



OBČINA RENČE-VOGRSKO
OBČINSKI SVET

Bukovica 43, 5293 Volčja Draga

Št.: 00703-4/2018-2

Bukovica, 11. 6. 2018

Z A P I S N I K

24. seje občinskega sveta Občine Renče-Vogrsko

(11. izredne seje Mestnega sveta Mestne občine Nova Gorica, 3. izredne seje občinskega sveta Občine Ajdovščina),
ki je bila v ponedeljek, 11. junija 2018, ob 17. uri
v Kongresnem centru Perla v Novi Gorici, Konferenčna dvorana Pinta

Sejo je sklical in vodil župan Občine Renče-Vogrsko, Aleš Bucik. Začela se je ob 17. uri. Na sejo so bili vabljeni: člani občinskega sveta, nadzorni odbor, poročevalci, občinska uprava in mediji.

Na seji so prisotni člani občinskega sveta:

Boris Čoha, Nedeljko Gregorič, Jožef Hvalica, Aldo Mozetič, Marjan Murovec, Dušan Nemec, Vanda Ožbot, Albinca Pisk, Franko Pregelj, Zmaga Prošt, Radovan Rusjan, Marko Švara in Borut Zorn.
Odsotnost sta opravičila: Katarina Valič in Marijo Rutar

Seji so prisostvovali:

- Eva Štravs Podlogar, državna sekretarka na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo,
- mag. Maja Pak, direktorica Slovenske turistične organizacije,
- Miša Novak, Slovenska turistična organizacija,
- Suzana Zagorc, direktorat za turizem pri Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo,
- Petra Križan, direktorat za turizem pri Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo

Župan Aleš Bucik pozdravi vse prisotne in ugotovi sklepčnost.

Prisotnih je 13 članov Občinskega sveta. Občinski svet je sklepčen.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Spoštovane svetnice in svetniki vseh treh občinskih svetov en lep dober dan in hkrati dobrodošlico. Zelo smo veseli in zadovoljni, da smo se danes zbrali tukaj v Novi Gorici z enim ciljem in željo, da si dogovorimo razvoj turizma in hkrati, da naredimo prvi korak k ustanovitvi turizma, ki nas bo na tem območju tudi povežalo, predvsem pa, da damo še dodaten zagon tistim, ki se trudijo na področju turizma.

Župan ugotovi sklepčnost.

Mestni svet Mestne občine Nova Gorica izglasuje overovitelja zapisnika.

Mestni svet Mestne občine Nova Gorica izglasuje dnevni red seje.

Tadej Beočanin, župan občine Ajdovščina:

Dober dan. Ajdovski občinski svet zaseda na 3. seji. Župan ugotovi sklepčnost.

Občinski svet Občine Ajdovščina izglasuje dnevni red seje.

Aleš Bucik, župan Občine Renče-Vogrsko:

Ja spoštovani svetniki tudi v mojem imenu lep pozdrav. Posebej še pozdravljam naše svetnike iz občine Renče-Vogrsko. Smo na svoji 24 redni seji.

Prisotnih je 13 članov Občinskega sveta. Občinski svet je sklepčen.

Obrazložitev in sprejem dnevnega reda

Predlagani dnevni red (v nadaljevanju DR):

1. Predstavitev krovnega razvojnega in trženjskega modela slovenskega turizma (okvir Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021) s poudarkom na povezovanju krovne in destinacijske ravni
2. Predlog Odloka o ustanovitvi javnega zavoda Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina - hitri postopek

Župan da na glasovanje sklep, da se Odlok sprejme po hitrem postopku:

Rezultat glasovanja:

NAVZOČI 13

ZA 13

PROTI 0

Sklep je sprejet.

Župan da na glasovanje dnevni red 24. redne seje.

Rezultat glasovanja:

NAVZOČI 13

ZA 13

PROTI 0

Dnevni red 25. redne seje je potrjen.

Ad 1. Predstavitev krovnega razvojnega in trženjskega modela slovenskega turizma (okvir Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021) s poudarkom na povezovanju krovne in destinacijske ravni

Eva Štravs Podlogar, državna sekretarka na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo:

Spoštovani lep pozdrav. V bistvu nas je prišlo pet dam, ampak, ker smo se morali pojačati za tako pomemben dogodek in seveda za tri občine. Torej najprej lep pozdrav županu Nove Gorice Mateju Arčonu, skupaj s svetnicami in svetniki, lep pozdrav županu Ajdovščine gospodu Tadeju Beočaninu skupaj s svetnicami in svetniki in županu Renče-Vogrske gospodu Alešu Buciku skupaj s svetnicami in svetniki. Hvala lepa najprej, da ste sprejeli dnevni red in nam dali priložnost, da vam predstavimo videnje na nacionalnem nivoju nadaljnega razvoja turizma v Sloveniji v katerega res trdno verjamemo, da je to ena od tistih ključnih strateških priložnosti Slovenije, ki že danes ustvarja 13% družbenega bruto proizvoda. Vsak peti zaposleni v Sloveniji je posredno ali neposredno povezan s turizmom. In seveda govorimo še o velikih priložnostih, kako turizem še bolj uspešno razvijati in skupaj z njim razvijati tudi Slovenijo.

Skupaj torej, vi ste župani že predstavil generalno direktorico STO-ja mag. Majo Pak, sodelavko Mišo Novak, no z menoj pa sta iz direktorata za turizem, to je eden od petih direktorats, ki ga imamo na Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo tudi kolegici Suzana Zagorc in Petra Križan, ki sta tako sodelovali pri strategiji in tudi odgovorni v tem delu za razvoj destinacij.

Jaz bom zelo na kratko predstavila predvsem, kako smo si zamislili razvoj, pa prav za prav ne mi, na ministrstvu oziroma v Ljubljani, ampak skupaj s gospodarstvom, s civilnim sektorjem, z vso bazo akterjev v turizmu s katerimi smo skupaj zastavili slovensko strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021, ki jo je v septembru v lanskem letu sprejela tudi vlada in ki je kot rečeno nastala s skupnimi in puti vseh pomembnejših deležnikov.

Zelo ambiciozna strategija, zelo sfokusirana. Če danes ali pa v lanskem letu je slovenski turizem ustvaril 2,2 milijardi prilivov iz naslova izvoza potovanj, v letu 2016, je bilo tega v letu 2017 po uradnih podatkih 2,4 milijarde, smo si v strategiji zastavili, da bo do leta 2021 4 milijarde prilivov iz naslova izvoza potovanj. To pomeni, da mora turizem rasti predvsem v segmentu večje dodane vrednosti in da moramo znati prepoznati seveda, velik turistični potencial po vse državi. Strategija je pokazala še eno zanimivost, da je 34 vodilnih destinacij ustvari 98% vseh nočitev. Ob tem pa, da se zavedamo, da so seveda dobre novica je, da je teh 34 destinacij dejansko prepletenih iz enega dela Slovenije do drugega, da pa so seveda še kako pomembni tudi drugi kraji, občine, ki imajo izjemno bogato naravno in kulturno dediščino, tudi če sami nimajo namestitev.

Ampak tisto, kar je strategija tudi v osnovi že pokazala je, da gostje obiskovalci tako domači, v bistvu, kot tuji predvsem tuji, pa moramo prepoznati prva destinacija, ki jo prepoznajo je seveda Slovenija. Slovenija, ki se povezuje, ki predstavlja eno destinacijo, čutim Slovenijo, čutim. V lanskem letu smo slavili tudi 10. obletnico tega logotipa I feel Slovenia, za katerega vam lahko rečem, da je tudi po desetih letih povsod po svetu še vedno deležem veliko pozitivnega odziva. Torej Slovenija tista prva prepoznavna destinacija.

Že na prvem delovnem sestanku z zelo različnimi akterji, deležniki slovenskega turizma smo tudi prepoznali, da govorimo o štirih makro destinacijah. In to so makro destinacije, ki najbolj določajo Slovenijo, povejo, kje ležimo in kaj imamo za ponuditi. Torej Alpska Slovenija, Mediteransko s Krasom, osrednja Slovenija z zaledjem, z glavnim mestom Ljubljano in pa termalno Panonska Slovenija. No in znotraj teh, teh 34, ki sem jih že omenila. No na ministrstvu smo skupaj s Slovensko turistično organizacijo, res zelo pristopili, po sprejetju strategije k aktivnostim, kako naj sedaj ta strategija predvsem zaživi na terenu.

In tako kot imamo na nacionalnem nivoju, kjer imamo ravno tako Turistično zvezo Slovenije, ki je pač združuje na nacionalnem nivoju, mislim, da skoraj 300 turističnih društev in turističnih zvez po celi državi in skrbi za pozitiven odnos Slovencev do turizma, do razvoja turizma imamo STO, kot nacionalno javno agencijo, krovno, ki skrbi za trženje promocijo in razvoj slovenskega turizma na nacionalnem nivoju in potem je še na ministrstvu za gospodarstvo direktorat za turizem, ki je seveda odgovoren za ta pravni okvir delovanja slovenskega turizma, zato v preteklem obdobju, tako sprejem novega Zakona o spodbujanju razvoja turizma, kot razvojna sredstva v obliki razpisov in seveda sprememba kategorizacije, vse to kar pač delamo na nacionalnem nivoju, na nivoju ministrstva in direktorats.

No ampak ker smo danes tukaj v tem vašem lepi, vodilni destinaciji, kjer gre izjemno pozdraviti vaš osnovni namen o povezovanju, ker to turizem je. Turizem je samo povezovanje meja v bistvu v turizmu, ni in pa seveda poznavanje ponudbe drug drugega. Treba se je poznati in spoštovati, zato, da lahko to predstavljamo potem tudi svojim gostom, da jih z animiramo toliko, da potem ostanejo v kraju, oziroma v destinaciji dalj časa in se seveda tudi še vrnejo.

No in v želji, da bi vsem dali dobro možnost tudi za nadaljnji razvoj smo v konec lanskega leta in tudi letos objavili najprej razpis za integralne turistične produkte. Tukaj gre ravno tako za povezovanje. Namenjen je bil sicer razpis malim in srednjim podjetjem, ampak so bile dodatne točke tudi, če so se povezovali skupaj z okolico. No na prvem razpisu samo malo za občutek, prišlo je 83 vlog, bilo jih je uspešnih nekaj okrog 25, no in dejansko so se naredili projekti za 4,6 milijona evrov.

No tudi za integralni turistični produkt je trenutno še odprt, še ni končnih sklepov. Še drugo odpiranje za ta razpis in tudi na tega je bil zelo dober odziv. Ampak razpis zaradi katerega smo

danesh tudi tukaj in pričakujete informacije tudi z naše strani, z moje strani, pa je javni razpis za sofinanciranje razvoja in promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji.

Tukaj je bil naš namen na ministrstvu, da dejansko pomagamo tudi s sofinanciranjem, da te vodilne destinacije, da delajo skupaj, da se digitalno in usposobijo in naredijo korak naprej. Ti koraki so različni glede na posamezne vodilne destinacije. Eni pač začenjajo z osnovnimi stvarmi, drugi imajo seveda že korake naprej. No in ta razpis je bil objavljen 9. marca letos, zato, da bodo lahko posamezne destinacije sledile res, kar velikim korakom naprej, ki smo jih pa na področju digitalizacije in digitalne promocije naredili na nacionalnem nivoju, kar nam bo kasneje tudi predstavila res direktorica STO-ja. Torej ta razpis, ki je bil objavljen marca je bil nekako najavljen 34 že omenjenim vodilnim destinacijam. Prišlo je 32 vlog, manjkala je vaša in iz Ankarana. No ampak 28 vlog je dejansko bilo primernih za naprej, za obravnavo oziroma za pozitiven sklep. Ampak, kot že rečeno, tukaj ni primer, da se lovimo ali za pike in vejice, ali pa da se denar počrpa, pa nekomu zmanjka. Tukaj gre za javni razpis s katerim želim podpreti vse vodilne destinacije, ki so našle voljo in moč se zorganizirale, prepoznale naš skupen potencial, zato, da bomo lahko močni, bomo samo toliko, kolikor bomo po celi Sloveniji res dobro delovali in skupaj prepoznali pomen turizma in ga v isto smer tudi razvijali.

Zato smo ta rok, drugo in tretje odpiranje tega javnega razpisa nekako predstavili najprej začetka, sedaj drugo odpiranje tega meseca do konca junija 26.6. in v želji, da bo res vsem omogočena prijava je še dodatno, smo odprli rok in to je 25. september letos. Tako, da res upam, da boste svetnice in svetniki, seveda tudi v nadaljevanju ohranili pozitiven odnos do tem, ki jih imate, ki jih imamo danes. Torej do vašega odloka in v tem primeru seveda ne bo problema pripraviti potem tudi vloge za ta drugi razpis.

Zato, da bomo v slovenskem turizmu res uspeli, uspeli realizirati naše načrte, v smislu torej povečanje dodane vrednosti, povečanje prilivov, povečanja števila zaposlenih. Še vedno bodo razpisi, ki bodo namenjenim predvsem malim in srednjim podjetjem zato, da bodo prepoznali svoj potencial v turizmu, pa je seveda res nujno potrebna povezanost vseh in v turizmu vedno gledati širino, preko svojih lokalnih meja in pa seveda se povezovati potem tudi, sedaj bo vodilna destinacija Nova Gorica – Vipavska dolina, ki se bo seveda povezovala z vsemi tako obmejnimi vodilnimi destinacijami, kot seveda čez hribe z Julijskimi Alpami, kot seveda proti morju. V glavnem naš namen mora biti, da se turizem razvija z roko v roki. Imamo pa veliko, res prednost trenutno, da imamo v letošnjem letu, je kot ste zasledili in v lanskem letu, bil proračun za promocijo na nacionalnem nivoju in trženje, seveda primerno okrepljen. Močno si želimo, da bo tako ostalo seveda tudi naprej. Mislim, da bodo rezultati slovenskega turizma govorili sami za sebe, da je vredno vlagati in zato da se v bistvu tudi dobi potem prilive iz naslova teh dodanih vlaganj.

Toliko bi jaz na kratko, pa bi sedaj v tej fazi predala besedo direktorici. Hvala lepa.

Maja Pak, direktorica Slovenske turistične organizacije STO:

Ja lep pozdrav s strani Slovenske turistične organizacije župani, svetnice, svetniki. Dovolite mi, da vam sedaj v naslednjih petnajstih minutah predstavim na kratko načine promocije in pa razvoja slovenskega turizma v saldu z novimi usmeritvami turistične strategije. Z mano, kot rečeno je kolegica Miša Novak, ki bo pa v nadaljevanju malo bolj se dotaknila ravno te nove organiziranosti na področju turizma v smislu štirih makro destinacij. Skratka jaz bi za uvod mogoče, samo nekaj teh globalnih trendov, ki zelo definirajo naše delovanje na področju razvoja in trženja v turizmu, potem bi se dotaknila izzivov, ki jih ima slovenski turizem, kakšna je vizija, proti kateri, torej s ciljem realizacije vsi deležniki tudi delamo, kaj je novega na področju strategije in pa načini samega trženja.

