavi turistične produkte (na primer: TMS, izviri Ljubljani, Cankar).		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število postavljenih tabel. ⇨ Zabeleženo in ocenjeno število obiskovalcev.		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih sprememb so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 1		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	6	Ime projekta:	VZPOSTAVITEV SODOBNIH KOMUNIKACIJSKIH POTI
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇨ Gostinci in ponudniki turističnih storitev ⇨ Zunanji izvajalec/i		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Zasnova in priprava načrta (1.1.2015 – 31.12.2016)	
	Faza 2:	Implementiranje načrta v rednem delu (1.1.2016 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇨ 30.000 € ⇨ Predvideni finančni viri: Občina Vrhnika, razpisi, co-branding		
Kakovostni standardi:	⇨ Sodobni trendi v marketingu, tehnologiji in komuniciranju ⇨ Tehnološko sprejemljive rešitve, ki dopuščajo nadgradnjo ⇨ Upoštevanje podobe in slogana blagovne znamke Vrhnike		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Razvita in vzpostavljena so sodobna sredstva prezentacije, interpretacije in promocije: prezentacija dediščine na terenu, interaktivna spletna stran/portal, mobilne aplikacije za mobilne telefone, audio-video vodiči, zasloni na dotik, projekcije, ipd. • Vzpostavitev učinkovitega spletnega destinacijskega portala www.visitvrhnika.si, ki bo podpiral trženjske in promocijske aktivnosti za celotno območje Vrhnike. • Vzpostavitev sodobnega sistema predstavitvenega tiskanega in elektronskega promocijskega materiala. • Vključevanje v sodobne informacijske platforme, na primer: Facebook, Twitter, Tripadvisor, E-turist, ipd. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število zabeleženih uporabnikov storitev. ⇨ Zabeleženo in ocenjeno število obiskovalcev.		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 1		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	7	Ime projekta:	VZPOSTAVITEV KONCEPTA IN PIRAMIDE TURISTIČNIH PRIREDITEV
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Občina Vrhnika ⇨ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇨ Društva, podjetja, sponzorji.		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	

Glavne faze projekta:	Faza 1:	Zasnova in priprava načrta (1.1.2015 – 31.12.2015)
	Faza 2:	Implementiranje načrta v rednem delu (1.1.2016 – 31.12.2020)
Predviden finančni obseg:	⇒ Projekt direktno ne zahteva neposrednih finančnih sredstev, potegne pa za sabo spremembe finančnih struktur prireditvev.	
Kakovostni standardi:	⇒ Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije in države ter sorodnih vsebin. ⇒ Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.	
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Razviti prepoznavne koncepte turističnih prireditvev in znotraj tega vsebinsko nadgraditi dve osrednji prireditvi v občini. • Vsebinsko preoblikovanje in nadgradnja prireditve Cankarjevi dnevi. V program naj bi sodile uprizoritve Cankarjevih odrskih del, recitacije, branja, knjižne čajanke, okrogle mize, tečaji, delavnice, simpoziji, predavanja, razstave... vse to s tematiko Ivana Cankarja. Program je pametno oblikovati tako, da imajo obiskovalci potrebo po tem, da ostanejo v kraju več dni, torej da potrebujejo nočitve. Tako prireditvev postane kulturno-turistična. Del programa naj bi bil naravnani v smeri popularizacije dediščine Ivana Cankarja, na primer s prireditvijo »Skodelica kave«. • Vsebinsko preoblikovanje in nadgradnja prireditve Argonavtski dnevi. Koncept turizem/kultura/šport se lahko ohranja. Program pa je pametno oblikovati tako, da imajo obiskovalci potrebo po tem, da ostanejo v kraju več dni, torej da potrebujejo nočitve. Dodajati čim več vsebin, povezanih z lokalno identiteto, zgodovino, a na sodoben in dopadljiv način. Celotna rdeča ostanejo antični Argonavti, grška kultura, ki se ji pridružujejo tudi ostale pobratene občine/mesta. Vzajemna promocija v pobratenih občinah v smislu turizma, tudi izven tega obdobja. Graditi na uveljavljenih vsebinah (Noč na Vrhniki, Festival hrane), ki sčasoma preraščajo svoj okvir v tem smislu, da je možnih več sočasnih prizorišč s sorodnimi vsebinami. Oblikujejo se celostna doživetja, programi za različne skupine, pomembno pa je to tržiti. Noč na Vrhniki in Festival hrane velja še bolje izkoristiti kot promocijsko orodje za vrhniški turizem: oglaševanje v sklopu prireditve, stojnice z reklamnim materialom, hostese in hostesniki -Argonavti, itd. • Vse večje tradicionalne prireditve v občini se aktivno uporabljajo kot orodje promocije kraja/območja in obratno. <p>Ostali primeri oz. nabor idej za prireditve, v kolikor bodo na voljo ustrezni izvajalci, skrbniki projektov ter sredstva iz zasebnih virov ali razpisov:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Po poti cesarja Karla VI, iz leta 1728 2. Tekmovanje za pokal Jazonove pesti 3. S streharjem in deblakom na ogled Ljubljane 4. Srednjeveška Vrhnika 	
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇒ Število obiskovalcev prireditvev. ⇒ Število nočitev v času prireditvev.	

