



**Mestna občina Novo mesto**



**Župan**

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

Datum: 20.5.2015

## **OBČINSKEMU SVETU MESTNE OBČINE NOVO MESTO**

### **ZADEVA: IZVLEČEK IZ DELOVNEGA OSNUTKA STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA NOVEGA MESTA 2015 – 2020**

Turistična ponudba trenutno v občini Novo mesto temelji na »perifernih« produktih. Gre za posamezne produkte s področja kulinarike, gastronomije, namestitvev in dogodkov, ki delujejo preveč nepovezano in so premalo marketinško izpostavljeni ter posledično premalo obiskani. Novo mesto oz. širša regija ne more graditi turizma na izrazitih posebnostih naravne dediščine, ki bi izstopale same po sebi. Kljub temu pa ima atribute, ki omogočajo razvoj turizma skladno s trendi, ki so na pohodu. Če želi Novo mesto vzpostaviti prepoznavno in unikatno turistično ponudbo jo mora graditi na temelju lastnih že sedaj najbolj prepoznavnih zgodovinskih in aktualnih atributih in zgodbah.

Novo mesto je edinstveno v Evropi po svojem **halštatskem obdobju**, ko je bilo eno najbogatejših mest tistega časa. Področje z najdenim največjim številom situl, steklenih jagod, fibul in številnih grobov ... Prav tako pa je Novo mesto edinstveno danes **z eno najmočnejših industrij v Evropi**. V mestu, ki premore le 36.000 prebivalcev imamo enega največjih generikov farmacevtske industrije, najboljšo tovarno avtomobilov v skupini Renault-Nissan, enega najbolj nagrajenih in poznanih proizvajalcev avtomobov in bivalnih prikolic ter številne proizvajalce svetovno konkurenčnih produktov (steklena volna, avtomobilski deli, oprema za jahte ...).

Novo mesto ima torej vse atribute, da svojo strategijo nasloni na svetovni trend tako imenovanega **INDUSTRIJSKEGA TURIZMA**, ki v svetu generira že velik turistični prihodek.

S strategijo moramo zajeti trende obnašanja različnih vrst turistov kot so:

- Bleisure (poslovnež svoj poslovni obisk nadgradi še s kakšnim dnevom za ogled znamenitosti kraja),
- Creative turism: learn by doing (turisti želijo imeti možnost sodelovati pri izdelavi produktov oz. pridobiti določene veščine),
- Animacijski turizem (predvsem družine iščejo destinacije, ki jih zanimirajo v posamezne aktivnosti),
- Culinary Tourism (gostje vse bolj iščejo avtentično hrano in vino),
- Going Green (ohranjanje okolja in tehnologije povezane s tem privlačijo posebne skupine turistov),
- Urban Tourism (Ljudje se želijo sprehajati po mestih in podoživljati navade domačinov) ...

## 1. RAZVOJ INDUSTRIJSKEGA TURIZMA V NOVEM MESTU – INDUSTRIJA VSTOPA NAZAJ V MESTNO JEDRO

Časovno linijo razvoja Novega mesta iz 800-400 let pred našim štetjem v prihodnost lahko Novo mesto zelo atraktivno in na zelo poseben način prikaže z osjo, ki povezuje Kapiteljsko njivo (najdbišče številnih gomil- grobišč, grobov halštatskih knezov), se preko Kettejevega drevoreda spusti proti mestnemu jedru, skozi mestno jedro ter preko kandijskega mostu na Grm vse do Grmskega gradu in tovarne Revoz.

### INDUSTRIJSKA – ARHEOLOŠKA OS NOVEGA MESTA

**»Pot iz preteklosti v prihodnost skozi sedanji utrip Glavnega trga« povezuje dva osrednja objekta**

Celotna os se prične z **Arheološkim parkom Kapiteljska njiva** (Mestne njive), ki z animacijskimi interaktivnimi prijemi predstavi bivanje halštatskih knezov ter obrtnikov, trgovcev in ostalih prebivalcev takratnega časa. Večji gradbeni objekt je le informacijski center, ki nudi tudi multivizijsko dvorano za sprejem večjega števila turistov in ogled filma.

Os se zaključi na Grmu ob Grmskem gradu s **Hišo tehnološkega napredka**, ki predstavlja inovativnost tega okolja na področju strojništva, avtomobilske industrije ... s poudarkom na prihodnosti.

Vsak od teh dveh točk pomenita okoli 2 urno angažiranje gostov, ki se med tema dvema točkama sprehodijo (ali pa koristijo sodobna električna vozila) skozi Kettejev drevored in mestno jedro, pri čemer pa so ob poti deležni pregleda zgodovine in razvoja industrije in storitev.

Pot med tema dvema točkama predstavlja priložnosti predstavitev paralel med bogato preteklostjo in »zeleno« prihodnostjo. Zainteresirani deležniki bodo na mejnih parcelah dobili priložnost prikazati svojo dejavnost.