Sedaj če pogledamo trende v turizmu zagotovo vemo, da bo turizem v naslednjih letih še rasel. Te stopnje so nekje 3, 4, 5 %. Lani je bila celo nadpovprečna rast na globalni ravni in seveda to povzroča pritiske, vse večje pritiske na kakovost življenja, na kakovost izkušnje. Zato tako institucije na globalni ravni kot v Sloveniji veliko govorimo o tem, da je treba spremeniti delovanje destinacijskih organizacij. Se pravi lokalnih turističnih organizacij, kjer se kaže potreba po premiku od same promocijske vloge v vlogo destinacijskega menedžmenta, se pravi upravljanja destinacij, upravljanja turističnih tokov, oblikovanja produktov višje dodane vrednosti, povezovanja ključnih deležnikov v destinaciji, trženje. Se pravi to so naloge, ki jih

destinacije dobivajo za to, da bodo lahko izkoristile potencial, ki ga imajo in prispevale k uresničitvi vizije.

Danes govorimo o dobi novega razumevanja luksuza, se pravi luksuz je nekaj, kar je v povezavi z naravo. Obnašanje potrošnikov se spreminja in prepričani smo, da Slovenija ima vse pogoje za te nove trende. Turisti iščejo vse bolj to, kar je lokalno, kar je avtentično, kar se razlikuje, se pravi iščejo neka doživetja in na tem moramo sedaj v naslednjih letih veliko narediti. Če pogledamo podatke o rasti turizma, veste sami, v lanskem letu je bilo četrto rekordno leto po številu prenočitev. Tujih turistov smo imeli kar 18,3% več kot leto prej in 16,8% več prenočitev. Letos se ta trend nadaljuje, visoka rast in sicer imeli smo okrog 17 % več turistov v prvih štirih mesecih, se pravi tujih turistov in pa 17 % so naredili več prenočitev v prvih štirih mesecih. Se pavi celo doba bivanja se nekoliko podaljšuje, kar je tudi zelo pozitivno.

Rasti beležimo z vseh trgov, visoke rasti, najbolj Nemčije, če pogledate Nemčija je naš ključni trg 26 % več nemških turistov je bilo v lanskem letu, velika ras na Nizozemskem, kar 35 % več Nizozemcev, pa če omenim še Rusijo, ne ki je po nekaj letni stagnacije zopet so začeli torej naraščati število tujih turistov. Če pogledamo samo strukturo prenočitev, ki jih ustvarimo po vrstah občin, potem vidimo, da zdraviliške občine ustvarijo 26 % vseh prenočitev, gorske 28 %, obalne 20%, Ljubljana 12 %, mestne 7 %. Tako, da dejansko Slovenija ima relativno dobro sezonsko porazdeljenost, vemo pa, da je še vedno veliko prostora za rast, ravno izven glavne sezone. Zato so vse naše, naši napori v trženju, usmerjeni v to, da privabimo turiste v drugih sezonah, se pravi pozimi, spomladi, jeseni in pa, se pravi, to pomeni, sedaj če pogledate ta graf, da če ohranimo, torej rast enako v poletnih mesecih, potem moramo do 30 % več odstotkov narediti v mesecih izven glavne sezone.

V Sloveniji imamo tudi ugodno geografsko razporeditev. Če pogledamo v skladu z novo strategijo, ki nam sedaj narekuje, identificirala štiri vodilne regije makro destinacije, to je Alpska Slovenija, Mediteransko – Kraška Slovenija, Termalno – Panonska Slovenija in pa osrednja Slovenija z Ljubljano. Ta razdelitev je bila narejena z vidika turista, da turist lažje dojema kaj Slovenija je. Ker to gre za štiri geografske enote, ki so zelo prepoznavne svetu, ni ti nekaj novega v smislu administrativnih organizacij ampak smo turistom olajšali razumevanje Slovenije, hkrati smo pa znotraj definirali natančne vodilne destinacije, o čemer bom malo kasneje več povedala. 34. vodilnih destinacij imamo znotraj teh štiri makro regij in porazdelitev prenočitev je relativno enakomerna. Vidimo, da Alpska Slovenija ustvarja 30 % prenočitev, Mediteransko-Kraška 25 in Termalno-Panonska 29. Sedaj kaj so ključni izzivi Slovenije v naslednjih letih? To so zagotovo 365 dni Slovenskega turizma, se pravi Slovenija ima štiri sezone z razliko od Hrvaške, ki veste, da večino ustvari v poletnem, poletnih mesecih, mi imamo vse pogoje, da razvijemo turizem za 365 dni v letu.

Drugi izziv je razvoj izven glavnih turističnih atrakcij. Se pravi razvoj tudi manj znanih destinacij tudi zato, da porazdelimo ta pritisk večjega števila turistov in da seveda zagotovimo večjo regionalno porazdelitev. In kar je najpomembnejše, če želimo doseči tisti cilj, ki ga je prej državna sekretarka omenila 4 milijarde evrov smo si zadali z novo vizijo, je oblikovanje produktov z višjo dodano vrednostjo in tu je izjemno pomembna vloga zopet lokalne turistične organizacije, ki bo skrbela za oblikovanje tovrstnih produktov s povezovanjem vseh deležnikov. Izziv je tudi kader, to vejo najbolj v gospodarstvu, se pravi motiviran kader primerno nagrjen in usposobljen.

Sedaj strateški okvir. Ko smo pripravljali strategijo v lanskem letu je bil velik konsenz ravno okrog vizije. Slovenijo želimo kot globalno, zeleno, butično destinacijo za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika zahtevna, aktivna doživetja, mir in osebne koristi. To je vizija proti katerim gredo vsi ukrepi strategije. Cilji so več prenočitev, višanje povprečne dobe bivanja, desonalizacija in tako naprej. Predvsem pa višja potrošnja skozi boljše produkte, da pridemo do 4 milijarde evrov.

Sedaj zadaj, za to vizijo stoji naša zelena filozofija, tako rečemo tej logiki zadaj in sicer Slovenija je gotovo ena najbolj zelenih držav na svetu. Narava je njena največja konkurenčna prednost, da pa bomo to naravo ohranili smo razvili zelo jasen model pospeševanja trajnostnega turizma, to je tako imenovana zelena shema slovenskega turizma s katero certificiramo destinacije in pa ponudnike in jaz sem vesela, da imamo sedaj v tej družbi že 75 zelenih destinacij ponudnikov. Na ta način se pravi, delamo v smislu varovanja okolja, hkrati pa uresničujemo to obljubo, ki jo dajemo s promocijo. In če tako obnašamo, če razvijamo

trajnostni turizem, potem imamo tudi to legitimnost, da promoviramo Slovenijo, kot zeleno državo, kot tako nas tujci tudi vse bolj prepoznajo. In za ta model smo dobili tudi prestižno nagrado National geographic-a, se pravi, da delamo v pravi smeri. V bistvu s končnim ciljem, da je vsem nam, ki živimo v Sloveniji bo nekako bolj prijetno bivati.

Slovenija je edina država v Evropi, kjer se srečujejo štirje raznoliki geografski svetovi, se pravi Alpe, Mediteran, Panonska nižina, Kras in to želimo v naši promociji izpostaviti. Se pravi vsepovsod poskušamo prikazati to izjemno raznolikost na tako majhnem prostoru in to je tisto, kar Slovenijo pozicionira na tem področju, da smo kot zelena, aktivna in pa zdrava država. Na kratko rečemo destinacija za pet zvezdična doživetja. Se pravi zelena, butična destinacija za pet zvezdična doživetja in na ta način delamo v promociji in na ta način skušamo tudi razvijati produkte.

Sedaj kako priti do teh pet zvezdičnih doživetij, o katerih govorimo. Imamo jasno vizijo, kaj hočemo, potrebujemo pa ta doživetja in tu je zopet velika vloga lokalne turistične organizacije. Potrebno je seveda enotno razumevanje, kaj to je pet zvezdično doživetje. Mi smo torej napisali posebne kriterije, da mora biti to nek prodajni produkt, višje kakovosti, ki vsebuje elemente avtentičnosti, da bo lokalni drugačen in smo objavili razpis. Sedaj čakamo in tudi pričakujemo tudi z vaše strani predloge, pet zvezdičnih doživetij, ki bodo še posebej izpostavljeni v naših promocijskih kanalih.

Kakšne so koristi na strani Slovenije? Mi bomo s temi pet zvezdičnimi doživetji uresničevali obljubo, ki jo podaja Slovenija, enotno razumevanje, kaj to sploh je, kaj hočemo s temi produkti, obiskovalec bo v bistvu lažje izbral to edinstveno doživetje, destinacija, bo pa se lažje vključevala v naše promocijske kanale. Se pravi ta doživetja bodo šla pod znamko Slovenija Unite eksperiens, ki bodo izbrana zbirka res nekih avtentičnih, lokalnih doživetij produktov Slovenije, ki bodo podpirali to zgodbo zelene butične Slovenije in pa našo znamko.

Sedaj model. Model, ki ga prinaša nova strategija, se pravi to nova organiziranost Slovenskega turizma. Na eni strani govorimo o turističnih produktih, ki jih strategija jasno definira tiste najbolj atraktivne. To so aktivne počitnice, oziroma out door se pravi pohodništvo, kolesarjenje, smučanje in tako naprej. Potem zdravje in dobro počutje, se pravi vsa zdravilišča in pa kongresni turizem. To so trije ključni produkti in pa seveda potem naprej gastronomija, kultura, športni turizem in tako dalje. In ti produkti odgovarjajo na povpraševanje turistov, kaj bi oni počeli v Sloveniji. Se pravi njihovi motivi. Na drugi strani imamo pa makro destinacije. Te pa odgovarjajo, se pravi kam bi šli v Sloveniji, v katero področje, v katero od teh štirih regij. Imamo pa te štiri makro destinacije. Se pravi namen makro destinacij teh štirih je, da zboljšamo komunikacijo nacionalne ravni STO-ja do LTO-jev oziroma vodilnih destinacij na terenu skozi te štiri močno prepoznavne makro regije.

Se prav naredili smo nek bolj pragmatični model s tem, da je STO sedaj prevzel nase to vlogo koordinacije. Mi smo ogromno naredili sedaj v zadnjih, zadnjih šestih mesecih ravno na tem, da smo zelo natančno definirali vodilne destinacije. 34 jih je. Točno nosilca, ki so po navadi je to LTO, nek javni zavod, ki v svoji destinaciji skrbi za združevanje vseh deležnikov, skrbi za promocijo, skrbi za razvoj, skrbi za usmerjanje tokov in tako dalje in z njimi potem imamo redna srečanja in usposabljanje. Tako, da to na terenu morajo funkcionirati močne ekipe, ki se javljajo na razpise, ki se javljajo na naše pozive in tako dalje.

Sedaj za vsako makro destinacijo je opredeljen, so opredeljeni tudi ključni produkti. Od tistih desetih produktov, ki sem jih prej navedla ima vsako makro regija posebne. Recimo za Mediteransko-Kraško je tukaj, smo skupaj definirali sonce, morje, zdravje, dobro počutje, kongresni turizem in pa gastronomija in tako naprej, za ostale ... No tukaj vidimo štiri makro regije, ki jih omenjam že skozi. Vsaka od njih ima od 6 do 10 vodilnih destinacij, sedaj če pogledamo za Mediteransko-Kraško, so tukaj Portorož, Piran, Izola, Koper, Ankarán, Postojnska jama oziroma Kras, Škocjanske jame, Lipica, Kras, Nova Gorica in Vipavska dolina in Brda. To so definirane vodilne destinacije, ki morajo imeti konkretno telo, se pravi zavod ali v kaki drugi obliki, kader, ki bo v bistvu naš partner na terenu za bolj učinkovito trženje, da bomo skupaj dosegli bolj učinkovito trženje.

Teh je vseh skupaj 34 in tako kot je bilo rečeno skupaj zajemajo 98 % vseh prenočitev Slovenije. Na krovni ravni kakšna je organiziranost, se pravi Ministrstvo za gospodarski razvoj, tehnologijo, pod ministrstvo, direktorat za turizem je eden od direktorátov in potem Slovenska

turistična organizacija, ki deluje partnersko na eni strani s produktnimi združenji, se pravi Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč, GIZ Pohodništvo, kolesarjenje, potem Kongresni urad in tako naprej, po drugi strani pa partnersko delujemo do lokalne ravni. Se pravi do vodilnih destinacij. Vodilne destinacije so dejansko sedaj res tisto nujno, nujni partner naš na terenu, ki nam bo omogočal bolj učinkovito trženje. Cilji pri trženju so povečanje prepoznavnosti Slovenije, povečanje ogleda Slovenije, pod znamo I feel Slovenia, trajnostna rast v vseh štirih regijah, v vseh štirih sezonah in povečanje potrošnje skozi razvoj produktov z višjo dodano vrednostjo.

Nekaj besed o Slovenski turistični organizaciji, eni bolj poznate naše delovanje, drugi manj. Dejansko smo se, kot veste, osamosvojili pred tremi leti. Takrat smo na novo torej reorganizirali celotno našo poslovanje in na novo vzpostavili v skladu s trendi digitalni marketing. Vemo, danes se vse seli na splet, na portale, na socialna omrežja, tako da tukaj smo naredili en velik premik naprej. Ukvarjamo se z nacionalnim portalom, kjer je prisotna vaša vsebina in zopet se bom vrnila bolj, boljše vsebino, kot dobimo s terena, torej z vodilnih destinacij, bolj je lahko vpeta v naše promocijske kanale, v tem smislu, portal. Izvajamo močne digitalne kampanje na trinajstih trgih na svetu. Oglašujemo na najbolj pomembnih digitalnih spletnih platformah, po posameznih državah, potem, veliko delamo na družbenih medijih instagram twitter, facebook, youtube, to je zelo usmerjena komunikacija in število sledilcev se nam je izjemno, izjemno povečalo sedaj v dveh letih.

Oblikovanje vsebin se pravi filmov, fotografij, razne kampanje delamo, da zberemo čim več tega in tukaj zopet rabimo vodilne destinacije in strokovno delo na terenu in oglaševanje ter tuji novinarji. Imamo nekje 400 novinarjev, gostimo v enem letu in tukaj moram reči, da so rezultati izjemni. Včasih tudi kak članek do pol milijona evrov skoraj od novinarjev, ki so bili na študijskem potovanju v Sloveniji, ampak je zopet potrebno pripraviti skupaj s terenom, dober program, da so navdušeni, ne.

Potem drugi segment našega dela, drugi sektor je komuniciranje s poslovnimi javnostmi. Če se v vsebinskem digitalnem marketingu naslavljamo končnega turista, tukaj naslavljamo agenta, oziroma organizatorja potovanj. Organiziramo nekje 40 sejmov borz na leto, organiziramo študijska potovanja, work schope, sedaj smo imeli, če ste spremljali največji poslovni dogodek v Kranjski gori, ko smo imeli 200 agentov z vsega sveta, ki so si lahko na licu mesta v Sloveniji ogledali ponudbo in sklepali posle z našimi ponudniki.