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 1		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	8	Ime projekta:	TIC VRHNIKA SE UVELJAVI KOT OSREDNJA TOČKA ZA ZAHODNOBARJANSKE OBČINE
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Delovanje		
Vodja projekta:	Vodja TIC-a Vrhnika		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Upravna enota Vrhnika ⇒ Vrhniška podjetja, organizacije in društva ⇒ Občine: Borovnica, Brezovica, Log-Dragomer, Dobrova-Polhov Gradec, Horjul in Logatec 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Redno in projektno delovanje TIC-a Vrhnika (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	Projekt v ožjem obsegu že poteka, v kolikor bo potekalo tesnejše sodelovanje, bo to zahtevalo konsenz in finance okoliških občin.		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Povezovanje ponudbe občin zahodnega ljubljanskega barja ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Vključevanje oz. povezovanje lokalnih in regionalnih deležnikov. 		
Kratek opis:	TIC Vrhnika postane osrednja turistično-informacijska točka za zahodno barjanske občine. Njegove naloge so razvoj, izvajanje in trženje turističnih programov, paketov/aranžmajev, spominkov in vodenj, organizacija vodniške službe, ažurne baze splošnih informacij, podatkov o nastanitvah, prireditvah, prodaja vstopnic, točka prostega dostopa do interneta. Spremlja in posreduje ažurne podatke o prireditvah v občini Vrhnika in sosednjih občinah. Pripravlja in trži posebne aranžmaje ob večjih turističnih prireditvah (Cankarjevi dnevi, Argonavtski dnevi). Je osrednja točka zbiranja in posredovanja informacij za vse našete občine.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Število partnerjev v sosednjih občinah. ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev TIC-a. 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 1		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	9	Ime projekta:	POZITIVEN ODNOS OBČANOV DO TURIZMA
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Delovanje		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika, Občina Vrhnika ⇨ Turistični vodiči, krajevne skupnosti ⇨ KPLB, MGML, RRA LUR, Turizem Ljubljana, Las barje ⇨ Društva, podjetja, sponzorji, gostinci, ostali deležniki turizma ⇨ Zunanji izvajalec/i		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Redno delovanje (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇨ Cca. 1.000 € letno, odvisno od ostalih realiziranih projektov ⇨ Predvideni finančni viri: Občina Vrhnika, razpisi, co-branding		
Kakovostni standardi:	⇨ Upoštevanje uveljavljenih standardov kakovosti v izobraževanju in v turizmu.		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Občasna predavanja, seminarji, posveti, delavnice za občane. Namen teh izobraževanj je osveščanje in spodbujanje občanov za pozitiven odnos do turizma. • Delitev dobrih praks iz drugih krajev, ideje za podjetništvo. • Komunikacija s prebivalci tudi preko medijev (članki v Našem časopisu, Facebook, ipd.) in obveščanje preko mailing list. • Nadaljevati s prakso brezplačnih vodenj za občane in vključevati nove programe vodenj. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število izobraževanj za občane ⇨ Število brezplačnih vodenj za občane in gostince		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	10	Ime projekta:	POVEČANJE FINANČNIH VIROV IZ RAZPISOV
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Projekti, delovanje		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇨ Las barje, Geografski inštitut Antona Melika ⇨ KPLB, MGML, RRA LUR, RDO - Turizem Ljubljana, ⇨ Zunanji izvajalec/i		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Odobritev Strategije razvoja turizma (1.1.2015 – 31.12.2015)	
	Faza 2:	Pridobivanja sredstev (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Kakovostni standardi:	⇨ Zasedovanje vrednot, vizije in ciljev tega dokumenta kot tudi Strategije občine Vrhnika		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Redno in aktivno spremljanje razpisov. • Javljanje na razpise. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število kandidatur na razpise ⇨ Število uspešnih prijav		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	11	Ime projekta:	VZPOSTAVITEV IN DELOVANJE CENTROV INTERPRETACIJE LJUBLJANICE
Naročnik projekta:		Občina Vrhnika	
Tip projekta:		Investicijski	
Vodja projekta:		Podžupan Občine Vrhnika	
Skrbnik projekta:		Občina Vrhnika	
Partnerji v projektu:		<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika ⇒ Muzej in galerije mesta Ljubljana ⇒ Krajski park Ljubljansko barje ⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Vrhniska podjetja, organizacije in društva ⇒ Ostala podjetja, posamezniki in organizacije v širšem območju 	
Časovni parametri:		Začetek projekta:	odvisno od prijav na evropske razpise
		Konec projekta:	odvisno od prijav na evropske razpise
Glavne faze projekta:		Faza 1:	Analiziranje naravne in kulturne dediščine območja (2012)
		Faza 2:	Priprava načrtov in strategije (2013) - MGML
		Faza 4:	Izvedba del na terenu (?)
		Faza 5:	Zagon programov in začetek delovanja (?)
Predviden finančni obseg:		<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 2.000.000 € ⇒ Predvideni finančni viri: Občina Vrhnika, razpisi, zasebniki 	
Kakovostni standardi:		<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Kvalitetna prezentacija naravne in kulturne dediščine, ki upošteva vsa varnostna in ostala strokovna merila. ⇒ Dostopnost predstavitve invalidom. ⇒ Razumljivost za tuje obiskovalce. ⇒ Različni nivoji zahtevnosti. ⇒ Možnosti tematskih predstavitev in delavnic za obiskovalce iz drugih krajev 	
Kratek opis:		<p>Občina Vrhnika je v sodelovanju z Mestnim muzejem in galerijami mesta Ljubljana pripravila celostni projekt revitalizacije naravne in kulturne dediščine Vrhnike. V ta namen je kot prva faza predvidena vzpostavitev doživljajskega centra v prostorih bivše šivalnice IUUV, katere del bi preuredili za namene prezentacije naravne in kulturne dediščine kraja, v naslednjih fazah pa je (med drugim) predvidena navezava na interpretacijski center oz. aktivnosti v Močilniku. Morebitni interpretacijski center naravne dediščine v Močilniku nadgrajuje in dopolnjuje center IUUV.</p> <p>V okviru doživljajskega centra IUUV se pripravijo kvalitetne in atraktivne video vsebine v slovenskem in angleškem jeziku. Predstavi se vsebina, ki dopolnjuje vodenja na terenu.</p>	
Merila oz. indikatorji ukrepa:		<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Število obiskovalcev interpretacijskega centra. ⇒ Število prireditev/dogodkov za občane znotraj centra. ⇒ Število prireditev/dogodkov za obiskovalce iz drugih krajev. 	

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	12	Ime projekta:	OBNOVA IN REVITALIZACIJA MESTNEGA JEDRA
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika		
Tip projekta:	Investicijski		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika ⇒ Upravna enota Vrhnika, krajevna skupnost ⇒ Arhitekturni biro, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Turistično društvo Blagajana, Muzejsko in ostala društva ⇒ Podjetja, posamezniki in organizacije v ožjem in širšem območju ⇒ RRA LUR, RDO, Turizem Ljubljana, KPLB, MGML 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2017	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Načrt posega (2017)	
	Faza 2:	Izvedba del na terenu (2017-2020)	
Predviden finančni obseg:	⇒ Predvideni finančni viri: zasebniki, Občina Vrhnika, razpisi.		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	<p>Obnovijo se pročelja zgradb po ožjem središču Vrhnike. Središče se uredi tudi arhitekturno. Obnavljajo se prednostno stavbe Stare ceste, Tržaške ceste, Cankarjevega trga, Sodnijskega trga ter Ljubljanske ceste. Vključitev parkov ob Tržaški cesti v celostno podobo mesta. Izoblikovati je potrebno center dogajanja, središčno točko, ki je trenutno ni. Sredstva se pridobivajo predvsem iz evropskih razpisov. Mehanizme za spodbudo ima tudi občina.</p> <p>Na eni od središčnih lokacij (na primer Park samostojnosti ali park pri Cankarjevem domu) se uredi Park veljakov, v katerem bodo postavljena obeležja/spomeniki pomembnim, uglednim Vrhnčanom.</p> <p>Posebna pozornost se nameni razglednim točkam, kot je Sveta Trojica, ki se jo z njeno kulturno dediščino in strateško lokacijo vključuje v turistične programe.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	13	Ime projekta:	CELOSTNA UREDITEV OBMOČJA IZVIROV MOČILNIK-RETOVJE
Naročnik projekta:	Zavod Ivana Cankarja Vrhnika Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, investicijski		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja Vrhnika Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Lastniki zemljišč, krajevne skupnosti ⇒ Muzej in galerije mesta Ljubljana ⇒ Krajinski park Ljubljansko barje ⇒ Vrhniska podjetja, organizacije in društva 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	2012	
	Konec projekta:	2016	
	Terminski načrt:		
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Analiziranje naravne in kulturne dediščine območja (2012)	
	Faza 2:	Priprava načrtov in dokumentacije (2013)	
	Faza 4:	Izvedba del na terenu (2014 dalje)	
		<ul style="list-style-type: none"> a. (prvi del) Ukrepov za povečanje varnosti in osveščenosti obiskovalcev, b. Postavitev informacijskih tabel na terenu 	
	Faza 5:	Izvedba del na terenu (2015-16): <ul style="list-style-type: none"> a. (drugi del) Ukrepov za povečanje varnosti in osveščenosti obiskovalcev b. Vzpostavitev tematske poti (po notranjosti terena med Močilnikom in Retovjem) 	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 50.000 € ⇒ Predvideni finančni viri: Občina Vrhnika, zasebniki, razpisi 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Kvalitetna prezentacija naravne in kulturne dediščine, ki upošteva vsa varnostna in ostala strokovna merila. ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost predstavitve invalidom. ⇒ Razumljivost za tuje obiskovalce. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	<p>Izviri Ljubljanice, še posebej Retovje in Močilnik se uredijo s turistično in splošno signalizacijo. Postavijo se informacijske table, ki predstavijo osnovne podatke o izviri in porečju Ljubljanice ter porečju Ljubljanice v bližini obeh skupin izvirov. Vmes so postavljene usmerjevalne table med eno in drugo lokacijo.</p> <p>Zaradi varnosti obiskovalcev so potrebni posegi v prostor, ki slednjega ne degradirajo, temveč zgolj zagotavljajo obiskovalcem varnost. Gre za zaščitne ograje, zaščitne mreže brvi, škarpe oz. sanacijo obstoječih škarp, utrjevanje terena, podporne zidove pri obstoječih objektih (most, cesta) in podobno.</p> <p>Med Močilnikom in Retovjem obiskovalci pogrešajo markirano pot po notranjosti terena. Glede na bogato naravno in kulturno dediščino ter že obstoječo rabo območja se uporabijo obstoječe poti, ki se markirajo, postavi se nujna signalizacija in tako označi pot na terenu. Kjer je</p>		

	potrebno, se teren nasuje, utrdi, uredi nekaj razglednih točk. Uredi se varen dostop do Velikega ali Malega okenca. Postavi se pomožna infrastruktura: klopce, igrala, itd. Na to pot bi bilo smiselno postaviti trim stezo ali drugo oblike rekreacijske dopolnitve.
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število individualnih obiskovalcev Močilnika in Retovja. ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev Močilnika in Retovja. ⇒ Število nočitev.