Primeri možnih prikazov v smeri iz preteklosti v prihodnost:

- Razvoj bivalnega prostora (od halštatskega bivališča do avtodoma, bivalne mobilne hiše)
- Razvoj proizvodnje stekla (Izdelava steklenih okrasnih kroglic, do izdelave steklene volne)
- Razvoj plačilnih instrumentov (bakreni kovanci – plastični (virtualni denar)
- Razvoj orožja (izdelava osti za kopje – izdelave sodobne pištole)
- Razvoj zdravilstva (od zdravnih rastlin, napitkov – k farmacevtskim in zelenim zdravilom )
- Razvoj strojništva, elektrotehnike (od voza do električnega avtomobila) .....

Paralelno je ob tej osi že vrsto objektov z zelo zanimivo zgodovino. Poleg hiš kjer so bivali in delovali znani Novomeščani oz. umetniki od drugod: hiša kjer je ustvarjal Kette, hiše kjer so živeli Andrijanič, Šali, Komelj, Trdina ..., so v starem mestnem jedru številni drugi zanimivi objekti: prva tovarna Krka, Franciškanski samostan, Kapitelj, Narodni dom, tržnica, Dolenjski muzej, Kandijski most ...

Ključni projekti v razvoju te strategije:

1. Postavitev in razvoj programov Arheološkega parka Kapiteljska njiva (ker gre za regionalni center arheoloških poti, je pri postavitvi ključno regijsko mreženje (znotraj JV Slovenije) ter mednarodno mreženje s centri, ki svojo identiteto gradijo na podobni kulturni dediščini (Hallstatt ....). Vključevanje v čezmejne programe!

Tovrstni parki so zasnovani predvsem na prikazu zgodovinskih dejstev na interaktivni animacijski način. Skozi odkrivanje, igro ali sodelovanje v določenem procesu se udeleženci naučijo največ o zgodovini mesta.

2. Razvoj in postavitve Hiše tehnološkega napredka (ključno je pritegniti lokalno gospodarstvo ter razvojno znanje tega okolja; Hiša mora prikazovati časovni presek z razvojnimi preskoki v evoluciji, predvsem pa na interaktiven način prikazovati smeri prihodnosti!).  
Prihodnost je dejstvo, ki ljudi izredno privlači. Takšna »hiša« je dinamičen projekt, ki je vedno pred časom. Zato mora biti okoli nje prisotnega veliko novega znanja. Inženirska znanja, ki so prisotna v regiji in centri znanja na katerih se bo gradilo morajo tej »hiši« vedno znova vdihovati značaj prihodnosti.
3. Tretji del je najkompleksnejši: Prenova ključnih mestnih objektov in površin. Ta del se bo naslonil na konservatorski načrt Zavoda za varovanje kulturne dediščine. Ta del je občutljiv ker bo neposredno vplival na življenje in razumevanje prebivalcev Novega mesta urbanega okolja! Ključen del razvoja je Trajnostna urbana strategija!

## 2. TRAJNOSTNA URBANA STRATEGIJA KOT KLJUČEN ELEMENT RAZVOJA NOVEGA MESTA

Trajnostna urbana strategija Novega mesta bo v največji meri podpirala strategijo razvoja turizma. Tudi prebivalci Novega mesta smo uporabniki mesta, ki želimo v mestu doživljati urbane občutke. Atraktivno in urejeno mestno jedro privlači turiste, domačine in s tem tudi ponudnike storitev. Pomembno je, da občina v svoji strategiji zaobjame karseda največ tistih prostorov, objektov in mestnega pohištva, ki ga potencialni ponudniki s svojim komercialnim pristopom ne morejo, hkrati pa zvabi le-te, da se tudi naložbeno »naslonijo« na to strategijo in urejene prostore in s tem zaženejo svojo dejavnost, ki prinaša nova delovna mesta. Trajnostna urbana strategija bo tako podpirala razvoj glavne osi turističnega razvoja Novega mesta. Od 3 ključnih projektov strategije razvoja bo TUS pokrivala 3. najkompleksnejši del razvoja .

### Vizija mestnega jedra:

»Postati kvaliteten in nepogrešljiv element druženja, delovanja in preživljanja prostega časa vsem uporabnikom mesta – prebivalcem , turistom in podjetnikom.«

### Strategija:

Prepoznati, prenoviti in vsebinsko izpopolniti ključne objekte in prostore, ki bodo tvorili hrbtenico razvoja mesta in življenja v njem ter razvoju turizma. (vključiti ključne deležnike, delavnice za občane)

Pritegniti avtorje, ki bodo znali pripraviti animacijske in interaktivne vsebine za goste ter izvajalce, ki jih bodo realizirali.

Pritegniti lastnike zemljišč in objektov ob osi, da izkoristijo svojo priložnost sodelovanja.

Povezati vse deležnike na tej osi v enotno zgodbo.

Postaviti permanenten državni in mednarodni marketing.

### Cilji:

1. Zagotoviti novih 25 neposrednih delovnih mest.
2. Zagotoviti 100 indirektnih delovnih mest v okolici.
3. Promocija domače industrije.
4. Pripeljati 100.000 turistov letno v Novo mesto.
5. Priti med 10 najbolj prepoznavnih turističnih krajev v Sloveniji.
6. Postati glavni promotor tehničnih poklicev v regiji v radiju 300 km.
7. Zmanjšati izpuste CO<sub>2</sub> za .....