Potem pa še raziskave razvoja, to je pa tretji sklop. Tukaj pa delamo tržne raziskave, analize, segmentiramo, opredeljujemo tiste segmente tujcev, ki so nekako najbolj primerni za trženje. Imamo strokovne dogodke Blejski forum, Dneve slovenskega turizma in tako dalje. In pa seveda ukvarjamo se z razvojem makro destinacij. Če pogledamo še naše trge, toliko za boljše predstavo. Največ sredstev 60 % investiramo v ključne trge. Teh je 6 Italija, Avstrija, Nemčija, Velika Britanija, Francija, Rusija. To je 6 ključnih trgov, približno polovico vseh prenočitev ustvarijo. Potem so tukaj rastoči perspektivni Evropski trgi, kamor investiramo 20 % in pa 19 % tu izkoriščamo priložnosti na oddaljenih hitro rastočih trgih, večkrat v povezavi z drugimi državami. Dlje kot gremo, bolj se moramo s širšo regijo predstavljati.

Letošnje leto in drugo leto smo za promocijsko temo izbrali kulturo, prej so bile to zdrave vode. Se pravi vsako leto skušamo na neko posebno temo opozoriti in tukaj je zopet pomembno, da na terenu imamo prave vsebine, tokrat na področju kulture, da jih lahko čim bolj uspešno komuniciramo.

Veseli me, da smo kandidatka, da je Slovenija kandidatka za Evropsko gastronomsko regijo. Odločitev bo znana julija, ko pride komisija preveriti stanje v Slovenijo in se bo odločalo, če Slovenija postane, smo prepričani, da bo, Evropska gastronomska regija 2021. To pomeni veliko aktivnosti na področju razvoja in promocije gastronomije. Tako, da to je zopet ena velika priložnost. To je samo toliko, da omenim, koliko prinese en tak dogodek, ki je bil na pobudo Slovenije, svetovni dan čebel. Ste spremljali, zagotovo. Tukaj se kaže s tem tudi naša usmeritev v trajnostni razvoj. Mi smo izjemno veliko medijsko pozornost s tem dogodkom dosegli. Bili smo prisotni na tridesetih tujih televizijah po svetu, čez 200 objav v najbolj prestižnih medijih in take stvari, taki dogodki zelo, zelo utrjujejo naš ugled in prepoznavnost.

Promoviramo se tudi preko vrhunskih športnikov, dogodkov, kot sedaj drugi teden se začne dirka po Sloveniji, oziroma ta teden, pardon, ta teden, pet etap bo imela in to zopet izjemna

priložnost za promocijo Slovenije. Prenašajo drugo leto Eurošport. Slovenija je čudovito vidna, kot zelena destinacija preko intenzivnega oglaševanja na Eurošportu in sedem ur neposrednega prenosa. Pet dni dirke je, pet etap, tako, da tukaj smo s skupnimi močmi, skupaj z destinacijami in gospodarstvom sestavili to zahtevno finančno konstrukcijo.

Državna sekretarka je prej omenila znamko izjemno moč imamo, zato zopet tukaj pozivamo, želimo, predlagamo, da čim bolj uporabljate znamko, v katero je bilo veliko vložnega v desetih letih. Ima vedno večjo moč, vedno večjo prepoznavnost, je zelo dobro sprejeta pri tujih turistih, tako da absolutno delamo na tem, da jo še nadgrajujemo in izboljšujemo. Če ste opazili smo prejšnji teden lansirali novo kampanjo to je 2 milijona razlogov zakaj čutimo Slovenijo. Ste opazili? Ste. Želimo namreč, da vsi, da vsi prebivalci Slovenije postanemo ambasadorji. Vsi vemo, da zelo radi delimo svoje doživetja na družbenih omrežjih in zato je tudi povabilo vsem nam da čim več delimo z uporabo, z obvezno uporabo tele head stack, ključnih, lojtrica, I feel Slovenia, na vsako objavo in skušamo doseči eno tako viralno, viralno komunikacijo v Sloveniji. Biti spet nekaj posebnega in zbrati želimo 2 milijona teh objav zakaj čutimo Slovenijo in to bodo potem tudi tujci delili.

Sedaj še za zaključek kakšno je sodelovanje. Na kake načine je sodelovanje z destinacijami in turističnim gospodarstvom? Pravimo vedno, da poteka na tri načine. Ključen način je, da vključujemo vse vaše vsebine, se pravi vsebine vodilnih destinacij, ki morajo biti profesionalni filmi, fotografije, teksti in tako naprej, razdelane stvari, v vse naše promocijske kanale. Se pravi na borze, sejme, brošure, tiskane, digitalne work shope, kampanje digitalne, socialna omrežja, vse vaše vsebine vodilnih destinacij v naše. Bolj kot imate to razdelano, profesionalno, strokovno, lažje potem mi prenašamo v naše promocijske kanale.

Druga oblike, gre pa za partnerske aktivnosti. Tukaj pa združujemo sredstva za neke posebne aktivnosti, kot je recimo kolesarska dirka, ki se začneja ta teden, kjer pa v bistvu z našim deležem se, torej združimo finančna sredstva in potem nam uspe nekaj projektov več realizirati kot sicer.

Tretja zadeva so pa razpisi, to kar je bilo tudi omenjeno. To je pa tisto, kar ministrstvo razpisuje in sedaj je bil ta razpis za digitalno trženje, razvoj produktov, predvsem za oblikovanje digitalnih platform, ker če smo mi šli sedaj intenzivno v digitalno trženje, tukaj ima Slovenija veliko priložnosti, potem je treba tudi enako storiti na ravni destinacij, zato, da bomo skupaj boljši, uspešnejši, da bomo dosegli neke sinergije. Tako, da tukaj si obetamo tega veliko in tu je Slovenija sigurno lahko postane ena izmed držav z res odličnim digitalnim trženjem.

Če povzamem na kratko, želimo si 365 dni slovenskega turizma, se pravi, tržimo destinacijo za pet zvezdična doživetja, imamo deset ključnih produktov, na katere se navezuje na stotine pet zvezdičnih doživetji, imamo štiri makro destinacije, znotraj katerih, znotraj njih pa 34 vodilnih destinacij in pa štiri sezone. Zelo enostavna formula. Delamo za pet zvezdična doživetja, v bližnji sezoni bomo skušali oblikovati produkte, ki imajo neko močno doživljajsko vsebino, zato je tudi potrebna vloga destinacij zopet, da izven sezone oblikujemo posebne produkte, ki bodo privlačni za izven sezono in da bodo vabili k obisku, v poletni sezoni pa bomo lahko nudili produkte z višjo dodano vrednostjo oziroma neke dražje produkte.

Vemo, da je bil tudi sprejet zakon, ki skozi turistično takso definira tudi dodatne, torej dodatni del za trženje na nacionalni ravni. Se pravi za trženje Slovenije, kot turistične destinacije. Teh sredstev bi naj bilo na STO dodatno za okrog 4 milijone. Sedaj v katerih smereh smo razmišljali, razmišljali smo dodatno okrepiti vsebinski digitalni marketing, potem smo, bomo opredelili aktivnosti na tistih trgih, kjer pričakujemo višjo potrošnjo ali pa daljšo dobo bivanja. To so recimo Amerika, Velka Britanija, Ruska federacija, kjer bo večji izplen, krepitev aktivnosti preko luksuznih platform in se pravi sodelovanje z agencijami, ki ciljajo na višje dohodkovne segmente, bolj bomo okrepili produktni razvoj za pet zvezdična doživetja, se pravi še več usposabljanja, sodelovanja z vodilnimi destinacijami, zato rabimo na drugi strani res močne ekipe, močne partnerje. Krepi bomo letalske povezave, se pravi aktivnosti za pospeševanje letalskih povezav in krepitev raziskav, da bo naše trženje čim bolj ciljno. Tako, da hvala lepa, sedaj je ta moj del, potem bom še Mišo prosila za malo bolj mogoče za osvetlitev te vloge vodilnih destinacijah. Hvala.

Lep pozdrav. Jaz bi se samo navezala na par ključnih področji, ki se tičejo naše teme oziroma točke 2., zakaj smo danes tukaj. Bi pa v uvodoma povedala, sedaj aktivno delam z destinacijami v okviru Slovenske turistične organizacije v zadnjem letu, praktično od 1. junija in če pogledam, torej res, se vseh, že večkrat omenjenih 34 destinacij v Sloveniji, bi lahko rekli, da vaša vodilna destinacija, ki jo obravnavamo kot Nova Gorica in Vipavska dolina dejansko vključuje in ima vse. Ima velike akterje, kar pogosto pri marsikateri destinaciji manjka. Veliki akterji, ki razumejo zgodbo, ki razumejo, kaj turizem prinaša, ki razumejo pomen povezovanja in dobrih turističnih produktov. Imate male ponudnike, ki skrbijo za eno dinamičnost in za ene dodatne vsebine, nišne produkte, imate mesto, privlačno, močno mesto, ki postaja oziroma, ki je še dodatno privlačno s tem, da imate močno zaledje zelene Vipavske doline. Vipavske doline, ki jo je Lonely Planet ravno pred kratkim pred praktično dvema oziroma, ja dvema tednoma uvrstil med najbolj atraktivne in priljubljene destinacije. Lonely Planet je najbolj prestižni in najbolj prepoznavni vodič na celem svetu Best in Europa za prihodnje leto. Torej naslov, naziv, s katerim že komunicirate tudi na spletni strani Vipavske doline že danes.

Skratka imate vse, imate vse resurse, manjka še mogoče samo en korak na področju organiziranosti. Tole smo že prej videli, samo na tole drugo točko se bom v nadaljevanju še malo navezala, kaj pomeni naš model makro destinacij z vidika organiziranosti. Mi ga vidimo, kot eno temeljno organizacijsko platformo v nadaljevanju Slovenske turistične organizacije, kjer smo okrepili ta pomemben stik in povezavo od krovne ravni do destinacij. V pretekli na nek način finančni perspektivi so bile to statistične regije, malo mi je manjkalo tega, direktne povezave od krovne turistične promocije in trženja pa navzdol do teh turističnih regij, kar smo sedaj, ko smo prav za prav v, na enotno platformo pripeljali teh 34 destinacij, za katerimi pa stoji 165 občin, torej ne pomeni 34 destinacij 34 občin in da smo izpustili velik del ampak smo dejansko pokrili tudi skozi nočitve že omenjeno 98 % nočitev. Na ta način smo pač okrepili to povezovanje, sodelovanje. Smo odzivni. Vsej komunikacij do naših destinacij smo hitri, pa naj bo to s strani tega našega oddelka, kjer skrbimo za te povezave ali oddelka, kot smo videli za raziskave in razvoj, absolutno vsebinski digitalni marketing, ali pa v sodelovanju s poslovnimi javnostmi.

Skratka, ta sporni del, ki je tako pomemben smo skozi ta model res okrepili, izpostavili in postavili eno dobro osnovno tudi že nekatere države prihajajo do nas, kot en dober primer organiziranosti od krovne do destinacijske ravni. Kot vemo vse se v resnici dogaja na destinacijski ravni. Že prej predstavljene vodilne destinacije, ne bom jih navajala, mogoče bi samo povzela, da v vsaki naši od 4 makro regij, na nek način smo tudi vzpostavili ena zaokrožena območja recimo, če pogledamo Alpe so to Julijske Alpe, Kamniško Savinske Alpe, Karavanke, ki sicer niso produktno močno še povezane in pa Pohorje, v Mediteranski-Kraški Sloveniji je to Slovenska Istra, oziroma Istra, torej štiri obmorske občine, ki se sedaj povezujejo pod znakom oziroma znamko Love Istria, Kras, prej smo videli, da imamo na eni strani ta Postonjski del krasi in pa tako imenovani matični Kras, ampak mi govorimo o enem Krasu in tudi vse destinacije šest na tem notranjskem in na matičnem štiri, torej deset destinacij se je poenotilo. Verjamejo o eno znamko, govorimo pač o enem Krasu. Imamo pač dva organizacijska nosilca.

Potem imamo pa Novo Gorico in Vipavsko dolino in Brda. Nek prag ali pa nek most med Mediteranom in Alpami, kjer imamo tudi na nek način oziroma se pogovarjamo o dveh nosilcih. To sta Nova Gorica in Vipavska dolina, vaša destinacija in to so Brda, kjer je destinacija pač s svojim zavodom, že vzpostavljena s prepoznavno znamko in v nadaljevanju so seveda pred vami povezovanja, kot prej že rečno s stani državne sekretarke, tako z mejnimi občinami oziroma destinacijami, kot tudi z drugimi regijami.

Sedaj recimo v Termalno-Panonski imamo bolj posamezne destinacije, so izzivi celo večji. V osrednji Sloveniji je pa tudi zgodba precej lepo Ljubljana, je svojo zgodbo regije že razvija tudi prej in se sedaj navezuje še na sosednje destinacije. Torej kako obravnavamo vašo destinacijo? Razumemo jo kot Nova Gorica in Vipavska dolina. To je tudi ime, ki ga imate zapisano na vašem predlogu sklepa oziroma ustasnovitveni akt. Nova Gorica z Vipavsko dolino, kot prej omenjenim zelenim zaledjem pridobiva eno dodatno moč z vidika privlačnosti, motiva za prihod, večje, večjega nabora privlačnih produktov, na drugi strani pa v Vipavski dolini smo, to je bil sicer naš delovni motiv destinacije, Nova Gorica je pa izredno močna znamka, no. Močno komunicirana, prepoznavna, ne, če pogledamo pa skupaj celo dolino, tukaj ste čez 200.000 nočitev in ste torej že kar močna destinacija.

Zagotovo so tudi še kakšni izzivi, zagotovo so še kakšna odprta vprašanja, ampak ključno je, da stopite skupaj, ustanovite zavod in ta vprašanja oziroma izzive začnete skupaj naslavljeni in skupaj iskati odgovore. Sedaj mogoče je zanimivo tako pogledati teh naših 34 destinacij, so zelo različne. Že omenjene uvodoma tudi s strani državne sekretarke, včasih je ena vodilna destinacija ena občina. To je Bled na primer, Kranjska gora ali pa ne vem Izola in Koper, Brda, Portorož, je to Kamnik, Cerklje, Idrija in podobno. Seveda z vidika organiziranosti so tu zgodbe najbolj jasne, najbolj nedvoumne. Te občine imajo svoje zavode. Potem imamo pa recimo ena destinacija, dve, tri štiri občine, kamor lahko umestimo tudi vašo destinacijo, na primer v Alpski Sloveniji, je Rogla Pohorje, kjer so štiri, Dolina Soča, kjer vemo, da sta že od začetka bila dve združeni Tolmin in Kobarid v en zavod, priključil se je še Bovec, so torej tri. Pri vas torej Nova Gorica in Vipavska dolina, ki jo mi razumemo dejansko kot celotno dolino. Ne postavljamo meje z vidika kdo bo v vašem zavodu, govorimo o celotni dolini. Ali Podčetrtek, kjer tudi pokrivajo tudi še dodatno sosednje tri občine. Potem je pa včasih je ena destinacija del regije. Na primer imeli smo Jugovzhodno Slovenijo, Dolenjska, ožja Dolenjska je ostala, Kočevsko pa Bela krajina sta se pa osamosvojila, če tako rečemo. Tukaj so že mogoče malo izzivi večji in kot četrti tip naših destinacij imamo, da je to ena regija, prejšnja tako imenovana turistična regija. Takrat je temu tako, ko je to trženjsko smiselno. Koroška je zagotovo takšna zgodba, ker je smiselno povezana kot celota, tudi zaradi prepoznavnosti znamke Koroška.