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	14	Ime projekta:	POVEZOVANJE GLAVNIH TOČK VRHNIKE V MREŽO
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, investicijski		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Upravna enota Vrhnika ⇒ Arhitekturni biro Delavnica ⇒ Krajinski park Ljubljansko barje ⇒ Mestni muzej, Narodni muzej Slovenije, Prirodoslovni muzej ⇒ Geografski inštitut Antona Melika ⇒ Podjetja, posamezniki in organizacije v ožjem in širšem območju ⇒ RRA LUR, Turizem Ljubljana. 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2014	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Idejni načrt (do 2017)	
	Faza 2:	Izvedba del na terenu (2017 –2020)	
Predviden finančni obseg:	⇒ Projekt je del obsežnejših projektov – tematska pot Močilnik – Retovje in Doživljajski center Ljubljanice in je na idejni ravni že izveden.		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	<p>Glavne točke mesta morajo biti lahko dostopne, pretočne, prijetne, urejene, predvsem pa med seboj boljše povezane kot doslej. Obiskovalec mora začutiti kraj kot privlačen in prijeten. Glavne točke mesta (občina, Sv. Trojica, Sodnijski trg-tržnica, Park samostojnosti, Stara cesta, center Loka, Enajsta šola) delujejo razdrobljeno. Nikjer ni čutiti »duha« kraja in njegove okolice. Kraj v sedanosti obiskovalcu izpričuje tranzitnost in ga ne nagovarja, da se v njem lahko zadrži za krajši ali daljši čas. Kraj mora dobiti več urbane opreme in programov. V duhu revitalizacije starega mestnega jedra, bi bilo potrebno tudi zapreti Staro cesto, jo nameniti pešcem, kolesarjem in oživljati z dogodki.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	15	Ime projekta:	SPREHAJALNE POTI OB LJUBLJANICI IN MESTNA PLAŽA
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika		
Tip projekta:	Investicijski		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Upravna enota Vrhnika ⇒ Lastniki zemljišč, krajevne skupnosti ⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Vrhniška podjetja, organizacije in društva ⇒ KPLB, ZVND, ZVKD, Vodna skupnost, MK, MKO, ... ⇒ RRA LUR, RDO Osrednja Slovenija 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2016	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Idejni načrt (2016)	
	Faza 2:	Pridobivanje dovoljenj, soglasij, ureditev lastniških razmerij (2017)	
	Faza 4:	Dela na terenu (2018-2020)	
	Faza 5:	Urbana in vsebinska ureditev območja (2019-2020)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 500.000 € ⇒ Občina Vrhnika, razpisi 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Vključenost v vsakdanje življenje občanov. 		
Kratek opis:	<p>Na brežini se uredijo sprehajalne poti ob reki Ljubljanici. V prostor bo to predvidoma vneslo novo dinamiko gibanja prebivalcev, nudilo sprostitvev, oddih in novo točko druženja. Poti se opremijo z urbano opremo in signalizacijo. Del tematskih poti po Vrhniki predstavljajo tudi sprehajalne poti, ki so stičišče narave in kulturne dediščine območja. Tu dobijo obiskovalci nove ideje za odkrivanje ostalih točk po okolici, ali pa si zgolj oddahnejo v naravi v središču mesta. Na voljo so različne dejavnosti: najem športne opreme, ponudba športnih aktivnosti, gostinstvo in trgovina, ipd.</p> <p>V kolikor bodo razmere dopuščale, se vzpostavi mestna plaža z naravnim kopališčem, kar bi bilo z vidika turizma eno najpomembnejših dejanj za razvoj panoge in kraja.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Zabeleženo število dnevni obiskovalcev območja. ⇒ Ocenjeno število dnevni obiskovalcev območja. ⇒ Število nočitev. 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	16	Ime projekta:	(PRE)UREDITEV/POSODOBITEV CANKARJEVE SPOMINSKE HIŠE
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, investicijski		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za kulturo		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Upravna enota Vrhnika ⇒ Vrhniška podjetja, organizacije in društva ⇒ Društvo slovenskih pisateljev/Slovenska pisateljska pot/PEN ⇒ Zavod za varstvo kulturne dediščine, PE Ljubljana ⇒ RRA LUR, RDO Osrednja Slovenija ⇒ Ostale spominske hiše in muzeji po Sloveniji 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2017	
	Terminski načrt:		
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Analiziranje obstoječega stanja, idejni načrt (2014)	
	Faza 2:	Izvedba preureditve/posodobitve notranjosti hiše (2015-2016)	
	Faza 5:	Zagon novih vsebin (2017)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 40.000 € ⇒ Občina Vrhnika, razpisi 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ohranjanje kulturne dediščine, zaščita objekta in inventarja. ⇒ Varnost obiskovalcev in osebja. ⇒ Upoštevanje zakonodaje in smernic ZVKD. 		
Kratek opis:	Cankarjeva spominska hiša potrebuje vrsto manjših, dobro premišljenih ukrepov za doseganje boljšega obiska in večje prepoznavnosti tako objekta samega kot predvsem pisatelja Ivana Cankarja. Izvedejo se dovoljeni ukrepi v prostor, njegovo okolico in virtualnost, s čimer hiša ponovno postane turistična privlačnost. Hiša v nadaljevanju potrebuje predvsem kvalitetno delovanje na področju marketinga, s čimer ustvarja »ime« širši destinaciji.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Število obiskovalcev Cankarjeve spominske hiše – individualni obiskovalci. ⇒ Število obiskovalcev Cankarjeve spominske hiše – skupinski obiskovalci. ⇒ Število prireditvev oz. dogodkov, vezanih na ime Ivan Cankar in spominsko hišo. 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	17	Ime projekta:	PREUREDITEV OZ. REVITALIZACIJA CANKARJEVE POTI
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, investicijski		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Vrhniška podjetja, organizacije in društva ⇒ Društvo slovenskih pisateljev/Slovenska pisateljska pot/PEN ⇒ Zavod za varstvo kulturne dediščine, PE Ljubljana ⇒ RRA LUR, RDO Osrednja Slovenija ⇒ Ostale spominske hiše in muzeji po Sloveniji 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Vključitev v projekt Slovenska pisateljska pot (2013)	
	Faza 2:	Izvedba projekta na terenu (1.1.2014 – 31.12.2017)	
	Faza 3:	Izvajanje vodenj, analiza in spremljanje odziva (1.1.2017 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 40.000 € ⇒ Občina Vrhnika, razpisi, Slovenska pisateljska pot 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ohranjanje kulturne dediščine, zaščita objekta in inventarja. ⇒ Varnost obiskovalcev in osebja. ⇒ Upoštevanje zakonodaje in smernic ZVKD. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	<p>Družina Ivana Cankarja je domovala po številnih hišah po Vrhniki, zato so pred več kot tremi desetletji postavili obeležja. V današnjem času ta medij sporočil ni več zadosten in je zastarel. Sama pot poteka po središču Vrhnike in je tako zaradi vsebine same kot tudi lokacije izredno primerna za interpretacijo. Posamezne točke bi morale biti označene večplastno, tako da podajo več informacij o pisatelju in kraju na moderen, privlačen in poljuden način. Sedanja obeležja (17 točk) bi zaradi kvalitete kulturne dediščine, ki jih odlikuje, ohranili. Dodati pa jim je potrebno moderne pristope in tehnologijo, več zanimivih podatkov, anekdot, zgodb in vse skupaj zapakirati v privlačno celoto. S tem bi dobili novo tematsko pot v prvi vrsti za domačine, saj bi jim približala Ivana Cankarja, njegovo življenje in delo, s čimer bi kraj zaživel s Cankarjem, domačini pa bi ga bolje spoznali, kar je izredno pomembno pri njihovi identiteti ter občine kot celote. Pot je namenjena tudi za naključne obiskovalce, za vodene skupine ter izhodišče za študijske ekskurzije za študente, slaviste oz. strokovnjake.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Število naključnih obiskovalcev poti ⇒ Evidentirano število obiskovalcev poti 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	18	Ime projekta:	UREDITEV PLANINSKIH POTI IN ZAVETIŠČA NA PLANINI
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, investicijski		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Planinsko društvo Vrhnika, krajevna skupnost ⇒ Ostala podjetja, posamezniki, društva in organizacije v širšem območju, TD Blagajana ⇒ Sponzorji & donatorji 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Priprava vsebin, podatkov (2015)	
	Faza 2:	Pridobitev dovoljenj in soglasij (2015/16)	
	Faza 3:	Izvedba na terenu (16/17)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 20.000 € ⇒ Občina Vrhnika, zasebni investitorji, prostovoljni prispevki 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	<p>Pohodniške poti na Planino se opremi z dodatnimi smerokazi in usmerjevalnimi tablami. Na izbranih lokacijah se postavijo informacijske table. Pot se opremi z dodatnimi klopami, po potrebi utrdi in nasuje teren, kjer je to potrebno.</p> <p>Poleg ureditve tematskih poti naj bi projekt vključeval tudi postavitve novega objekta zavetišča. Projekt se financira iz zasebnih virov, ob pomoči občine pri pridobivanju dovoljenj.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	19	Ime projekta:	UREDITEV TEMATSKE POTI NA ZAPLANI
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, investicijski		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika, ⇒ Planinsko društvo Vrhnika, ⇒ Gostilna Mesec, lokalni prebivalci, krajevna skupnost ⇒ Ostala podjetja, posamezniki in organizacije v širšem in ožjem območju, TD Blagajana, Inštitut Ivana Michlerja, Muzejsko društvo Vrhnika, ZVND ⇒ Sponzorji & donatorji 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2017	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Priprava vsebin (1.1.2015 – 31.5.2015)	
	Faza 2:	Pridobitev soglasij in dovoljenj na terenu (1.1.2015 – 31.12.2015)	
	Faza 3:	Izvedba na terenu (1.1.2016 – 31.12.2017)	
	Faza 6:	Promocija produkta med domačini in ostalimi (1.9.2017 – 31.12.2017)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 60.000 € ⇒ Občina Vrhnika, razpisi, zasebni investitorji 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	<p>Na Zaplani nad Vrhniko je več zanimivih arheoloških in ostalih zgodovinskih ostankov, ki bi jih bilo smiselno povezati v tematsko učno pot, ki bi domačine ozaveščala, obiskovalcem pa nudila razlago zgodovine kraja. V tematsko pot bi vključili že identificirane zanimivosti in jih povezali z lokalno turistično ponudbo (gostilne, nastanitve, maketa rimskega zidu, morebitna interpretacijska soba). Uredijo se informacijske table, klopi, smerokazi, razgledne točke, obnovitev Napoleonovega vodnjaka, rekonstrukcija bunkerja in rekonstrukcija ali ponazoritev dela rimskega zidu.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	20	Ime projekta:	KOLESARSKE POTI IN POVEZAVEPO BARJU
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Krajinski park Ljubljansko barje ⇒ Krajevne skupnosti ⇒ Turizem Ljubljana, RRA LUR ⇒ Vrhniška podjetja, organizacije in društva ⇒ Ostala podjetja, posamezniki in organizacije v širšem območju ⇒ Sponzorji & donatorji 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2016	
	Konec projekta:	31.12.2020	
	Terminski načrt:		
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Načrtovanje (1.1.2016 – 31.12.2016)	
	Faza 2:	Pridobitev dovoljenj (1.1.2017 – 31.12.2017)	
	Faza 3:	Izvedba na terenu (1.1.2017 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 60.000 € ⇒ Občina Vrhnika, razpisi, LAS Barje, RRA LUR 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. 		
Kratek opis:	<p>V okviru regijskega sodelovanja in povezovanj z barjanskimi občinami se urejajo kolesarske poti po vrhniškem delu barja. Uporabijo se obstoječe pešpoti, kolesarske steze, kolovozi, gozdne in ostale cestne povezave. Dodajo se potrebne oznake, smerokazi, kjer pa je potrebno, se uredi teren. Vzpostavi se kolesarska povezava (most, splav ali podobno) med Bevkami in Bistro.</p> <p>Preučijo se možnosti vzpostavitve novih kolesarskih poti in "downhill" steze na Pokojišču.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	21	Ime projekta:	PLOVNOST IN AKTIVNOSTI OB LJUBLJANICI
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, investicijski		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	⇨ Občina Vrhnika, Upravna enota Vrhnika ⇨ Vodna skupnost RS, krajevne skupnosti ⇨ Krajinski park Ljubljansko barje, MGML, RRA LUR ⇨ Podjetja, posamezniki in organizacije v širšem območju ⇨ Resorna ministrstva, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
	Terminski načrt:		
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Priprava načrtov (1.1.2016 – 31.12.2017)	
	Faza 2:	Pridobivanje dovoljenj (1.1.2016 – 31.12.2017)	
	Faza 3:	Posegi na terenu (1.1.2017 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇨ 100.000 € ⇨ Občina Vrhnika, razpisi, zasebni investitorji		
Kakovostni standardi:	⇨ Varnost za obiskovalce. ⇨ Dostopnost za invalide. ⇨ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma.		
Kratek opis:	<p>Ljubljana kot eden glavnih motivov obiska Vrhnike je z vidika trženja popolnoma neizkoriščena. Potrebna je vzpostavitev pogojev in dovoljenj za izvajanje aktivnosti za oživitev dogajanja ob Ljubljani in večjega izkoriščanja reke in njenih bregov v turistične namene. Uredijo se pristani ter pristanišče za čolne ter kajake in kanuje na mirnih vodah. Po možnosti naj bi se dela izvajala v sklopu sprehajalnih poti ob Ljubljani, s čimer bi bil projekt smiselno zaokrožen. Uredila naj bi se 4 pristanišča po vrhniškem delu toka Ljubljane. Reka Ljubljana v turističnem smislu in zavedanju občanov ni dovolj prisotna. Ko bodo sprehajalne poti fizično urejene, se tja umešča urbano opremo ter dogajanje, kot primer:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Odprtje Argonavtskih dni. ● Športna tekmovanja na mirnih vodah. ● Plovila za turistično vožnjo in najem. <p>Ostale podporne dejavnosti, kot že opisano.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇨ Zabeleženo število obiskovalcev		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	22	Ime projekta:	VZPOSTAVITEV ARHEOLOŠKIH TEMATSKIH POTI
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Upravna enota Vrhnika, krajevne skupnosti ⇒ Krajinski park Ljubljansko barje, Muzejsko društvo Vrhnika ⇒ Mestni muzej, Narodni muzej Slovenije, Prirodoslovni muzej ⇒ Geografski inštitut Antona Melika TD Blagajana, Inštitut Ivana Michlerja, Muzejsko društvo Vrhnika, ZVKD in ZVND ⇒ Podjetja, posamezniki in organizacije v ožjem in širšem območju ⇒ RRA LUR, RDO - Turizem Ljubljana, LAS Barje 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2017	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Natančen načrt posega (2016)	
	Faza 2:	Izvedba del na terenu (2017-2020)	
	Faza 4:	Uvedba vodenj, programov in prireditev (1.1.2017 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 60.000 €* ⇒ Občina Vrhnika, razpisi, zasebniki 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	<p>Zaradi številnih arheoloških odkritij na območju občine Vrhnika, je za turista/obiskovalca lahko izjemno zanimiva izkušnja obiska tematske arheološke učne poti. Arheološka pot se bo vklapljala v ostale tematske poti in vozlišča, a bo potekala po najpomembnejših točkah odkritij. Predvidene so tri trase poti, ki se med seboj dopolnjujejo, vsaka pa ima svoje značilnosti. Arheološka pot bo na poljuden, zabaven in interaktiven način predstavljala bogato daljno zgodovino območja. Pot bo možno prehoditi, še lažje pa prekolesariti.</p> <p>*Finančni obseg predvideva tudi rekonstrukcijo ali maketo na terenu ene od znamenitih najdb.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	23	Ime projekta:	UREDITEV NARAVNEGA REZERVATA MALI PLAC
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Upravna enota Vrhnika, Krajevna skupnost ⇒ Krajinski park Ljubljansko barje ⇒ Mestni muzej, Prirodoslovni muzej, ZVND ⇒ Geografski inštitut Antona Melika, LAS Barje ⇒ Podjetja, posamezniki in organizacije v ožjem in širšem območju ⇒ RRA LUR, RDO - Turizem Ljubljana. 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
	Terminski načrt:		
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Idejni načrt (2015)	
	Faza 2:	Natančen načrt posega (2016)	
	Faza 3:	Izvedba del na terenu (2016-2017)	
	Faza 4:	Vpeljava novih vodenj (2018)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 60.000 € ⇒ Občina Vrhnika, razpisi. 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	Naravni rezervat Mali plac kot ena največjih naravnih znamenitosti v tem delu Slovenije se opremi s pohodnim mostom. S tem se hkrati zaščiti naravo pred negativnimi posledicami obiskovalcev, hkrati pa obiskovalcem na bolj kvaliteten način prikaže naravoslovne vsebine rezervata. Območje se uredi z dodatno informacijsko in prometno signalizacijo. V bližini, kjer teren to dopušča, se uredi parkirišče.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	24	Ime projekta:	UREDITEV NARAVNEGA SPOMENIKA JURČEVO ŠOTIŠČE
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Upravna enota Vrhnika ⇒ Krajinski park Ljubljansko barje ⇒ Mestni muzej, Narodni muzej Slovenije, Prirodoslovni muzej ⇒ Geografski inštitut Antona Melika, LAS Barje ⇒ Podjetja, posamezniki in organizacije v ožjem in širšem območju ⇒ RRA LUR, RDO - Turizem Ljubljana, ZVND. 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2017	
	Konec projekta:	31.12.2017	
	Terminski načrt:		
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Načrt posega (do 1.5.2017)	
	Faza 2:	Izvedba del na terenu (1.6.2017 – 31.12.2017)	
	Faza 3:	Vpeljava novih vodenj (1.1.2020 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 20.000 € ⇒ Občina Vrhnika, razpisi. 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	Naravni spomenik Mali plac se uredi za prikaz nastanka in izginotja šote na terenu. Območje se tako še dodatno zaščiti pred negativnimi posledicami obiskovalcev. Tudi to območje se uredi z dodatno informacijsko in prometno signalizacijo. V bližini, kjer teren to dopušča, se uredi parkirišče.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 3	
Projekt št:	25	Ime projekta:	UREDITEV GEOLOŠKEGA SPOMENIKA KUCLERJEV KAMNOLOM
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Upravna enota Vrhnika, krajevna skupnost ⇒ Krajinski park Ljubljansko barje ⇒ Mestni muzej, Prirodoslovni muzej, ZVND ⇒ Geografski inštitut Antona Melika, LAS Barje ⇒ Podjetja, posamezniki in organizacije v ožjem in širšem območju ⇒ RRA LUR, RDO -Turizem Ljubljana. 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2017	
	Konec projekta:	31.12.2017	
	Terminski načrt:		
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Načrt posega (do 1.5.2017)	
	Faza 2:	Izvedba del na terenu (1.6.2017 – 31.12.2017)	
	Faza 3:	Vpeljava novih vodenj (1.1.2018 – 31.12.2019)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 30.000 € ⇒ Občina Vrhnika, razpisi, zasebni investitor. 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	Kuclerjev kamnolom je pomemben geološki spomenik, prava učilnica geologije v naravi. Potrebno je obnoviti steber, urediti okolico in vzpostaviti dodatno informacijsko in prometno signalizacijo. V bližini, kjer teren to dopušča, se uredi parkirišče.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 3	
Projekt št:	26	Ime projekta:	VZPOSTAVITEV CENTRA ZA KULTURNO DEDIŠČINO – RIBNIKI OB OPEKARNI
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika, zasebni investitorji		
Tip projekta:	Investicijski		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika ⇒ Upravna enota Vrhnika, krajevna skupnost ⇒ Krajinski park Ljubljansko barje ⇒ Mestni muzej, Narodni muzej Slovenije, Prirodoslovni muzej ⇒ Zasebni investitorji ⇒ Podjetja, posamezniki in organizacije v ožjem in širšem območju ⇒ RRA LUR, LAS Barje, RDO - Turizem Ljubljana ⇒ ZVND, ZVKD, DOPPS ⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2017	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Načrt posega (2017)	
	Faza 2:	Izvedba del na terenu (2018-2019)	
	Faza 3:	Vpeljava novih vodenj (2020)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 300.000 € ⇒ Občina Vrhnika, razpisi, Mestni muzej Ljubljana, zasebni investitor. 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	<p>Cilj Mestnega muzeja in galerij mesta Ljubljana je vzpostavitev informacijskega središča za kulturno dediščino ob ribnikih pri bivši opekarni. Omenjena institucija bi s širjenjem svoje dejavnosti na novo lokacijo vzpostavila tudi depozitorij za moker les ter izvajala delavnice. Prostor je zanimiv tudi z vidika športa, rekreacije in turističnega obiska ob ustrezno urejeni infrastrukturi. Prostor je primeren in predviden za izkoriščanje za potrebe ribičije, čolnarjenja in podobnih aktivnosti.</p> <p>Še posebej je prostor vredno izkoristiti z vidika postavitve koliščarskega naselja, kjer bi se lahko ponujala zanimiva dodatna ponudba prenočitvenih kapacitet. Lokacija bi bila lahko (ob primerni ureditvi) primerna tudi za vzpostavitev kampa.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 3	
Projekt št:	27	Ime projekta:	SPODBUJANJE NOVIH NASTANITVENIH KAPACITET
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika		
Tip projekta:	Investicijski, razvojni		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Zasebna iniciativa ⇒ Občina Vrhnika ⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Podjetja, posamezniki in organizacije v ožjem in širšem območju ⇒ RRA LUR, RDO - Turizem Ljubljana. 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	2015-2020	
Predviden finančni obseg:	⇒ Zasebni investitorji.		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	V Vrhniskem TIC-u obiskovalci pogosto povprašujejo po turističnih kapacitetah, ki jih trenutno v kraju ali okolici ni v ponudbi. To so: kamp, parkirišče za avtodome, youth hostel, glamping, ipd. Zato se bo spodbujalo zasebno iniciativo na tem področju.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Število obiskovalcev in povpraševanj v TIC-u. ⇒ Število nočitev. 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 3	
Projekt št:	28	Ime projekta:	SPODBUJANJE PODPORNIH PROJEKTOV IN OSTALIH LOKACIJ
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, investicijski		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Upravna enota Vrhnika ⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika, krajevne skupnosti, društva ⇒ Mestni muzej, Narodni muzej Slovenije, Prirodoslovni muzej ⇒ KPLB, LAS Barje, Krajinski park Ljubljansko barje ⇒ Podjetja, posamezniki in organizacije v ožjem in širšem območju ⇒ RRA LUR, RDO - Turizem Ljubljana. 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Izvedba se prilagaja glede na situacijo	
Predviden finančni obseg:	⇒ Zasebniki, Občina Vrhnika, razpisi, krajevne skupnosti.		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	<p>Za zagon turizma so poleg gostinske in nastanitvene ponudbe izjemno pomembni podporni projekti, ki krepijo učinke prioriternih programov. Cel kraj mora nuditi obiskovalcem in domačinom čim boljše dostopnost, dovolj atrakcij in aktivnosti, da se v njem zadržujejo ter dobro počutijo. Poskrbeti je potrebno za različne ciljne skupine in njihove potrebe. Na primer: za mlade družine so pomembna kvalitetna javna igrala na zanimivih lokacijah in ustrezna gostinska ponudba. Za posameznike bi ob tematskih poteh uredili nekaj rekreacijskih točk. Obiskovalcem iz Ljubljane se ponuja in promovira povezava z LPP. Na vseh lokacijah je bistvenega pomena navezava na lokalno podjetništvo, predvsem gostinstvo, športne in ostale storitvene dejavnosti (na primer: izposoja športne opreme, športne aktivnosti, ribičija, plezanje, študijske ekskurzije, literarna doživetja, ipd).</p> <p>Podpirajo in spodbujajo se tudi aktivnosti izven mesta Vrhnike, kjer obstaja zasebna iniciativa. Na primer: Podlipa in Pokojišče imata neizkoriščene potencialne, ki se jih lahko vključi v turistično ponudbo občine oz. območja in podobno. Podlipa se bo vključevala v ponudbo Vrhnike kot »oaza miru«, s svojo romarsko potjo ter drugimi svojimi znamenitostmi, kot so: rože blagajane, Pajsarjeva jama, Kovtrov mlin, literati. Vse to naj bi s pomočjo g. Borisa Kononenka povezali v lutkovno-gledališko predstavo za obiskovalce, ki bi nadomeščala klasična vodenja.</p> <p>Spodbuja se tudi razvoj turističnih kmetij predvsem na Pokojišču, v Podlipi, Ligojni, Smrečju, Bevkah in Blatni Brezovici</p> <p>Naslednjo vrsto potencialov predstavljajo poroke na Vrhniskem, ki se že vršijo v Bistri pri Vrhniki. Obstaja še nekaj možnosti, ki bi jih bilo možno tržiti kot poročne lokacije. Občina kot celota bi se lahko s celostnim projektom predstavljala kot poročna destinacija na sejnih in podobno</p>		