Pomurje Maribor se povezuje tudi z vsemi sosednjimi občinami, čez dvajset jih je. Tukaj je Ljubljana regija Osrednja Slovenija 26 občin, ali pa Termalno Panonska Slovenija tudi Posavje, Pomurje, pa sem že omenila. In spet tukaj so izzivi spet na nek način drugačni. Torej nekako prehajam. Vi ste recimo v zgodbi, ko se vas nekaj občin povezuje in iščete neko skupno zgodbo. Pa tudi že prej uvodoma omenjeno, tudi destinacije so v različni fazi, izredno pomembno, no, kaj, kje so njihovi fokusi, kje so njihove, njihovi izzivi. Od neke faze, ko se destinacija šele vzpostavlja, pa še nima ravno infrastrukturo, do tega ko je v razvojni fazi pod številko 2, torej rasti, no, ko začnejo turisti prihajati, se razvija, se razvija infrastruktura, potem ko je turistični trg definiran, ko je že turistična destinacija, tako imenovana faza razvoja, pa do faze konsolidacije. Kar nekaj destinacij že imamo, ko se morejo osredotočiti in ukvarjati z usmerjanjem tokov prekomerno število prihodov v enem krajšem časovnem obdobju. Po navadi so to poletne sezone. Pomanjkanje kapacitet in podobno in zahteva spet druge izzive. Faza stagnacije destinacij se lahko zgodi, da preprosto zaradi tega, ker ni vlagala v razvoj, v produkte, ker ni skrbela za to, da je ves čas v skladu s trendi, lahko seveda potem tudi tako stagnira, ali pa z nekimi novimi produkti se ponovno reinventira.

In potem smo tudi še destinacije, nekako če bom kratka tukaj, jih razdelili glede na to kakšne izzive imajo, glede na to v kateri fazi ste. Mi smo vas recimo tukaj, delovno, to je čisto eno tako bolj interno gradivo postavili v fazo rasti, kot destinacije. Nova Gorica, kot mesto, kot mesto z močnim prevladujočim še do nekaj pet in več let nazaj produktom igralništva, se sedaj dejansko, njena, se krepi, oziroma se vzpostavlja kot destinacija z drugimi vsebinami, z drugimi motivi prihoda, ne, v sodelovanju s celotno Vipavsko dolino. Ampak destinacijski menedžment v pravem pomenu besede pač v destinaciji še ni vzpostavljen, ne. In to je recimo tale rdeči vidik. Zato je ključno, da imate v tej fazi, destinacije, kot so tukaj, se ukvarjate z drugimi izzivi, kot mogoče destinacije, kot prej rečeno, ki se ukvarjajo z usmerjanjem tokov in izzivi prav za prav kako poletno sezono obvladati, se morate ukvarjati, da imate skupno vizijo, skupno zgodbo, da verjamete v skupno zgodbo, da imate vzpostavljeno zaupanje, da delate na tem, da sodelujete skupaj, da krepite ta model v povezovanju vseh ključnih deležnikov, ne. Vsaka destinacija ima en kup različnih deležnikov, s katerimi je potrebno delati in to je ena izmed glavnih nalog destinacijskih organizacij. In pa seveda produkti, kateri so produkti, ki vas Novo Gorico in Vipavsko dolino, kot destinacijo povezujejo in kako potem še krepiti sodelovanje s sosednjimi na področju gastronomija oziroma vina zagotovo z Brdi, na področju odkrivanja in zanimivih točk zagotovo z občinami recimo Krasi, destinacija Kras.

Kot prej predstavljano imamo vse, to so naši cilji slovenskega turizma no in skozi naš model makro destinacij dejansko želimo ravno to, da bo Slovenija krepila prihode in nočitve v vseh štirih makro regijah.

Mogoče še samo vodilne destinacije, kaj od njih pričakujemo na Slovenski turistični organizaciji. Mi smo vzpostavili en model, ki se z destinacijami srečujemo na vsebinskih strokovnih srečanjih. Včasih so to vezani na določeno regijo, Alpska Slovenija se skupaj dobijo destinacije ali pa Mediteransko_Kraška. Zakaj? Ker imajo podobne izzive, podobne produkte,

podobne trge, čeprav so v nekih različnih stopnjah rasti ali pa na določeno temo. Tole sredo na primer v Ljubljani imamo eno delovno vsebinsko srečanje, na temo prodajanje funkcije destinacijskih organizacij. Kaj je vloga destinacijskih organizacij pri organizaciji in prodaji doživetij, paketkov, ali so to nekaj urni na destinaciji ali pa nekaj dnevni. Imamo lep odziv. 50 prijavljenih udeležencev. Razčistili bomo vse zakonodajno, s pomočjo Gostinske turistične zbornice, potem primerjali lokalnih agencij, njihove vloge, destinacijskih zavodov in popodobno. Skratka z njimi delamo.

Pričakujemo tudi, da se destinacije odzivajo, da so odzivne. Sedaj, ko smo recimo vsebine pripravili z vašo destinacijo, lahko samo pohvalim. Z gospo Matejko Ambrož smo tudi v teh preteklih mesecih tudi kar aktivno bili na zvezi, tudi s posameznimi še pri usklajevanju vsebin za naš portal in podobno. Destinacijo pričakujemo, da aktivno sodeluje pri naših strateških smernicah, vsebinah, skupnih aktivnostih, da uporablja znamko I feel Slovenija, sedaj tudi head stack I feel Slovenija, še pospešeno in da povezuje in vključuje tudi druge destinacije.

Iščemo vedno vzrode kako napotiti tudi na druge destinacije. Še mogoče samo naloge. Recimo vsaka občina, ki ima, ki prepozna potencial na področju turizma ima določena področja, mora poskrbeti, da ima neke strateške smernice, da so urejeni prostorski akti, zakonodaja, zaželeno v skladu s strategijo turizma Slovenije, s smernicami po makro destinacijah, da skrbi za javno oziroma javno turistično infrastrukturo, pospešuje investicije, razvija turizem na trajnostni način. Veseli smo, da ste tako Nova Gorica kot Vipavska dolina v naši shemi, zeleni shemi slovenskega turizma. Ste Slovenija green - silver destinacija – srebrna destinacija in ta shema je res ena dobra osnova tudi za druge aktivnosti in da nudi pogoje za upravljanje oziroma za delovanje zavoda, ki turistično potem pa dejansko pripravi eno strategijo razvoja trženja turizma, opravlja destinacijo, dela na produktih, povezuje ponudnike, kot že rečeno, izvaja promocijo. Tukaj je pa sedaj ključno, da to sedaj počnemo usklajeno s krovno ravno, ker so učinki veliko večji. Da ne hodite vsi sami aktivnosti v tujini ampak, da se navežete na aktivnosti Slovenske turistične organizacije, ki so kar obsežne, kakovostne in da tukaj iščemo skupne učinke. In seveda informiranje distribucije, upravljanje TIC-ev.

Ja, mislim, da je bolj ali manj to, to, kar se toče našega modela mako destinacij. Ocenjujemo, da smo delo smiselno logično in dobro zastavili. Je pa to platforma, na kateri seveda ves čas jo moramo nadgrajevati, delati pri tem poslušamo vas, destinacije, no naše partnerje na destinacijski ravni in letos imamo, že kar konkretno za jesen, program aktivnosti planiran in se veselimo za kakršna koli dodatna vprašanja v točki, kjer boste zavod verjamemo tudi ustanovili.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Hvala lepa vsem trem govornicam v imenu kolega Tadeja in kolega Aleša odpiram razpravo, vprašanja za vse tri občinske svete. Izvolite Anton Peršič, oziroma prosim vsakega, ki bo razpravljal, če tudi zaradi snemanja in pisanja zapisnikov magnetograma, da se tudi predstavi.

Svetnik Anton Peršič, Mestna občina Nova Gorica:

Dober dan in hvala za besedo. Sem Anton Peršič, Mestna občina Nova Gorica in danes bom pač, ker je že razprava o tem odloku in o strategiji turizma, bom spregovoril tudi v tej smeri. Namreč v razpisni dokumentaciji sem videl, da se Slovenija še vedno deli na zahodno, ki naj bi bila bogatejša in vzhodno, ki je revnejša in zato so tudi sredstva tako namenjena. Celo enkrat več sredstev v tem razpisu za vzhodno Slovenijo in tudi % večji 80 % mislim povračilo stroškov za vzhodno Slovenijo, medtem, ko je za zahodno samo 60 %. Torej če sledimo strategiji potem mislim, da to povezovanje, ki je bilo danes tudi večkrat omenjeno, pomeni, da bo enkrat povezana tako zahodna, kot vzhodna Slovenija in zato se mi ne zdi smiselno, da so take razlike. To ni tako gospodarstvo, kot so v drugih panogah. No in če že razmišljam naprej, na tam kjer je zdraviliški turizem, Panonsko področje, ne bodo nikoli Alpe. Danes Slovenije je pač taka in to je treba sprejeti in treba je delati na tem in pomagati vsem enako.

Spet iz tega razpisa sem zasledil, v posebnih pogojih, da se prijavitelj mora imeti leto pred prijavo zaposleno eno redno zaposleno osebo. Ne vem kaj to pomeni danes za naš zavod, ki bo komaj danes ustanovljen, to mi boste lahko odgovorili. V odloku sem tudi prečital, da je zelo slabo, mislim, malo prostora je namenjeno zavodom in turističnim društvom. Sam bi si želel,

da je ta odnos med zavodom in turističnimi društvi bolj partnerski, zato ker na našem področju, če lahko ugotovim, so turistična društva tista, ki se večinsko ukvarjajo s turizmom, razen podjetji, ki se pa sploh profesionalno ukvarjajo.

No, in ker sem pa pri društvih. Če pogledam med goste, danes ni nobenega predstavnika Turistične zveze, sem tudi član upravnega odbora in vabila nismo dobili. Čakam odgovor.

Svetnik Vilko Brus, Občina Ajdovščina:

Vilko Brus, Ajdovščina. Samo eno vprašanje. pač mi ne gre in ne gre v glavo preden glasujem, da povem. Sem sem prišel trdno odločen, da glasujem za, ker vem, pač koliko truda so posamezni župani vložili v to pripravo sploh te zadeve. Po teh uvodnih predstavitvah pa sem prišel malo v dvom. Priznam ste me skoraj prepričali, da zadeva pa mogoče ni dodelana. Eno je že ime. Nova Gorica in Vipavska dolina. Veste to me malo spominja tako, kot da bi začeli v Novi Gorici imenovati Bevkov trg in Nova Gorica. Ali je Vipavska dolina ali ni Vipavska dolina? Samo to pojasnilo bi prosil. Vse ostale zadeve, čisto formalne in pravne, je kar nekaj vprašanj, ma kdaj drugič.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

To bi pri drugi točki, če se strinjajte, ker je vezano na prvo točko, pa je bilo vprašanje glede financiranja in bo to odgovorila državna sekretarka.

Eva Štravs Podlogar, državna sekretarka na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo:

No mogoče gospodu svetniku iz Nove Gorice. Najprej vezano, da je na razpis potrebno, da se lahko prijavi zavod ali pa pravni subjekt, ki že eno leto deluje oziroma ima enega zaposlenega. Pri tem razpisu destinacijskem, to v bistvu ne velja, velja pa pri drugem razpisu, ki sem ga tudi omenila za integralne turistične produkte. Ta razpis, ki je pomemben povezan z vašim današnjimi sklepi, pa je celo eden redkih razpisov v zadnjem obdobju, kjer je sofinanciranje tudi človeškega dela, oziroma gre lahko tudi za enega zaposlenega.

Sedaj vzhodna, zahodna kohezijska regija, to bodo župani še več vedeli skozi kakšne borbe so šli. To nam je enostavno Evropa je še vztrajala in je bila to prednost, zato, da se je pridobilo več sredstev, tako, da ni nekaj, kar bi si sami v Sloveniji otežili življenje. Kar se tiče turističnega društva, Turistične zveze, bi želela poudariti, da je veliko, zelo, da je Turistična zveza in društva, da so izjemno pomembni partnerji, da se vidimo, kot celoto, zato sem prej rekla na nacionalnim nivoju so to STO, Turistična zveza in MGRT, na lokalnem nivoju pa prav tako, kot je bilo rečeno, tudi napisano imajo TIC-i svojo vlogo, ki jih v veliki meri tudi upravljajo turistična društva in so pomemben partner skupnemu razvoju turizma in se dela skupaj, ne drug mimo drugega, vsekakor.

Svetnik Klemen Miklavič, Mestna občina Nova Gorica:

Klemen Miklavič, član gibanja Goriška.si iz mestnega sveta v Novi Gorici. Najprej pozdravljam vse kolege iz sosednjih občine, obeh sosednjih občin. Me veseli take srečanja so vedno spodbudna. Smo na zelo majhnem teritoriju, razdelili so nas med veliko občin, tako da vsakič, ko nas vidim združene imam en tak občutek optimizma in veselja in posebej me tudi veseli, naše gibanje veseli, da smo se združili okrog tako pomembne teme, kot je turizem, oziroma tako pomembne gospodarske priložnosti, kot je turizem.

Turizem je vemo vsi, smo tudi slišali dolga predavanja o tem, v porasti v Evropi, pač rase. Tisti del prebivalstva, ki potuje, se širi. Neke destinacije izven Evrope se zaradi žalostnih razmer tam zapirajo, se pravi se Evropa spet odkriva, kot destinacija in mislim, da imamo, da živimo na takem teritoriju, ki lahko žanje veliko sadov na področju te gospodarske panoge oziroma rasti, te gospodarske panoge. Bodisi programi, ne vem, na področju športnega turizma, družinskega turizma, vojnega turizma, vsi ti programi so, zajemajo oziroma naslavljajo segmente ljudi, ki imajo vedno več denarja in udi potujejo.

Ampak mi tukaj v tem vogalu, ve tem zadnji klopi smo znani tudi po temu, da smo skeptični. Župan nas dobro pozna na tem področju, ker menimo pač, da ta skepsa je tudi neke vrste gorivo za to, da stvari stečejo boljše. Včasih, če podkuriš zadeve hitreje stečejo in tudi danes bomo opozorili, da danes ne glasujemo o temu kakšni programi bodo v tej naši skupni destinaciji, oziroma kako bo zgedala ta skupna destinacija oziroma kako bomo od te skupne destinacije ponudili čim več priložnosti, zato, da se bodo odpirala podjetja in druge intencije, ki bodo delovale. Danes glasujemo izključno samo o odloku, ki bo pripeljal neko birokratsko ustanovo.

Ne bodimo preveč veseli, ker videli smo, kako veliko je bilo že zavodov ustanovljenih in kako so ti zavodi postali mrtva črka na papirju in zaposlitev človeka, več ljudi, ki niso opravljali tistih funkcij, za katere smo jih tja imenovali. Zato župan, predvsem Novogoriški, ker to je pač, mi smo njegova palica tukaj, pa tudi ostala dva župana, mi danes ne bomo nasprotovali ustanovitvi tega zavoda, vas pa opozarjamo, da to še ni vse. Daleč od tega. Opozarjamo vas tudi, da je tam en kos dvorane prazen, če vidite, tam bi morali sedeti še drugi občinski svetniki iz te doline od Vipave do Šempetra. Tudi to, naj vam bo ambicija v naslednjih dneh. Tega ne bo naredil tisti direktor zavoda, od katerega veliko pričakujete, to boste naredili vi, če boste znali motivirati in prepričati s programi oziroma z vizijo, ki jo pa danes tukaj nimamo. Se pravi spoštovani župani, mi vam ne bomo nasprotovali, podprli pa tudi ne bomo tega zavoda, ne, ker menimo, da ne bomo.

A veste, še to naš župan je znan po temu, da on nas prepričuje zelo intenzivno in je tudi dober v temu, tudi zna, ima to žico, ne. Potem pa, ko stvar steče in se zatakne, reče novinarjem, ja, ja, saj to so svetniki hoteli, veste. Tako, da danes ne bomo te odgovornosti prevzeli, vam pustimo, vam ta vroč krompir in tudi zagovarjanje te zgodbe v kolikor zadeva ne bo šla. Vam pa želimo srečo.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Hvala za spodbudne presede. Ne bom komentiral vaše razprave, jo poznam.

Župan Aleš Bucik da na glasovanje ugotovitveni sklep, da se občinski svet seznani s predstavitvijo krovnega razvojnega in trženjskega modela slovenskega turizma (okvir Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021) s poudarkom na povezovanju krovne in destinacijske ravni.

Rezultat glasovanja:

NAVZOČI 13

ZA 13

PROTI 0

Sklep je sprejet.

Ad 2. Predlog Odloka o ustanovitvi javnega zavoda Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina – hitri postopek

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Dovolite mi, da najprej župani par uvodnih besed ob ustanovitvi zavoda. Moram povedati, da sem razmišljal, da bi kakšno pametno povedal tudi o razvoju turizma, pa sem se odločil, da ne bom, ker so govornice v prvem delu zelo opisale in orisale, strategijo za razvoj turizma in moram priznati, da tudi kot župan v združenju mestnih občin, kjer se pogovarjamo o razvoju turizma, smo vsi pohvalili, da je dejansko končno ena strategija v Republiki Sloveniji delegirana z vrha in je naša naloga in dolžnost in hkrati tudi odgovornost politike, da ji tudi sledimo in verjamem, da bomo danes zmogli vsi trije občinski sveti. In verjamem, da je danes 58 razlogov, toliko, kolikor nas je svetnic in svetnikov tudi našli pozitivne razloge, da ta zavod ustanovimo.

Večkrat se radi vprašamo zakaj nas ni danes tukaj šest, zakaj ni tega občinskega sveta, drugega občinskega sveta. Jaz bi rad poudaril, da bi raje govorili zakaj smo danes trije. Zato, ker verjamemo v razvoj turizma, ker verjamemo in smo prepričani, da je gospodarska panoga turizem zelo pomembna in da smo pripravljeni končno preseči in zbrisati občinske meje. Kar je velik dosežek in tudi po moji oceni velik uspeh. In tudi zato, ker smo dolžni in je naša

odgovornost do vseh turističnih ponudnikov, ki končno pričakujejo, da se lokalne skupnosti na področju turizma povežemo in jih skladno s strategijo in z našo podporo podpremo, kot enotna destinacija in podpremo njihov trud in vlaganje, ki jih vlagajo v njihovo poslanstvo. In naša odgovornost je, da v strukturo zavoda imenujemo ljudi, ki so odgovorni in tej ljudje imenujejo človeka, osebo v ta turizem skupaj z povezovanjem vseh deležnikov, bil pravi sogovornik našemu STO-ju. In samo na ta način lahko dejansko tudi tak turizem ima izjemen potencial in je bilo tudi že večkrat povedano, peljemo naprej.

Tako, da se že vnaprej zahvaljujem vsem tistim, ki verjamete in ki boste tudi danes tu ustanovili nov zavod in ga podprli. Tadej izvoli.

Tadej Beočanin, župan Občine Ajdovščina:

Da bo turizem ena pomembnih panog Občine Ajdovščina smo si zadali že ob začetku in tudi, ob začetku tega mandata in tudi prvi zelo pomemben korak, ki smo ga naredili združeni občinski sveti več občin, to je bilo pred dvema letoma in pol, ko smo lansirali in v svet poslali destinacijsko znamko Vipavska dolina je prav za prav to usmeritev potrdil. V vmesnem času smo stavili na vse tisto, kar imamo in v čemer verjamem, ne, smo najboljši. To je po eni strani vino in kulinarika, po drugi strani športni, rekreativni in adrenalinski turizem in pa po tretji strani dediščinski turizem. To so tisti ključni trije stebri, na katere stavimo, ko govorimo o turizmu v Vipavski dolini in odločitev se je tudi v številnih primerih in z nedavno potrditvijo, ki je bila tudi prej omenjena, torej, da je Vipavska dolina postala ena najboljših desetih destinacij za ta obisk v letošnjem letu po izboru Loney Planeta pravilna.

Današnja ustanovitev skupnega javnega zavoda za turizem v katerem bomo sodelovale tri občine, katerega soustanavljamo tri občine, je pa zagotovo zelo pomemben korak na poti v smeri krepitve te gospodarske panoge, predvsem v smislu tega, da v eni točki združimo vse resurse, ki jih imamo prav za prav na voljo, ko govorim seveda o resursih, ki jih kot tisti javni del države lahko prispevamo. Govorimo o kadrih, ki bodo združili svoja znanja in svoje moči, govorim konec koncev o financah, ki jih vsak proračun prispeva po svojih zmožnostih in pravilih, ki so opredeljeni v sami, v samem odloku. Tako, da gre se dejansko za to, da pod eno streho združimo isto, kar prav za prav mora vsaka občina početi zase ali povezano z ostalimi. Verjamem, da nam bo tudi ta zavod omogočil, da bomo res lahko izjemno povezano delovali naprej in tudi to, da se bodo v prihodnosti tudi druge občine, ki so danes še izostale in se še niso odločile, da pristopijo k temu skupnemu zavodu tudi v prihodnosti pristopile, kajti kot smo na začetku tudi verjeli v pomembno zgodbo turizma v Vipavski dolini, tako tudi danes lahko verjamemo, da bo ta javni zavod, ki ga ustanavljamo prinesel pomemben napredek na tem področju, predvsem v tem organizacijskem smislu, kar se tiče vseh podpore občin, ki ga soustanavljamo, razvoju turizma.

Tole bo tudi uvodoma, tudi jaz si res želim, da bomo uspešni pri delovanju tega zavoda in verjamem, da lahko turizem, kar se tiče celotne vodilne destinacije še bistveno okrepimo in ga tudi povečamo, tudi kar se tiče tudi v gospodarskem smislu, kar se tiče tiste odstotke, kot že veljajo marsikje v državi, pa tudi izven. Toliko uvodoma. Hvala.

Aleš bucik, župan občine Renče vogrsko:

Ja, saj mislim, da smo vsi že prepričani, da bi težko še kakšnega na novo prepričal. No moram reči, da ta odlok je nastajal zelo veliko časa. Več kot eno leto smo to pripravljali, seveda, kjer je veliko akterjev je tudi veliko dvomov in tudi veliko različnih pogledov, vendar vam moram povedati, da smo lansko leto spomladi smo bili v enem širšem sestavu županov v Istri, kjer so nam predstavili njihovo strategijo razvoja turizma, predvsem zaradi tega, ker vsi kot gostje opažamo, da se Istra nenormalno hitro in kvalitetno razvija. Seveda oni so tudi naredili podobno, bom rekel, skupni zavod in tržijo na z vsemi modernimi sredstvi. Tako, da ta odlok, ki ga imam pred seboj, seveda bi lahko bil tudi boljši, vendar je začetek nečesa, kar bo prineslo za moje pojme hitrejši razvoj celotnega našega področja.

Morebiti se vsi premalo zavedamo, da postaja turizem zelo pomembna gospodarska panoga, če pogledate koliko je turizma zunaj Evropejci vsak dan manj potujemo v ostale svetovno znane destinacije in se vedno bolj radi zadržujemo doma, v Evropi, kjer se počutimo varne. Za

enkrat je tudi taka destinacija, je, zato sem osebno prepričan, daje to ena vizionarska poteza. Čeprav bom rekel, v naši občini smo bili vedno nasprotniki kakršnih koli zavodov in smo gledali, da jih imamo čim manj, vendar je turizem tako širok pojem, da se ga v eni občini absolutno ne da razvijati in edino skupaj lahko naredimo nekaj več. Torej jaz sem vesel in podpiram ta odlok.

Andrej Markočič, vodja kabineta župana Mestne občine Nova Gorica:

Spoštovane, spoštovani lep pozdrav tudi v mojem imenu. Dovolite, da v imenu vseh treh občinskih uprav, tudi nekaterih svetnic in svetnikov tukaj prisotnih, ki ste aktivno sodelovali pri pripravi tega odloka, kot je dal župan, je bil kar dolgočasno poudarim nekaj poudarkov, nekaj bistvenega, ki ga boste seveda tudi obravnavali. Mogoče bi se na tem mestu zahvalil tudi gospem, tudi sodelavkam, ki so bile pred mano, ker tudi na podlagi njihovega znanja, izkušenj smo tudi poskušali v ta odlok, oziroma na podlagi njihovega znanja in izkušenj tudi v ta odlok določene stvari, če lahko tako rečem vključiti.

Razlogi za ustanovitev Javnega zavoda za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina so da potrebujemo upravitelja vodilne destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina. Potrebujemo nekoga, ki bo skrbel za povezovalno naravnani razvoj turizma v tem območju, potrebujemo partnerja tako Slovenski turistični organizaciji, kot Ministrstvu za gospodarstvo, razvoj in tehnologijo in ne nazadnje potrebujemo povezovalca naše vodilne destinacije z ostalimi vodilnimi destinacijami v makro destinaciji Mediteran in širše. Poudaril bi, da destinaciji Nova Gorica in Vipavska dolina se še naprej razvijata v skladu s svojimi vizijami, strategijami in prioritetami, ampak v smeri povezovanja na nivoju nosilnih in sekundarnih produktov ter seveda tudi doživetji.

Organiziranost javnega zavoda v odloku je zelo klasično piramidno organizacijo, vodstvo javnega zavoda, spodaj imamo dve notranji organizacijski enoti, notranja organizacijska enota Nova Gorica, notranja organizacijska enota Vipavska dolina, mogoče s poudarkom, da notranja organizacijska enota Nova Gorica skrbi za mesto, ima neko svojo specifikko, svojo značilnost kot mesto in druga notranja organizacijska enota, ki skrbi za Vipavsko dolino oziroma celotno podeželje te vodilne destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina. In potem imamo še Turistične informacijske pisarne oziroma informacijske centre, danes imamo dva, eden v Ajdovščini in enega v Novi Gorici.

Financiranje samega javnega zavoda. Višino sredstev za delovanje javnega zavoda, se bo določilo vsako leto posebej in sicer v treh korakih. Najprej vodstvo zavoda pripravi finančno vrednoten program dela. Ta finančno vrednoten program dela uskladi s proračuni občin soustanoviteljic, to na nivoju sveta soustanoviteljic oziroma županov, ker župani so ne nazadnje predlagatelji proračunov. V tretjem koraku se potem tako finančno ovrednoten program dela uskladen tudi s proračuni potrdi tudi na svetu zavoda. Skupne stroške zavoda, govorim o stroških vodstva, govorim o stroških administracij in pa tudi predvsem pa o stroških, ki bodo nastali s promocijo in ostalimi dejavnostmi zavoda, ki bo deloval v celotno destinacijo vodilno Nova Gorica, Vipavska dolina, krijejo občine soustanoviteljice po določenih 24. členu odloka. Ključ delitve pa je primerna poraba posamezne občine, ki je določena v zakonu o financiranju občin. Tako v danem, današnji dan nekje odpade cca na Mestno občino Nova Gorica 56 %, Občino Ajdovščina 36 % in na Občino Renče-Vogrsko 8% teh stroškov, ki bodo nastali.

Za notranje organizacijske enote, oziroma ti dve notranji organizacijski enoti, smo določil, da bi financirale tiste soustanoviteljice, ki so del destinacije s katero upravlja posamezna notranja organizacijska enota, turistično informacijske pisarne, oziroma kot krajše rečemo TIC- e financira posamezna soustanoviteljica glede na sedež posamezne Turistične informacijske pisarne, medtem, ko pa morebitne aktivnosti, ki jih bo izvajal zavod samo za eno ustanoviteljico financira v celoti soustanoviteljica za katero bi zavod izvajal te aktivnosti.

Kot glavni cilj ustanoviti pravno osebo, ki bo skrbela za razvoj turizma na celotnem območju vodilne destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina, ki bo partner Slovenski turistični organizaciji in Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo s poudarkom, da soustanoviteljstvo odprtega tipa. V upravitelju vodilne destinacije Nova Gorica in Vipavska dolina bomo tudi združili tako javni kot zasebni sektor. To je z moje strani vse. Hvala.

Janez Furlan, vodja oddelka za gospodarstvo in razvoj Občine Ajdovščina:

Lep pozdrav še z moje strani. Jaz sem Janez Furlan. Prihajam iz občine Ajdovščina, kot je že bilo omenjeno. Jaz bi samo podal samo par popravkov, ki smo, ki so se zgodili še , ki so se zgodili danes. Na tem mestu se moram javno zahvaliti svetniku našemu gospodu Vidmarju, ki si je res vzel čas in odlok temeljito pregledal, tako da bi kar skozi po postavkah oziroma po členih šel skozi in opozoril na spremembe.