	<p>usmerjenih prireditvah in dogodkih.</p> <p>Ostali primeri oz. nabor idej za programe, v kolikor bodo na voljo ustrezni izvajalci, skrbniki projektov ter sredstva iz zasebnih virov ali razpisov:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Priprava iger za predšolske otroke, učence in odrasle 2. Postavitev Argo parka oz. otroškega igrišča 3. Razvoj spominkov
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<p>⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev</p> <p>⇒ Zabeleženo število obiskovalcev</p>

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	29	Ime projekta:	VZPOSTAVITEV DOŽIVLJAJSKEGA PARKA
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:	Občina Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇒ Zasebni investitor		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2016	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Vzpostavitev doživljajskega parka	
	Faza 2:	Podporne aktivnosti projektu	
Predviden finančni obseg:	⇒ Javno-zasebno partnerstvo.		
Kakovostni standardi:	<p>⇒ Dodatna turistična ponudba oz. atrakcija.</p> <p>⇒ Varnost za obiskovalce.</p> <p>⇒ Razumljivost za slovenske in tuje obiskovalce.</p> <p>⇒ Dostop za invalide.</p> <p>⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika.</p>		
Kratek opis:	Na Stari Vrhniki so zapuščeni prostori bivše vojašnice, okrog je veliko zemljišča. Prostor bi bil lahko ob finančnem vložku zasebnega kapitala izkoriščen za namen postavitve turistične atrakcije. Vzpostavi se tematsko-adrenalinski park (tema so Argonavti + pripadajoča ponudba npr. kulinarika, 'team-buildingi', zabava za otroke in odrasle).		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<p>⇒ Število obiskovalcev.</p> <p>⇒ Število prireditev oz. dogodkov v objektu na leto.</p>		