In sicer 5. člen se spreminja na način, da se prvi odstavek izločuje in ga pušča v 5. členu ostalo, ostali odstavki postanejo nov 6. člen. Členi od tam naprej se ustrezno preštevilčijo. Se pravi 5. člen, kot ga imate, ki ste ga dobili s predlogom, se razdeli v dva člena. Prvi odstavek postane nov 5. člen, vsi ostali odstavki pač preidejo v 6. člen. Členi, ki sledijo se ustrezno preštevilčijo. Se pravi 5. člen se razdeli na 5. in 6. člen ostalo se preštevilči. Zaradi te spremembe nastane korekcija tudi v sedanjem 48. členu, kjer se navaja, sedanji 48. člen, se opravičujem sedanji 47. člen, ki postane 48. člen se tam spremeni tudi ne glede na določila 11. člena po novem, je ne glede na določila 12. člena. Predzadnji člen.

Potem sledi sprememba ravno tako v vašem 5. členu, ki je sedaj postal 6., to je par pravopisnih, slovničnih napak smo popravili, velika začetnica, vejica in pa deveta alineja od spodaj navzgor, ki se glasi: »Priprava in izvajanje promocijske in informativnega gradiva, kot na primer brošura«. Kot na primer brošura, se črta. Je odveč.

Potem sledi, se pravi vaš 10. člen, ki je sedaj postal nov 11. člen in sicer svet zavoda, se pravi, korigira se drugi odstavek svet in sicer na način: »Svet zavoda sestavlja 9 članov« in ne več 10 in sicer zadnja alineja se spremeni tako, da se glasi, se pravi tam, kamor piše, kamor je pisalo po en predstavnik uporabnikov oziroma zainteresirane javnosti se sedaj spremeni v sledeči način, v sledečo obliko in »sicer dva predstavnika uporabnikov oziroma zainteresirane javnosti«.

Zaradi te spremembe je potrebno korigirati tudi peti odstavek tega člena in sicer na način: »Člane sveta zavoda iz vrst predstavnikov uporabnikov oziroma zainteresirane javnosti, ki morajo delovati v gospodarstvu in sicer na področju turizma imenujejo, imenujeta Območno obrtno podjetniška zbornica Ajdovščina in Obrtno podjetniška zbornica in Območno obrtno podjetniška zbornica Nova Gorica, vsak po enega skladno s svojimi predpisi.«

Doda v 6. odstavek tega člena se doda tudi dikcija, tam nekje v sredini navedbe, kjer piše, sedaj bom kar prebral novo verzijo in bom opozoril na dodatek. V kolikor član sveta zavoda iz vrst predstavnikov uporabnikov oziroma zainteresirane javnosti preneha delovati doda se : »v gospodarstvu« in naprej enako kot je bilo na področju turizma, mu z dnem prenehanja, preneha tudi mandat člana sveta zavoda in tako naprej. Se pravi doda se »z gospodarstvom«. V šestem odstavku vašega 10. odnosno sedaj novega 11. člena. Preštevilčenega 11. člena.

Potem preidemo k členom, ki opredeljujejo direktorja, to je vaš 14. člen, odnosno nov preštevilčen 15. člen in sicer drugi odstavek. Spremeni se prva dikcija prvega odstavka in sicer na način: »Direktor vodi strokovni svet zavoda in odgovarja za strokovnosti dela zavoda.« Se pravi malček drugače smo. To je vaš, se opravičujem vaš 14. člen, nov 15. preštevilčen 15., pod 14. Tam kjer piše direktor, drugi odstavek. Še enkrat? Se pravi drugi odstavek se sedaj po novem glasi: »Direktor vodi strokovni svet zavoda in odgovarja za strokovnost dela zavoda. Direktor mora pri vodenju poslova ravnati z javnimi in drugimi sredstvi s skrbnostjo dobrega gospodarja.« Se prvi samo prvi del se malček obrne oziroma bolj eksplicitno napiše.

Potem imamo en droben, en droben popravek pri vašem 36. členu odnosno novem preštevilčenem 37. in sicer tretji odstavek govori o skupnem organu za izvrševanje ustanoviteljskih pravic in sicer, se pravi, govori sedaj o 35. in 36 členu odnosno novem 36. in 37. Se pravi najprej se člena zamenjata, se pravi, da vaš, se pravi najprej bo člen : »Svet ustanoviteljic se ustanavlja z namenom skupnega izvrševanja ustanoviteljskih pravic ... »in tako naprej. To je prvi člen pod tem poglavjem 14. V naslednjem členu se pa korigira tretji odstavek in sicer sedaj imate napisano: Strokovne naloge v svetu ustanoviteljic opravlja Mestna občina Nova Gorica, doda se strokovne in administrativne naloge. In administrativne se doda.

Potem v naslednjem členu, se pravi kjer govori člen o nalogah sveta ustanoviteljic, to je vaš 37. člen, odnosno preštevilčen 38. se v prvem odstavku črta 5. točka. Se pravi, črta se: »Za čas do imenovanja direktorja zavoda imenuje vršilca dolžnosti direktorja zavoda.« To alinejo se črta.

In pa tisto spremembo v predzadnjem členu sem pa že prej povedal. Mogoče še razlog za črtanje tiste alineje? Zato, ker ni sladno s, moment, mislim, da s 17. členom, mislim, da je. Ja, ja, samo ni skladen s, s, samo moment, s 17. mislim, da je. Ja se pravi, zato, ker tisto določilo ni skladno z vašim 17. členom odnosno preštevilčenim 18. členom. Zato je treba tisto alinejo črtati.

To so vse spremembe in to so dejansko spremembe predloga odloka za prvo obravnavo. Je potrebno kakšen člen dodatno pojasniti, ali še enkrat povedati spremembo? Ne. Hvala lepa.

Tomaž Jug, predsednik odbora za gospodarstvo Mestne občine Nova Gorica:

Hvala lepa. Tomaž Jug, predsednik odbora za gospodarstvo mesne občine Nova Gorica. Na odboru smo predlog odloka obravnavali, z njim se strinjamo in želimo, da brez pripomb mestni svetniki to sprejmete.

Miran Gregorc, predsednik odbora za gospodarstvo in gospodarske javne službe Občine Ajdovščina:

Lepo pozdrav vsem skupaj. Na 30. redni seji dne 4.4. je odbor za gospodarstvo in gospodarske javne službe Občine Ajdovščina obravnaval omenjeni odlok in predlaga občinskemu svetu, da ga sprejme.

Radovan Rusjan, član odbora za gospodarstvo Občine Renče-Vogrsko:

Hvala za besedo. Sem član tudi jaz sveta za gospodarstvo oziroma odbora za gospodarstvo. Mi smo ta, to obravnavali in na odboru in smo tudi sklenili z enim popravkom, ki je bil tudi upoštevan, smo sklenili in predlagamo vsem občinskim svetom, da tudi ta odlok sprejmejo z glasovanjem. Hvala.

Razprava za vse.

Svetnica Zmaga Prošt, Občina Renče-Vogrsko:

Naš zavod naj bi imel tri organe in sicer svet zavoda, direktorja in strokovni svet. Na našem odboru smo opomnili o pomenu združljivosti oziroma nezdružljivosti vlog direktorja in pa strokovnega sveta. Neke stvari so, ste upoštevali, vendar ugotavljam, v tem danes prejetem čistopisu, da še vedno obstoja neskladje. V 21. členu, govorim o teh, ki jih imamo vsi v pisni obliki, ta trenutek, v točki dve je zapisano: »Strokovni svet zavoda imenuje svet zavoda na predlog direktorja.« Pogrešam pa, v točki, v pristojnostih sveta zavoda predlagam, da 14. člen dopolnimo s trinajsto novo alinejo, ki se glasi: »Imenuje in razrešuje strokovni svet zavoda.«

V 19. členu, ki govori o nalogah direktorja je torej potrebno črtati četrto alinejo. Imenuje, razrešuje in vodi strokovni svet zavoda. Vloga direktorja, kot vodje strokovnega sveta, ki odgovarja za strokovnost dela zavoda je pa obrazložena v petnajsti, v 15. členu v drugi točki, tako kot je kolega pred menoj dopolnilo predstavil.

Pa še nekaj bi bilo dobro, da dorečemo. V 38. členu to je kolega, ki je diskutiral pred menoj, je predlagal, da se za čas do imenovanja direktorja zavoda imenuje vršilca dolžnosti direktorja zavoda. Pogledala sem si Zakon o zavodih in tam je seveda zapisano, da ustanovitelji v primeru, ko ustanavljajo javni zavod imenujejo tudi vršilca dolžnosti. To se mi vsekakor zdi potrebno, ker zagotovo moramo najti osebo, ki mu bomo zaupali, da bo vse te osnovne korake, ki sledijo s sprejemom današnjega odloka pripravila. Hvala.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Bomo kasneje, mogoče zbrali vse pripombe.

Svetnik Marjan Murovec, Občina Renče-Vogrsko:

Hvala za besedo. Sem Marjan Murovec, Občina Renče-Vogrsko. Gospod župan se je prej nekako se izognil vprašanju, ki ga je nekako postavil moj predhodnik v zvezi z določenih, v zvezi z manjkajočimi občinami, ki naj bi soustanovili ta zavod, sicer s pozitivno mislijo, da dajmo razmišljati tisti, ki smo za to, ne tistimi, ki za to niso, pa vendarle mislim, da je prav, da tudi mi izvemo zakaj se je to zgodilo. Predvsem v tisti točki, kjer v bistvu ustanovitelji zavoda sofinancirajo delež, ki ga bo zavod pač vršil s komplet, oziroma za celotno destinacijo Nova Gorica in Vipavska dolina.

Jaz mislim, da je prav, da vsaj izvemo, če že bomo o tem trenutku prevzeli sofinanciranje skupnih nalog, stroške za pričetek delovanja zavoda, ki je tudi v predlogu odloka opredeljen in tudi kvalificiran. Osebnostno pa menim, da je najmanj kar bi bilo prav, da izvemo, zakaj se je to zgodilo. Gre predvsem, mene zanima, da Vipave zraven ni, ki je sestavni del Vipavske doline in te destinacije. Zakaj Šempetra ni zraven, ki je tudi neposredno del Mestne občine Nova Gorica. Sedaj Miran-Kostanjevica ni noter, v predlogu je bil, potem je bil izločen? Mogoče je razlog za to, da se je on priključil Krasu. Brda prav tako in tako vemo, da so, da imajo svoj zavod. In sicer mogoče za vprašanje predstavnicam in republike oziroma STO-ja. To posledično tudi pomeni, da Brda ne bodo mogla kandidirati za sredstva iz razpisa? Sprašujem zaradi tega, ker je v naši tej regijski razdelitvi Brda tudi en sestavni del te naše destinacije. No, toliko za enkrat. Hvala.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Glejte jaz zelo na kratko, ne. Jaz ne morem v imenu drugih županov razlagati zakaj posameznih občin tukaj ni. To je stvar odločitve župana in komunikacije med županom in njihovimi občinski sveti, svetniki. In korektno bi bilo sedaj z moje strani, da bi tukaj jaz javno razlagal zakaj koga ni. Zato sem tudi v svojem uvodu povedal, da danes smo tisti pač, ki v to zgodbo verjamemo. In res ni korektno sedaj javno razlagati, kaj je ... Pač imajo svoje razloge, svoje poglede, mi pa vsi skupaj trije si želimo, da na koncu nas bo v tem zavodu vseh šest. Ampak očitno mora nekje še nekaj dozoreti, da bo prišlo do tega.

Svetnica Karmen Saksida, Mestna občina Nova Gorica:

Hvala za besedo gospod župan. Karmen Saksida, svetnica Socialnih demokratov v mestnem svetu Nova Gorica. Najprej naj poudarim, da načeloma zelo podpiramo ustanovitev tega zavoda, tudi zato, ker prihaja, se bojim. prepozno in sem zelo vesela, da smo končno spoznali, da rabimo en zavod, ki bo upravljal s celo regijo. Mogoče tudi zato, ker izhajam, kot rada rečem iz osrčja Vipavske doline. Doma sem namreč iz Zalošč in Dornberka in še toliko bolj čutimo najbrž tisti prebivalci Vipavske doline to potrebo po tej skupni promociji Vipavske doline sploh. Zato se mi zdi, da je ustanavljanje zavoda en velik korak naprej in si samo želim, da bo dobro opravljal svojo nalogo. Bom pa nadaljevala prav za prav s pripombami tam, kjer je zaključila kolegica iz Občine Renče Vogrsko in vlekla analogijo.

V svetu ustanoviteljic je bilo do sedaj napisano v tem odloku bo imenoval vršilca dolžnosti. Mi smo, da če sprejmemo tak odlok, dajemo to kompetenco svetu ustanoviteljic tudi glede imenovanja direktorjev. Jaz mislim, da to moramo popraviti. Pri vseh zavodih dajemo soglasje k imenovanju direktorja vedno mestni ali občinski sveti in mislim, da je tudi pri tem zavodu prav, da zapišemo člene tako, da bodo soglasje k imenovanju dajali občinski in mestni svet, potem pa itak direktorja imenuje svet zavoda in zato predlagam, da naredimo spremembo v 15. členu in v 37. členu, ki, kjer govori pač o vlogi sveta ustanoviteljic. Mislim, pač da je prav, da občinski sveti odločajo o tako pomembnih funkcijah, kot so direktorske funkcije.

Tadej Beočanin, župan Občine Ajdovščina:

Mogoče en krajši odgovor na to zadevo in sicer prav za prav se navezuje, no saj nekaj je bilo tudi že prej povedano. Najprej okrog imena je bilo prej postavljeno vprašanje ne. Ime je tako, ker tudi z imenom zavoda prav za prav želimo pokazati tisti dve destinaciji, ki sta oblikovani na našem območju.

Na našem območju imamo namreč dve destinaciji in to je ena Gorica mesto in druga Vipavska dolina. Mestna občina Nova Gorica, kot taka ne, administrativno prav za prav pokriva obe ti dve destinaciji v celoti Gorica mesto in deloma Vipavsko dolino in iz tega vidika, no ko smo govorili o imenu, je bilo dosti različnih idej. Ta je taka, ki je najbolj univerzalna in vključuje obe ti destinaciji in kot taka sprejemljiva za verjetno vse tri občinske svete.

Naprej okrog manjkajočih občin, se pridružujem pričakovanjem kolega Mateja in sicer to, da bomo res, čim prej tudi dejansko dobili, da bodo tudi ostale občine čim prej se priključila k temu zavodu. Zadnje, kar pa je, ravno takrat, ko pa imamo dosti občin, ki sodelujejo pri v skupnem upravljanju nekega zavoda, se je v naših izkušnjah, mi imamo ogromno število zavodov, tudi javno podjetje so ustanovljeni s sosednji Občino Vipavo, izkazalo, kot izredno operativno, da dejansko oblikujemo svet ustanoviteljic, predvsem zato, da ne pride do ohromitve delovanja zavoda pri kateri koli zadevi. V kolikor bi se en občinski svet, pomislimo ne, če bo ta zavod tak, ki bo v prihodnosti imel šest občin, odločil, da bo pa nek direktor naj bi jim bil vseč in v teh primerih bi dejansko prihajalo do ohromitev delovanja takega zavoda in je zato tudi predlog v odloku, da se dejansko oblikuje svet ustanoviteljic, ki je zelo operativen organ, kjer ima vsak župan en glas, ne glede na velikost občine iz katere prihaja in naša izkušnja tudi z vidika delovanja ostalih zavodov je okrog tega sveta ustanoviteljic zelo pozitivna.

Ta pripomba, ki pa je bila rečena na koncu, to se pravi, da svet ustanoviteljic imenuje tudi vršilca dolžnosti zavoda, je pa sedaj s temi popravki, ki so bili prej povedani umaknjena ven. Tako da tega ni več. Sedaj direktorja imenuje vedno svet zavoda. Tam ima Gorica tri predstavnike, Ajdovščina dva, Renče enega in tako naprej. Soglasja so tista, ki jih potem prav za prav poda svet ustanoviteljic in to je res lahko povem iz izkušnje naše z ostalimi zavodi, tako imamo lekarno, otroški vrtec, komunalo, to je izredno operativen organ, ki v bistvu lahko zelo hitro konec koncev sprejema odločitve in kar je tudi pomembno, ne, vsak glas je tam potem enako štet, ne glede na velikost občine iz katere pač prihaja župan.

Svetnica Karmen Saksida, Mestna občina Nova Gorica:

Bom replicirala. Glejte Nova Gorica imamo izkušnje z vsemi zavodi, več ali manj jih imamo ustanovljenih na območju šestih občin in še vsem zavodom smo imenovali direktorje, tako, da so jih potrevalo vseh šest občin, ne. Vedno. Mislim, da bo to tudi veliko bolj v skladu z Zakonom o javnih zavodih. Jaz ga sicer nisem šla preverjati, ampak imamo vse ustanovitvene akte tako napisane in predpostavljam, da bi bilo prav tudi to. Kakorkoli jaz pozdravljam, da imamo svet ustanoviteljic in je operativen pri kakšnih drugih odločitvah. Imenovanje direktorja je vsake štiri leta in je preveč pomembno, da bi o tem odločali samo štirje župani ali pač če bo šest županov. Mislim, da je bolj prav, da o tem odločajo občinski sveti in pač, če tega ne boste akceptirali, mi bomo predlagali, če boste prekategoriizirali v drugo branje amandma in upam, da boste kolegi vseh treh občin to podprli. Mislim, da si te pomembne naloge svetniki, govorim tudi v imenu vseh bodočih svetnikov, preprosto ne moremo odvzeti. Hvala.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Ne samo nekaj da bi bilo jasno, direktorja imenuje svet zavoda.

Svetnica Karmen Saksida, Mestna občina Nova Gorica:

Ves čas govorimo o soglasju, župan.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Da je nekaj izpadlo kakor hočeš, da imenujemo, da bomo imenovali župani.

Svetnica Mirjam bon Klanjšček, Mestna občina Nova Gorica:

Lep pozdrav vsem. Sem Mirjam Bon Klanjšček iz Liste Roberta Goloba. Tudi jaz podpiram ta odlok in me žalosti, da se druge občine niso za enkrat priključile in si samo želim, da se bodo v bodoče. Imam pa en tako, eno vprašanje tukaj pri 16. oziroma novem 17. členu o imenovanju direktorja. Zakaj se je določilo samo prvo to bolonjsko stopnjo izobrazbe? Mislim, da, ne vem, sama veste, da ne bi jaz, ne vem če veste, v glavnem sem dolgoletna šolnica in vem kako, kako je sedaj s temi stopnjami izobrazbe in kaj se zahteva s I. bolonjsko in koliko se zahteva z II. bolonjsko. Jaz mislim, da za en tak zavod, ki se ustanavlja, da bi bilo prav, da se zahteva nekako univerzitetno izobrazbo oziroma vsaj II. bolonjsko stopnjo za direktorja. Jaz verjamem, da je lahko na trgu več izbora s I. bolonjsko stopnjo, ampak mislim, da izkušnje, ki bi jih nekdo moral imeti, da bi jih vsaj z univerzitetno oziroma z II. stopnjo bolonjske izobrazbe, da ima direktor takega zavoda.

Tukaj tudi ni nič določeno kakšne smeri mora biti. Ali se bo kar prosto po Prešernu izbiralo direktorja? Tako, da tukaj jaz čutim malo nek manko. Jaz bi rada vprašala, če imate mogoče tam na ministrstvu oziroma tam na STO-ju kakšne izkušnje, če veste, kako imajo drugi ti odloki, kako je v drugih odlokih določeno? Ali sedaj smo samo mi šli na to najnižjo stopnjo, kar bi recimo bila možna, ali je to praksa tudi drugod? Če je drugod, potem bom tiho.

In še eno vprašanje imam tam pri obrazložitvi. Pri obrazložitvi finančne posledice sprejema odloka za proračune občin, občin, je bilo, ocena je izdelana za prvih dvanajst mesecev delovanja zavoda je 84.500,00 EUR, sedaj pa za to leto, da moramo imeti vsaka od občin, da moramo v občinah imeti zagotovljeno 56.500,00 EUR. Sedaj me zanima, kako ste prišli do tega izračuna, saj bodo delali samo pol leta. In mislim, da 56.500,00 EUR, jaz verjamem, da bo zagonskih stroškov, priprava statuta, priprava poslovnikov, verjetno več kot polovico sredstev potrebna sedaj mogoče v tej polovici leta, jaz mislim, da bo treba tukaj malo manj soldov v občinskem proračunu. To, ta vprašanja imam. Hvala lepa.

Andrej Markočič, vodja kabineta župana Mestne občine Nova Gorica:

Glede pripomb. Mi smo sedaj ta odlok, kot sem dejal celotno tako zelo upravno usklajevali. Tudi svetnicami in svetniki, nekateri ste bili zelo aktivni, ko smo prišli do te vsebine, ker smo upali, da bo čim bolj med nami usklajena. Ena razmišljanja so bila. Na začetku smo imeli malo bolj strožje pogoje, če lahko rečem tudi pri izobrazbi, po drugi strani so prišli tudi predlogi, da bi to izobrazbo za eno stopnjo znižali, kot je danes v odloku, v predlogu odloka napisano. Potem je bila odločitev, da dajmo, da dosežemo, iskali smo konsenz do vseh, da damo to nižjo izobrazbo tudi z vidika, da ne glede na to, ne omejujemo višje nivoje. Če se bodo ljudje prijavili z višjo izobrazbo, se bo lahko tistega izbralo, ki bo najbolj primeren. S tem, ko smo znižali nismo zapirali nobenemu vrat in smo jih kvečjemu malo bolj odpirali.

Mogoče je v drugem odstavku določeno, da se malo bolj podrobnejši pogoji za imenovanje direktorja določijo tudi s statutom zavoda. Tam lahko tudi določene stvari se še bolj zdefinirajo, kar po odloku danes ni.

Miša Novak, Slovenska turistična organizacija:

Lahko v tem delu? Ja. Hvala lepa. Sedaj dejstvo je, da je po slovenji zelo različno. Moram reči, da je bil tudi po Sloveniji večkrat argument to, da se višje strokovne šole, ki jih imamo po Sloveniji, da lahko slušatelji oziroma diplomiranci teh šol tudi kandidirajo na ta mesta. Ampak lahko vam povem, iz svojih sedaj, to je bilo na temo Slovenskih izkušenj, z mojih osebnih, kot petnajstletna direktorica LTO-ja tudi za Bled, pa lahko rečem, da je poleg izobrazbe izjemno pomemben tudi karakter in vaše podpore. To se pravi, mora biti nekdo z izjemno širino, ki bo potreboval vašo podporo, najprej županov in nato vseh vas svetnic in svetnikov, ker ga ni super mana, da bi lahko delal brez podpore svetnikov in svetnic.

In še mogoče, sedaj če lahko župan, zaradi tega, ker se bomo župani, ker se bomo morali, jaz bom res morala čez 10 minut iti, svetniku iz Nove Gorice, ki je rekel, le to obstaja dilema, da je to še ena administrativna nova tvorba. Lahko vam zagotovim, da med številnimi zavodi, ki po Sloveniji skrbijo za razvoj turizma, da so boljši in morda manj dobri, da pa ni primera v Sloveniji, kjer je v zadnjem obdobju, kjer je turizem naredil velik korak naprej, ki ne bi imel ali zavoda, ali pa enega upravljavca destinacije. Tega ni. So pa res bolj ali manj uspešni. Hvala lepa.

Andrej Markočič, vodja kabineta župana Mestne občine Nova Gorica:

Še jaz sem, še za pripombe glede sredstev. Ja mi smo si želeli, da bi ta odlok obravnavali občinski sveti že leto dni nazaj. Vsi skupaj smo pisali, napaka, lapsus. Seveda se bo upoštevalo kdaj bo sprejet odlok in kdaj bodo stvari začele aktivno teči.

Janez Furlan, vodja oddelka za gospodarstvo in razvoj Občine Ajdovščina:

Še jaz eno pojasnilo glede financ za leto 2018. Dejansko planirano, oziroma simulacija je bila narejena za stroške od 1. 7. se pravi naprej, torej za 6 mesecev, dejstvo pa je, da ne smemo tistega zneska kar dati na polovico, ker je pomemben strošek pri v začetku delovanja prav priprava pravnih aktov in pa priprava skupne strategije. Tako, da tista strategija je pomemben strošek, ki smo jo pač v simulaciji priredili.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Ker smo že pri odgovorih gospa iz Občine Renče-Vogrsko, tudi ni dobila odgovora.

Janez Furlan, vodja oddelka za gospodarstvo in razvoj Občine Ajdovščina:

Ja bom kar jaz odgovoril. Mislim, da je to tisto vprašanje v zvezi z nalogami sveta zavoda oziroma direktorja. Ja korektno je bilo ugotovljeno, en del nalog pristojnosti direktorja je potrebno prenesti pod naloge sveta zavoda in sicer v delu, ki se nanaša na imenovanje in razreševanje sveta, strokovnega sveta. Tisti del gre pod določila nalog sveta zavoda in pri direktorju se pač črta.

Svetnica Mirjam Bon Klanjšček, Mestna občina Nova Gorica:

Hvala jaz verjamem, da mora imeti direktor srce in širino in vse, samo vseeno mora imeti tudi nekaj v glavi. Glejte, ja je tako, red, da da šola vse. Dajejo izkušnje in tako naprej, ampak mislim, še vedno, da je stopnja izobrazbe za direktorja novega zavoda, ki se ustanavlja pre nizka. In je treba, glejte trg sigurno, vsak direktor mora imeti res širino, mora imeti potrebna znanja, taka in drugačna, če hoče dobro voditi zavod, ampak vseeno glede na, kakor se šolstvo razvija sedaj, jaz mislim, da vsaj stara univerzitetna izobrazba VII. stopnja izobrazbe, mora biti. Mislim tukaj je pogoj minimum, kar je. Poglejte tudi tukaj spodaj bomo imeli tisti dve organizacijski enoti, ne vem kako se kličejo, kličeta že sem pozabila. Ampak tam se bo lahko pa prijavil eden, ki bo imel ne vem doktorat in potem se bo začel kažin. In zato je, tukaj je treba resno razmisliti. To smo že na naših odlokih smo že imeli v naši občini, smo že imeli tak problem in to debato. Ampak jaz mislim, da tukaj se na novo ustanavlja en zavod, ki bo tukaj na širšem območju, pa je se bo nadel kakšen, ki bo imel in znanje in izobrazbo in vse in bo lepo reprezentiral zadevo okrog. Tako jaz vidim to reč. Hvala.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Replika Valter Vodopivec, izvolite.

Svetnik Valter Vodopivec, Mestna občina Nova Gorica:

Saj ne repliciram na vsebino moje kolegice svetnice, ampak repliciram na njeno izvajanje ali pa na njene primerjave. Oprosti ampak formalno spričevalo še ne pomeni, da ima nekdo več v glavi od nekoga, ki nima tistega formalnega spričevala.

Svetnik Angel Vidmar, Občina Ajdovščina:

Hvala lepa. Angel Vidmar, končno sem prišel do besede. Veste mene žalosti, da bi rekel, da se sedaj ukvarjamo s tem odlokom, ki nima ne vem koliko členov, ali ne, da bi bilo to problematično, je pa problematično to, da ugotavljamo sedaj, da tekst odloka ni bil dobro pripravljen. Tekst odloka ni bil dobro pripravljen in kolega Janez je prej rekel jaz sem zjutraj 10 pripomb povedal, ko sem rekel so neusklajeni členi, tam govori, ko je kolegica rekla, ja sedaj se bomo morali zmeniti, kdo imenuje strokovni svet zavoda, ali svet zavoda ali ga imenuje direktor. Se bomo morali pač zmeniti, kdo imenuje sedaj direktorja zavoda oziroma vršilca dolžnosti ali imenuje svet ustanoviteljic ali ustanoviteljice in tako dalje in tako dalje. Danes je bilo polno teh pripomb danih, ne. Tako da jaz ne vem, jaz imam še polno teh pripomb, ma mislim, da je potrebno, da te stvari si povemo drug drugemu, kaj je dobro in kaj ni dobro, da danes opravimo neko, tako kot imamo v poslovniku občinskega sveta Občine Ajdovščina prvo obravnavo, da si povemo, kaj je dobro in da pripravite čistopis za drugo obravnavo, ki ga bomo potem ne morebiti v tej sestavi ampak vsak občinski svet posebej in to, bi rekel potrdimo.

Saj veste, mene včasih tudi kaj, sedaj, ko je okrog tega direktorja imenovanja tega direktorja, najmanj taka izobrazba mora biti, lahko je pa tudi gospa Bon, doktor ne. Bo pač doktor izbran, ne. Najmanj taka pa mora biti, če hoče biti direktor. Sedaj jaz bi lahko vprašal tudi zakaj ste v drugem odstavku tega istega člena potem napisali podrobnejši pogoji so predvideni v statutu? Ja statut zavoda ne more nič več kaj podrobno opredeliti tisto, kar je v temeljnem aktu, v krovnem aktu. Nič več ne moremo zahtevati od tega razen tega, da morebiti povabimo na razgovor in tako dalje in tako naprej. Verjetno se nihče ni obregnil ob tisto, kar sva se s kolegom Rusom, smejala, malček nasmihala, ne da bo ta naš zavod kosil travo namesto komunale, tam v nekem piše vzdrževanje zelenic in parkov, da bo naš zavod vzdrževal gozdne ali ne vem kakšne planinske poti... Ja lahko jih bo sofinanciral, vzdrževanje ali karkoli drugega, ker je to pomembno, ne bo pa tega delal, kot novoustanovljen svet zavoda. Tako, da verjetno je še kar nekaj teh stvari, ki jih je potrebno v odloku popraviti, da bo res odlok tak kot mora biti. Se pa strinjam z vsemi tistimi, ki ste danes že povedali, da to potrebujemo in to je za enkrat mrtva črka na papirju. To pa morate priznati. Šele takrat, ko bo ta zavod začel delovati in ko bodo ti ljudje začeli delati, takrat bomo lahko videli rezultate in takrat bo to postalo tisto, kar postati mora. Danes je pa to formalna ustanovitev nekega zavoda, ki bo svoje pokazal takrat, ko bo zaživel. Hvala lepa.