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 3	
Projekt št:	30	Ime projekta:	KAŠČE NA VRHNIŠKEM
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:	Krajevne skupnosti		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Krajevne skupnosti in posamezniki-krajani ⇒ Muzejsko društvo Vrhnika ⇒ Turistično društvo Blagajana Vrhnika ⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Vrhniška podjetja, organizacije in društva ⇒ Sponzorji & donatorji 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Revitalizacija Miklčeve kašče (2016)	
	Faza 2:	Podporne aktivnosti projektu Kašče na Vrhniškem (2017-2020)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 30.000,00 € ⇒ Občina Vrhnika, razpisi, društva, krajevna skupnost. 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Kvalitetna predstavitev kraja in zgodovine vasi Verd. ⇒ Dodatna turistična ponudba oz. točka ogleda ob izvirih Ljubljance. ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Razumljivost za slovenske in tuje obiskovalce. ⇒ Dostop za invalide. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	<p>Skladno s finančnimi in kadrovskimi možnostmi se urejajo kot dodatna turistična ponudba kašče na Vrhniku in v okolici. Kot primer navajamo kaščo v Verdu, ki ima dobre možnosti za vključitev v turistično ponudbo zaradi dostopnosti, dobre lokacije, ohranjenosti in njene kulturne vrednosti.</p> <p>Galerija Kašča je arhitekturni in zgodovinski spomenik. Ker je zgradba dobro ohranjena, je možno njeno notranjost izkoristiti kot razstavni prostor, za stalne in občasne razstave. Glede na velik interes krajanov Verda po prezentaciji naravne in kulturne dediščine tega območja, bo Kašča zelo primeren prostor, ki bo nudil prostor stalni razstavi, po potrebi pa tudi začasnim razstavam ali drugim dogodkom v kraju. Urejena galerija Kašča bo tudi dopolnjevala turistično ponudbo območja. Obiskovalci jo bodo lahko obiskovali v sklopu vodenj po izvirih Ljubljance ali samostojno.</p>		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Število obiskovalcev kašč. ⇒ Število prireditev oz. dogodkov v objektu na leto. 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 3	
Projekt št:	31	Ime projekta:	NADGRADNJA ZNANJ
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, delovanje		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika, Občina Vrhnika ⇨ Turistični vodiči, društva ⇨ KPLB, MGML, RRA LUR, Turizem Ljubljana, Las barje ⇨ Društva, podjetja, sponzorji, gostinci, ostali deležniki turizma ⇨ Zunanji izvajalec/i		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Redna oz. sprotne izobraževanja (1.1.2015 – 31.12.2020)	
	Faza 2:	Izobraževanja o novih programih (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇨ 1.000 – 3.000 € na eno izobraževanje, odvisno od predavateljev ⇨ Občina Vrhnika, ZIC, deležniki (prenos znanj: RRA LUR, RDO, MGML, KPLB)		
Kakovostni standardi:	⇨ Upoštevanje uveljavljenih standardov kakovosti v izobraževanju in v turizmu.		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Redna izobraževanja, seminarji, posveti, delavnice za zaposlene v turizmu. • Organiziranje izobraževanj in posvetov za občane in gostince. • Skladno z novimi programi vodenj in ogledov organizirana izobraževanja za obstoječe in nove turistične vodiče. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število izobraževanj za zaposlene. ⇨ Število izobraževanj za občane in gostince.		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 3		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	32	Ime projekta:	NADGRADNJA OBSTOJEČIH IN RAZVOJ NOVIH TURISTIČNIH PROGRAMOV
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, delovanje		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Vrhniška turistična podjetja, organizacije in društva ⇒ Turistično društvo Blagajana, Planinsko društvo Vrhnika in ostala društva, krajevne skupnosti, OŠ, Cankarjeva knjižnica ⇒ LAS Barje, KPLB, RDO – Turizem Ljubljana, TMS Bistra, KPV ⇒ Ostala podjetja, posamezniki in organizacije v širšem območju ⇒ Sponzorji & donatorji 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Nadgradnja obstoječih programov (1.1.2014 – 31.12.2020)	
	Faza 2:	Uvajanje novih programov(1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇒ Občina Vrhnika, ZIC, razpisi, zasebniki, ostali deležniki.		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Kvaliteta programov: strokovnost, razumljivost, primernost. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Vključevanje oz. povezovanje lokalnih in regionalnih deležnikov. 		
Kratek opis:	<p>Obstoječe programe se nadgradi v smer, da bodo ti vplivali na povečanje neposrednih prihodkov iz naslova turizma. Sedanja ponudba se poveže v pakete in aranžmaje, za različne ciljne skupine. Izdelajo se programi z različnim časovnim trajanjem. Turistična vodenja se povezujejo z lokalno kulinariko oz. gostinci in ostalo podporno ponudbo (športne dejavnosti, najem opreme, ipd). Nujna je povezava novih turističnih vodenj in tematskih poti z doživljajskim centrom IUUV (delavnice, predavanja, itd.).</p> <p>Programi vključujejo čim širši nabor deležnikov znotraj občine, znotraj regije ter širše. Obstoječi in novi programi so kreativni, izkoriščajo potenciale in sledijo trendom.</p> <p>Dva primera izvedljivih programov:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Povezovanje z ZERO WASTE vodenimi ogledi JP Komunalno podjetje Vrhnika. 2. Nadgradnja klasičnih vodenj po Vrhniki in Barju z lutkovno-gledališkim vodenjem dramske skupine v izvedbi članov TD Blagajana in g. Borisa Kononenka. <p>Ostali primeri oz. nabor idej za programe, v kolikor bodo na voljo ustrezni izvajalci, skrbniki projektov ter sredstva iz zasebnih virov ali razpisov:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vrhniška geološka pot 2. Po poti Cankarjeve Francke s Klanca na Goro 3. Po poti vrhniških furmanov 4. Po nesojeni poti cesarice Marije Terezije 5. Po poti vrhniških ustvarjalcev 		

	6. Po poti Cankarjeve matere 7. Po Cankarjevi poti od Cankarjevega vrha do Vrhnike 8. Spoznajmo zdravilna zelišča 9. Adrenalinski park za motoriste 10. Spoznajmo Menišijo in Barje s štirikolesnikom 11. Vaške tematske poti.
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇨ Zabeleženo število obiskovalcev