Svetnica Mirjam Bon Klanjšček, Mestna občina Nova Gorica:

Ne, ne bo replika, bo samo.. Glejte sedaj bo izpadlo tukaj, kot da jaz težim s to šolo, ne vem. Jaz sem samo poudarila, ker pri nas na našem, v naših odlokih je bila ta težnja skozi s to VI. bolonjsko stopnjo. Vsaka izobrazba je pomembna ali jo imaš ali pa ne, odvisno kaj imaš v glavi, je res. Odvisno od človeka. In če sem kogar koli tukaj prizadela, če sem tak lapsus mislim, rekla, se globoko opravičujem. Tako, da prosim sprejmite to opravičilo, ker nisem želela nobenega užaliti zaradi tega, sem samo želela, da če že ustanavljamo zavod, da je prav, da direktorsko mesto jaz pač vidim tako. Sedaj, če vidite vi drugače, sprejem tudi drugo. Sama bom odlok podprla.

Svetnik Radovan Rusjan Občina Renče-Vogrsko:

Hvala za besedo. Radovan Rusjan iz občine Renče-Vogrsko. No poglejte, kar se tiče turizma v naših občinah, tukaj, ko se sedaj združujemo, vsaj kar se tičemo, se osredotočim bolj na našo občno, ki smo majhni in praktično na začetku, ker nismo nič imeli. Sedaj lahko že nekaj pokažemo. Rabimo neko združevanje. Povezuje nas reka Vipava od izvira, pa skoraj do izliva. Če bomo vzeli še kakšne občine v sosednji Italiji, potem bomo lahko še krepko razširili to našo destinacijo. Zakaj niso druge občine zraven, to kot je rekel župan, res, to je njihov problem. Bi pa tukaj nekaj dodal, ne, če bo naš zavod v kar ga podpiram in sem tudi zato, da se ta zavod

ustanovi, ki bo povezoval vse te turistične destinacije v naši Vipavski dolini in Novi Gorici tako na zasebnem sektorju, kot na družbenem sektorju in povezoval vse turistična društva in TIC-e. Se pravi, ker to jaz mislim, da bo to njegova naloga, to opravljati. Zraven tega pa mislim, da brez posledično, če bo ta zaživel ta zavod, v kar jaz ne dvomim, da ne bo, brez posledično drugi pa pristopiti zraven, pa ne bi smeli. Se pravi neke posledice v tej stvari bi morali nositi. Ker mi tukaj, če bomo ta zavod sprejeli, če bomo potrdili ta odlok, bomo že kandidirali, bomo imeli pogoje, da lahko kandidiramo na sredstva, kar pa tisti, ki niso pristopili zraven, ne bodo pripomogli k temu, da bodo, da bodo, da bomo lahko kandidirali za ta sredstva.

No moramo reči, da si lahko za zgled pogledamo Občino Brda, ki nas je prehitela po levi in desni. Se pravi kjerkoli nas je prehitela in mislim, da si tega ne smemo dovoliti. Mi enostavno nazadujemo, zato pa se moramo združiti v nek zavod, ki bo deloval za dobro vseh naših občin, ki nas povezuje, ki povezuje nas vse skupaj reka Vipava. Toliko. Hvala.

Eva Štraus Podlogar, državna sekretarka na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo:

Hvala lepa, no. Pa nasvidenje, pa uspešno.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Glejte, jaz verjamem, da je danes težko in navidezno tudi izpade, da je dosti pripomb. Veliko je redakcijskih, nekaj je vsebinskih. Zakaj se mi zdi pomembno, da ta zavod danes ustanovimo? Preprosto zato, ker pri ustanovitvi je treba narediti prvi korak. Vsaka pot tudi tista, ki pelje na najvišjo goro se začne s prvim korakom. Mi lahko odlok kasneje spreminjamo, ampak zavod bo že ustanovljen. Sedaj teoretično rečemo, danes opravimo prvo branje in gremo potem vsak na drugo branje. Mi imamo sejo en dan prej, vi kasneje, vi nekaj spremenite, se more spet vrniti v Novo Gorico, Renče bodo nekaj dodale, spet na vse tri občinske svete. To je izjemno težko. Pri ustanovitvi. Ko gremo za spremembe odloka, v naslednji fazi bo veliko lažje. Bo zavod že ustanovljen, ne. In ga je treba sprejeti s pozitivnimi, dobrimi in slabimi zadevami, ki jih ima. Pa jih ima več pozitivnih, samo prvi korak moramo narediti, če ne se bomo samo vrteli, bom rekel ne nazadnje, to je pravni akt, je kot je bilo že, kolega Miklavič povedal, je ustanovitev, je pravno formalno, da ustanovimo in začnemo z aktivnostmi in pripravimo do septembra ustrezno prijavo za potem črpanje tistih sredstev za digitalizacijo in promocijo, ne. Samo prvi korak moramo narediti, ga je treba narediti skupaj, ker če ne to usklajevanje, bo zgodba, ki ne bo pripeljala do in bomo na koncu rekli, ma smo padli res na majhnih stvareh. Jaz bi potem najprej šel na naš občinski svet.

Tadej Beočanin, župan Občine Ajdovščina:

Razprava je bila. Vilko Brus je še želel, a ja, pardon Angel Vidmar, izvoli.

Svetnik Angel Vidmar, Občina Ajdovščina:

Ma ja, sedaj samo to ne, neke stvari si moramo razjasniti, smo razjasnjeni kdo imenuje direktorja, kdo imenuje vršilca dolžnosti direktorja, smo razjasnili kdo imenuje strokovni svet zavoda? Smo razjasnili? Če smo ga sprejmemo tudi v četrti obravnavi, ne samo v drugi, prav.

Tadej Beočanin, župan Občine Ajdovščina:

Te stvari glej, če ne bo Furlan pokomentiral, ampak te stvari imamo sedaj s temi popravki imamo razčiščene, ne kdo so tisti, ki jih imenujejo. Sta bili res dve neskladji sta bili noter, ena je bila opozorjena danes na seji, ena je bila prej in ti dve sta obe odpravljeni.

Svetnik Tomaž Slokar, Mestna občina Nova Gorica:

Hvala. Dober dan Slokar Nova Gorica, Slovenska demokratska stranka. Ne želim nič zakomplicirati, ne. Samo vseeno samo v razmislek bom dal, prej je bilo že rečeno glede imena. Nova Gorica in Vipavska dolina. Sedaj rekli ste Nova Gorica mesto in Vipavska dolina. Sedaj mi imamo tudi Trnovsko planoto in Banjšice, ne. Sedaj mogoče, kot alternativo, glede na to, da vse občine ne pokrivajo Vipavske doline, pa tega našega konca Goriškega tudi ne pokrivajo vse občine, samo v razmislek, pa nič narobe, če ne boste upoštevali, če bi bil to javni zavod za turizem, če se Vipavska ne šteje za Goriško, lahko bi bila samo Goriška, sicer pa Goriška in Vipavske, ki sta sama zase dovolj povedna in samostalna pojma ali pa Vipavske doline in Goriške. Zgolj v razmislek, da se ne bi kdo kje potem rekel, da samo Nova Gorica mesto, kot je bilo prej tam rečeno. Pa ni nič narobe, če boste zavrnil.

Se opravičujem, če sem kaj narobe, pa da s čim nisem seznanjen, ker so me sedaj na to opozorili.

Tadej Beočanin, župan Občine Ajdovščina:

Mogoče samo kratek odgovor preden bo razprava naprej. Okrog imena je bilo res ogromnih debat. Konkretno na primer Ajdovci se z Vipavsko ne poistovetimo z Vipavsko dolino se, samo s terminom Vipavska se pa ne in verjetno je tudi kakšna podobna zgodba, ne vem, v spodnjem delu, tukaj okrog bivših Goriških občin, se pravi vseh se pravi vse bivše občine Nova Gorica. Ampak okrog imen je bilo res ogromno nekih variant narejenih in ta je tista, ki v bistvu, ki bom rekel zelo plastično ni trn v peti nikomur. Je res administrativna, je res tehnična ampak je po drugi strani tudi točno taka kot je zapisana, kot smo zapisani pod takim imenom, kot vodilna destinacija v trajnostni strategiji razvoja slovenskega turizma, ki je bila prej predstavljena, ne. Tako, da je res, mi bomo rekli tako spevno ime, je pa tako s katerim se lahko vsi strinjamo in se vsi poistovetimo. Hvala.

Svetnik Klemen Miklavič, Mestna občina Nova Gorica:

Najprej zelo kratka pohvala koordinatorju, ki je za novogoriško občino to koordiniral. zelo potrpežljivo nas je poslušal in tudi upošteval nekatere pripombe, predvsem tehnične narave v predlogu odloka. Veseli nas tudi, da smo odprli možnost, ker resnično, ne kje se bo lomilo? Lomilo se bo pri izbiri direktorja. Če bomo izbrali dobrega direktorja in bo znal to peljat, očitno smo zaupali tej funkciji v naprej, da bo te zadeve peljal, potem bo ta zavod služil svojemu namenu, če ne, ne. Zato je zelo pomembno, da so pogoji za direktorja tako široko odprti, da upoštevajo tudi kompetence, ki jih nekdo v šoli ne more pridobiti, jih pridobi na terenu z izkušnjami, z delom in tako naprej in da upošteva tiste generacije, ki prihajajo iz novega sistema. Gospa šolnica bo poznala to. Iz novega sistema, ki ima drugačne diplomske stopnje. Se pravi nismo nižali pogojev, samo spremenili smo jih. To pomeni, da dajemo možnost mladim, ambicioznim ljudem, da prevzamejo take funkcije.

Sedaj pa še tehnično vprašanje. Vemo, da so birokratski mlini komplicirani, zanima me ali trije župani imate plan B v kolikor zavod ne bo registriran do časa in vse drugo speljano, do časa, ko je treba prijaviti tisto dokumentacijo za pridobitev sredstev. Se pravi kdo bo prijavil v kolikor nam birokratski mlini ne predelajo tega, kar bo morda danes ustanovljeno.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Glejte prijava je že spisana. Skupina strokovna že ...

Svetnik Klemen Miklavič, Mestna občina Nova Gorica:

Ampak zgodi se, da pravna oseba lahko ne bo registrirana. Gospod župan. Sedaj je poletje, sodne počitnice, jaz sem pred kratkim bil pri ustanavljanju nekega društva, trajalo je tri mesece in pol, da smo dobili nazaj statut. Se pravi ni v vaših rokah. zanima me, ali imate plan B v kolikor se to ne bo speljalo?

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Ne ker smo optimistični in verjamemo, da nam bo to uspelo.

Mestni svet Mestne občine Nova Gorica izglasuje sklep o tem, da se prva obravnava prekvalificira v drugo.

Občinski svet Občine Ajdovščina izglasuje sklep o tem, da se odlok sprejme v prvi obravnavi s temi pripombami, ki so bile izrečene in tudi pojasnjene vmes in se tudi upoštevajo.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica:

Sedaj to je razjasnjeno, kar se tiče teh korekcij, ta strokovni svet, da ne more, to ste upoštevali? Ta je bila še ena od dilem, sicer mi imamo dva amandmaja vložena s strani svetnice Kamen Saksida.

Janez Furlan, vodja oddelka za gospodarstvo in razvoj Občine Ajdovščina:

Ja mislim, da je zadeva razjasnjena, se pravi direktor vodi strokovni svet, to je bilo napisano in akceptirana je bila tudi tista sprememba, ki je bila izpostavljena s strani svetnice z Občine Renče-Vogrsko, se pravi naloge, se pravi naloga pri direktorju, ki seje glasila imenuje in razrešuje, imenuje razrešuje vodi strokovni svet zavoda, se v prvem delu prenese pod svet zavoda, se pravi pri direktorju bi ostalo samo vodi strokovni svet zavoda, medtem, ko se pod naloge sveta zavoda doda imenuje in razrešuje strokovni svet. to je bilo akceptirano na podlagi, pač to neskladje je bilo še dodatno. Tako da ta zadeva je bila akceptirana in kot razumem tudi sprejeta v okviru prve obravnave.

Mestni svet Mestne občine Nova Gorica glasuje o predlogu amandmaja podanega s strani svetnice Karmen Saksida, ki pravi, da se 15. člen spremi tako, da se besedilo novega člena glasi: »Direktorja imenuje in razrešuje svet zavoda na podlagi javnega razpisa s soglasjem mestnega in občinskih svetov po postopku določenim z zakonom.« Sedaj je v odloku o ustanovitvi, da to soglasje daje svet ustanoviteljic. To pristojnost prenaša na občinski oziroma na mestni svet. Amandma ni bil sprejet.

Mestni svet Mestne občine Nova Gorica glasuje o predlogu amandmaja, da se črta iz 37. člena 4 točka, Odloka o ustanovitvi javnega zavoda Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina, Amandma je bil sprejet.

Občinski svet Občine Ajdovščina glasuje o amandmaju, da direktorja imenuje in razrešuje svet zavoda na podlagi javnega razpisa s soglasjem mestnega in občinskih svetov po postopku določenih z zakonom ter o amandmaju, da se v 38. členu ta spremeni tako, da se črta četrta točka, s tem se iz pristojnosti sveta ustanoviteljic umakne soglasje, k imenovanju direktorja. Oba amandmaja sta bila sprejeta.

Župan Aleš Bucik da na glasovanje oba amandmaja.

Rezultat glasovanja:

NAVZOČI 13

ZA 13

PROTI 0

Amandmaja sta sprejeta.

Mestni svet Mestne občine Nova Gorica glasuje o predlogu Odloka o ustanovitvi javnega zavoda Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina. Odlok je bil sprejet.

Občinski svet Občine Ajdovščina glasuje o predlogu Odloka o ustanovitvi javnega zavoda Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina. Odlok je bil sprejet.

Župan Aleš Bucik da na glasovanje Odlok o ustanovitvi javnega zavoda Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina.

Rezultat glasovanja:

NAVZOČI 13

ZA 13

PROTI 0

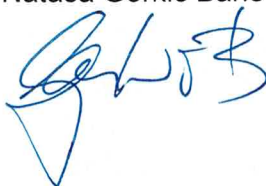
Odlok je bil sprejet.

Matej Arčon, župan Mestne občine Nova Gorica se v imenu vseh treh županov zahvali in pove, da je s tem seja zaključena. Vsi trije župani pa vabijo na majhen prigrizek in zdravico ob tem, zagotovo zgodovinskem dogodku, ki se ga bomo čez leta še spominjali in verjame, da bo ta zavod peljal v pravo smer.

Seja se zaključi ob 19:40 uri.

Zapisala:

Nataša Gorkič Barle



Aleš Bucik

Župan