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	33	Ime projekta:	POVEZOVANJE S TURISTIČNIMI IN OSTALIMI DELEŽNIKI
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, delovanje		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Upravna enota Vrhnika, krajevne skupnosti ⇒ Turistično društvo Blagajana Vrhnika in ostala društva ⇒ Vrhniška podjetja, organizacije in društva ⇒ KPLB, MGML, RRA LUR, Las barje z zaledjem, ministrstva ⇒ Podjetja, posamezniki in organizacije v širšem območju ⇒ Panožne organizacije na nivoju države in regije ⇒ TMS Bistra, Turizem Postojna, ipd. 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Iskanje sinergij in izvajanje skupnih projektov z dosedanjimi partnerji (1.1.2015 – 31.12.2020)	
	Faza 2:	Iskanje sinergij in izvajanje skupnih projektov z novimi partnerji (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇒ Odvisno od posamezne aktivnosti		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Kvaliteta programov: strokovnost, razumljivost, primernost. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Vključevanje oz. povezovanje lokalnih in regionalnih deležnikov. 		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Kakovostna in vsebinska nadgradnja obstoječih programov s turističnimi in ostalimi deležniki na ravni občine in regionalnim povezovanjem. Dodajajo se vsebine kulture, športa, kot tudi kmetijstva, razvoja podeželja, lokalne ponudnike turističnih in podpornih storitev. Na ta način so okrepljeni učinki in viri. • Razvijanje aktivnega mreženja: povezovanje navznoter (z ostalimi deležniki v občini) ter navzven, na nivoju regije in države (KPLB, RRA LUR, LAS Barje z zaledjem, Turizmom Ljubljana, Turizmom Postojna, Portorož, Koper, TMS Bistra, barjanskimi občinami, Postojna, Lipica, Idrija, Cerknica, Rakov Škocjan...). • Preučitev vsebin iz šolskih programov in oblikovanje ustrezne ponudbe za šolske skupine. Povezovanje in vključevanje v mreže šolskih in obšolskih dejavnosti. • Učinkovito povezovanje z državnimi in regionalnimi institucijami in združenji, zlasti s področja turizma. Turizem Vrhnika se povezuje z institucijami: KPLB, MGML, RRA LUR, Las barje z zaledjem, ministrstva, RDO -Turizem Ljubljana, sosednje občine in regije (barjanske občine, Postojna, Lipica, Idrija, Cerknica, Rakov Škocjan...) <p>Kjer je možno povezovanje preko meja občin, se vzpostavi sodelovanje na osnovi sorodne vsebine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Krajinski park Ljubljansko barje, RRA LUR • Vojaška zgodovina (Logatec, Pivka) • Ljubljanica – povirne občine 		

	<ul style="list-style-type: none"> ● Claustra Alpium Iuliarum ● LAS Barje z zaledjem ● TMS Bistra, Turizem Postojna, park vojaške zgodovine Pivka, ... ● Rojstne in spominske hiše po Sloveniji
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇒ Ocenjeno število naključnih obiskovalcev ⇒ Zabeleženo število obiskovalcev

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	34	Ime projekta:	POVEZOVANJE Z INCOMING AGENCIJAMI
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, delovanje		
Vodja projekta:	Vodja TIC Vrhnika		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Turistične agencije na Vrhniki in ostalih krajih ⇒ Turistični vodiči ZIC-a		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Povezovanje z agencijami (1.1.2015 – 31.12.2020)	
	Faza 2:	Sodelovanje z agencijami (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇒ Odvisno od posamezne aktivnosti		
Kakovostni standardi:	⇒ Kvaliteta programov: strokovnost, razumljivost, primernost. ⇒ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇒ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma. ⇒ Vključevanje oz. povezovanje lokalnih in regionalnih deležnikov.		
Kratek opis:	Povezovanje med TIC Vrhnika in »incoming« turističnimi agencijami. Cilj povezovanja je prodaja programov turističnim skupinam. Pomembno vlogo imajo vodiči, saj morajo biti kooperativni in fleksibilni.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇒ Zabeleženo število obiskovalcev		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 4		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	35	Ime projekta:	REVITALIZACIJA ŠPORTNEGA CENTRA ULOVKA
Naročnik projekta:	Zasebni investitorji (lastniki objekta in površin)		
Tip projekta:	Investicijski, razvojni		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	⇨ Zasebni investitorji, partnerji ⇨ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇨ Upravna enota Vrhnika ⇨ Druga zasebna iniciativa in organizacije v širšem območju		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	2015	
	Konec projekta:	2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Ureditev lastniških razmerij	
	Faza 2:	Izvedba del na terenu	
Predviden finančni obseg:	⇨ Zasebni investitor.		
Kakovostni standardi:	⇨ Varnost za obiskovalce. ⇨ Dostopnost za invalide, razumljivost za tujce. ⇨ Upoštevanje standardov trajnostnega, zelenega oz. eko turizma.		
Kratek opis:	Z vidika turizma na Vrhniki je ena ključnih točk v segmentu športno-rekreativnega turizma lokacija na Ulovki. Postala bi lahko konkurenca Krvavcu, ki se promovira kot zimsko-letna lokacija, pol ure vožnje iz Ljubljane. Dejavnosti se načrtujejo tako, da bi privabile dnevne kot tudi večdnevne goste.		
Merila indikatorji ukrepa:	oz.	⇨ Letno število obiskovalcev kompleksa ⇨ Število nočitev	

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 4		PRIORITETA: 1	
Projekt št:	36	Ime projekta:	GOSTINSKI KOMPLEKS V BISTRI
Naročnik projekta:	Zasebni investitor		
Tip projekta:	Investicijski		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	⇨ Zasebni investitor ⇨ Občina Vrhnika ⇨ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
	Terminski načrt:		
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Pridobitev dovoljenj (2015 - 2020)	
	Faza 2:	Izvedba del na terenu (2015 - 2020)	
	Faza 3:	Promocija (2016 - 2020)	
Predviden finančni obseg:	⇨ Zasebni investitor.		
Kakovostni standardi:	⇨ Dodatna kvalitetna turistična ponudba. ⇨ Varnost za obiskovalce. ⇨ Razumljivost za slovenske in tuje obiskovalce. ⇨ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika.		
Kratek opis:	V sklopu gostilne in prenočišč Bistra se bo nudil dodatni program: predviden je Kneippov center, ki bo kvalitetna dodatna turistična ponudba tako za dnevne obiskovalce kot turiste; nadaljevala in nadgrajevala se bo tradicija porok v Bistri. Poleg gostišča bo urejeno počivališče za avtodome. Dodatno se bo uredil tematski park (na primer v tujini uveljavljen program »Motorik park«), ter tematska pot, ki bo vodila okrog gradu in gostinskega kompleksa. Vsa dodatna ponudba bo na voljo internim in vsem ostalim obiskovalcem, na primer TMS-ja.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število obiskovalcev centra.		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 4		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	37	Ime projekta:	REVITALIZACIJA KOMPLEKSA STAR MALN
Naročnik projekta:	Turistično društvo Blagajana Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, investicijski		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Turistično društvo Blagajana Vrhnika ⇒ Muzejsko društvo Vrhnika ⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇒ Vrhniska podjetja, organizacije in društva ⇒ Krajevna skupnost Verd in posamezniki-krajani ⇒ Sponzorji & donatorji 		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Predstavitev idejnega projekta (2014)	
	Faza 2:	Izvedbena dela na terenu (2015-2019)	
	Faza 3:	Zagon programov (2020)	
Predviden finančni obseg:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 60.000,00 € ⇒ Zasebni investitor, TD Blagajana, Občina Vrhnika. 		
Kakovostni standardi:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Dodatna turistična ponudba oz. točka ogleda ob izviri Ljubljane. ⇒ Varnost za obiskovalce. ⇒ Razumljivost za slovenske in tuje obiskovalce. ⇒ Upoštevanje celostne podobe blagovne znamke Vrhnika. 		
Kratek opis:	Urejen kompleks v Starem malnu del bo turistične ponudbe območja in dodatna izletniška točka. Lokacijo je potrebno tako vsebinsko kot infrastrukturno revitalizirati ter najti primerne najemnika oz. oskrbnika lokala. Objekt oz. kompleks je pomemben tudi za domačine, kot točka sprostitve in druženja.		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Število obiskovalcev. ⇒ Število prireditev oz. dogodkov v objektu na leto. 		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 4		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	38	Ime projekta:	SPREMLJANJE KAKOVOSTI TURISTIČNE PONUDBE
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, delovanje		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇨ Območno-obrtna zbornica Vrhnike, SURS ⇨ Društva, podjetja, sponzorji, gostinci, ostali deležniki turizma ⇨ Zunanji izvajalec/i		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2016	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Vzpostavitev standardov kakovosti (1.1.2016 – 31.12.2020)	
	Faza 2:	Spremljanje (1.1.2016 – 31.12.2020)	
	Predviden finančni obseg:	⇨ Redno delovanje ZIC-a.	
Kakovostni standardi:	⇨ Upoštevanje zakonodaje in uveljavljenih standardov kakovosti v Sloveniji in svetu.		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vzpostaviti in spremljati standarde kakovosti v turistični in s turizmom povezani ponudbi in s tem povečati konkurenčnost destinacije Vrhnika. Promocija najboljših. ● Spodbujati dobre prakse v lokalnem okolju in jih izpostavljati. ● Poudarjati ugodno razmerje med kvaliteto in ceno storitev. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število akcij – ukrepov spodbud. ⇨ Število nočitev.		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 4		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	39	Ime projekta:	STATISTIKA IN RAZISKAVETURIZMA
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Razvojni, delovanje		
Vodja projekta:	Vodja TIC Vrhnika		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Občina Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika ⇨ SURS, Območno-obrtna zbornica ⇨ Društva, podjetja, sponzorji, gostinci, ostali deležniki turizma ⇨ Zunanji izvajalec/i		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Vzpostavitev zanesljivih virov statistike (1.1.2015)	
	Faza 2:	Spremljanje statistike, opravljanje statističnih raziskav in anket (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇨ Redno delo ZIC-a in občine.		
Kakovostni standardi:	⇨ Upoštevanje zakonodaje in uveljavljenih standardov turistične statistike v Sloveniji in svetu. ⇨ Dosledna podpora občine pri zbiranju podatkov.		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Vzpostaviti in dosledno spremljati statistiko nočitev in prihodov gostov. • Redno opravljati ankete med obiskovalci TIC-a, Vrhnike, obiskovalci turističnih prireditev ter med nastanjenimi gosti. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Popolnost (pravilnost?) pridobljenih podatkov o nočitvah. ⇨ Število opravljenih anket.		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 4		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	40	Ime projekta:	SKRB ZA UREJEN VIDEZ KRAJA
Naročnik projekta:	Občina Vrhnika		
Tip projekta:	Delovanje		
Vodja projekta:			
Skrbnik projekta:			
Partnerji v projektu:	⇒ Občina Vrhnika ⇒ Komunalno podjetje Vrhnika ⇒ Krajevne skupnosti ⇒ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika, Turistično društvo Blagajana ⇒ Društva, podjetja, sponzorji, gostinci, ostali deležniki turizma ⇒ Zunanji izvajalec/i		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:		
	Faza 2:		
Predviden finančni obseg:	⇒ Redno delovanje javnih ustanov, podjetij in organizacij, iniciative in prostovoljno delo zasebnikov.		
Kakovostni standardi:	⇒ Pohvale/graje občanov in obiskovalcev. ⇒ Doseganje priznanj za ureditev kraja ali dela kraja (poti) izven meja občin.		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Smiselno bi bilo ustanoviti komisijo (oz. lažja pot: vzpostaviti interaktivni spletni forum), ki bi poročala občini in komunalni o »črnih točkah«. • Stalna skrb za urejen kraj, predvsem na turistično obremenjenih območjih. Skrb, negovanje in ohranjanje, kar je dobrega. • Odpravljanje »črnih točk«. • Še večje spodbujanje čistilnih in olepševalnih akcij. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇒ Popolnost (pravilnost?) pridobljenih podatkov o nočitvah. ⇒ Število opravljenih anket.		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 4		PRIORITETA: 3	
Projekt št:	41	Ime projekta:	CENTRALNI REZERVACIJSKI SISTEM
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Delovanje		
Vodja projekta:	Vodja TIC Vrhnika		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika, Občina Vrhnika ⇨ gostinci, lastniki nastanitvenih objektov		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Redno oz. sprotno vključevanje (1.1.2015 – 31.12.2020)	
	Faza 2:	Izobraževanja o novih programih (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	⇨ cca. 500 € letno.**		
Kakovostni standardi:	⇨ Vključitev v slovenske in svetovne rezervacijske sisteme		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Spodbujanje ponudnikov nastanitvenih kapacitet, da se vsi vključijo v centralne rezervacijske sisteme: slovenskega in mednarodnega (booking.com). • Pomoč in podpora pri vključevanju, skrb za vnašanje popravkov oz. sprememb. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število vključenih ponudnikov ⇨ Število nočitev		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

** Projekt je bil v času nastanka strategije prekinjen oz. ni bil v delovanju. Glede na trende in stanje na terenu, je pomembno, da so vsi ponudniki storitev vključeni na portal Booking.com ali druge velike rezervacijske sisteme.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	42	Ime projekta:	SPREMLJANJE IN NADGRADNJA STRATEŠKEGA NAČRTA
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Delovanje		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika, Občina Vrhnika ⇨ Vsi doslej navedeni deležniki		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Redno delovanje turizma Vrhnika (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	Redno delo ZIC-a in občine.		
Kakovostni standardi:	⇨ Upoštevanje vseh potrebnih standardov kakovosti in zakonodaje v turizmu.		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Sprotno spremljanje izvajanja in dopolnjevanje strateškega načrta razvoja vrhniškega turizma glede na novonastale okoliščine. • Strateški načrt naj bi se izvajal po opredeljenem programu, razen če okoliščine tega ne bodo omogočale ali pa se bodo spremenile prioritete delovanja zaradi novonastalih razmer. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število izvedenih projektov oz. aktivnosti. ⇨ Doseganje vsebinskih in posledično temeljnih strateških ciljev.		

*Opis projekta je informativen, zaradi številnih spremenljivk so možna odstopanja ob realizaciji.

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	43	Ime projekta:	POVEZOVANJE VELIKIH ŠPORTNIH IN KULTURNIH DOGODKOV S TURIZMOM
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Delovanje		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem in vodje posameznih prireditev		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Zavod Ivana Cankarja Vrhnika, Občina Vrhnika ⇨ Vsi doslej navedeni deležniki		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Redno delovanje turizma Vrhnika (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:	Dodatna sredstva iz naslova promocije za večjo naklado oz. ponatis brošur.		
Kakovostni standardi:	⇨ Sodelovanje organizatorjev prireditev z ZIC pri promociji. ⇨ Kvalitetna distribucija promocijskega materiala in vključitev blagovne znamke Vrhnika na vse komunikacijsko gradivo posamezne prireditve.		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Gre za izvedbo celostne promocije, po možnosti pa tudi skupnih trženjskih akcij, ki omogočajo, da se posamezni počivi turistični utrip. • Uspeh bo možen, če se bodo vključili posamezni organizatorji – vodje prireditev in aktivno sodelovali v vseh fazah promocije in izvedbe. • Med pomembnejšimi prireditvami so: prireditve v organizaciji ZIC-a, Tek Bevke, Tek barje, Argonavtski maraton, Tek Ulovka, Tek po mejah krajevnih skupnosti, Tu smo doma, Harpaston cup, Futsal turnir, Fireball Open Cup, Oberfest,. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število izvedenih projektov oz. aktivnosti. ⇨ Doseganje vsebinskih in posledično temeljnih strateških ciljev. ⇨ Co-branding.		

STRATEŠKI CILJ: 2		PRIORITETA: 2	
Projekt št:	44	Ime projekta:	ŠPORTNI TURIZEM
Naročnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Tip projekta:	Delovanje		
Vodja projekta:	Strokovna sodelavka za turizem,		
Skrbnik projekta:	Direktor Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
Partnerji v projektu:	⇨ Strokovni sodelavec za šport, ⇨ Športna zveza Vrhnika, Zavod Ivana Cankarja Vrhnika, ⇨ Športna društva		
Časovni parametri:	Začetek projekta:	1.1.2015	
	Konec projekta:	31.12.2020	
Glavne faze projekta:	Faza 1:	Redno delovanje turizma Vrhnika (1.1.2015 – 31.12.2020)	
Predviden finančni obseg:			
Kakovostni standardi:	⇨ Upoštevanje vseh potrebnih standardov kakovosti in zakonodaje v turizmu in športu.		
Kratek opis:	<ul style="list-style-type: none"> • Vrhnika ima dobre možnosti za preboj na področju športnega in rekreacijskega turizma. Zato je smiselno v turistično ponudbo vključevati športni turizem in športne prireditve. • Primeri: plezanje, ribolov ter panoge na podlagi predloga Športne zveze Vrhnika. 		
Merila oz. indikatorji ukrepa:	⇨ Število izvedenih projektov oz. aktivnosti. ⇨ Doseganje vsebinskih in posledično temeljnih strateških ciljev.		