8. Postaviti edinstven produkt mešanico javnega in zasebnega, ki bo urbanemu okolju mestnega jedra dal občutek domačnosti.

### 3. RAZVOJ ŠPORTNEGA TURIZMA

V svetu so trendi turizma usmerjeni k aktivnemu preživljanju prostega časa. Določene športne aktivnosti so v izrazitem trendu rasti. Šport in z njim povezana »industrija« je pričela narekovati trende v različnih segmentih, predvsem pa tudi v planiranju potovanj in počitnic.

Novo mesto in športni turizem.

Za skupinske športe je potrebna dobra infrastruktura, močna mreža povezav s športnimi klubi po vsem svetu. Večji prihodki pa so vezani na velike športne dogodke. Novo mesto s svojo infrastrukturo nima izrazitejšega potenciala v tem segmentu.

**Zelo zanimivo in v turističnem smislu koristno pa je lahko področje individualnih športov.**

Povezava dosedanjih ponudnikov z dopolnjeno infrastrukturo in vsebinsko turistično animacijo lahko pokrije trendovsko najbolj iskane športe.

#### ŠPORTNA OS NOVEGA MESTA

**Športna infrastruktura (obstoječa in planirana), ki bo smiselno povezala športe in rekreacijske površine na športni osi**

1. Letališče prečna: panoramski poleti, skoki s padalom, skoki v tandemu in možnost pristanka športnih letal, ki priletijo od drugod.
2. Konjeniški center Češča vas: jezdenje in povezana animacija v centru.
3. Velodrom – triatlonski center, objekt olimpijskega pomena: kolesarjenje, tek na stezi in plavalni bazen (?) na sredini. (PLANIRANO)
4. Kolesarsko pohodniška pot do Irče vasi s prehodom preko brvi. (PLANIRANO)
5. Vstop v Portoval: trasiranje in označba stez (kilometri, časi) ter oprema s »trim« koticiki lahko nudijo priložnost za resno atletske pripravo. (PLANIRANO)
6. Ob vstopu v Portoval v Irči vasi je možna izposoja kajak/kanu, SUP-ov in spust do Otočca. (PLANIRANO) Možnost veslanja samo po »mestnem« delu Krke z orientacijskimi točkami. Krka dovoljuje tudi vožnjo z manjšimi jadrnicami (morda celo surfi).
7. Portoval postane osrednji center »celovite telesne priprave«.
8. Kolesarska pot »Krka – Sava bike« nas iz mesta popelje do Otočca, kjer je odlično golf igrišče, pustolovski park, animacija v gradu Struga in wellness v hotelih Otočec. (PLANIRANO)

Dodatna ponudba so urejene kolesarske poti (Krka Sava bike) v povezavi z drugimi destinacijami (Gorjanci, Šmarješke, Dolenjske toplice) ter zagotovo park Gorjanci (urejene pohodniške poti, biološke poti, orientacijske točke, kolesarske poti (urejene vstopne točke).

Ta os lahko nudi celovito ponudbo za vso družino.

Primeri:

Starši pridejo na Otočec na igranje golfa (ali poslovno), otroci se vmes z usposobljenimi vodiči/trenerji animirajo z aktivnostmi na tej osi.

En starš je zagrižen triatlonec. V NM pride z vso družino, ki v času njegovega treninga uživa na tej športni osi.

Otroci pridejo na intenzivne priprave, starši raziskujejo mesto in koristijo turistično animacijo.

## 1. Ključni elementi za razvoj obeh vrst turizma je ureditev urbanega okolja

Novo mesto bo znotraj meja občine moralo urediti objekte, ki bodo to strategijo podprli. Na osi »industrijskega turizma« so ključni naslednji koraki:

1. Ureditev stavb in tlakov na Glavnem trgu.
2. Zmanjšanje prometa v mestnem jedru.
3. Obnova (tudi energetska) ključnih stavb in uvrstitev ustrezne vsebine v njih.
4. Obnova infrastrukture, ki bo zasebnikom omogočila oživljanje njihovih prostorov/lokalov, uvajanje novih trajnostnih vsebin.
5. Multimodalnost prevoza s poudarki na kolesarskih stezah, električnih polnilnicah in električnih prevoznih sredstvih v urbanem okolju.
6. Ureditev pogojev za priseljevanje mladih družin v mestno jedro.
7. Zagotoviti kolesarske in pešpoti, vsaj 2 nova prehoda čez reko Krko.

Ključni deležniki razvoja turizma v MO Novo mesto:

- MO Novo mesto (župan)
- ZVKD
- Dolenjski muzej
- Zavodi MO Novo mesto
- Gospodarski subjekti
- Ponudniki obstoječih turističnih produktov
- Posamezni strokovnjaki za določena področja (razvoj, PR, promocija, organizacija dogodkov ...)
- .....

Na podlagi tega osnutka strategije se izdelajo:

- Akcijski načrt izvedbe (komunikacija z institucijami (ZVKD, DM), komunikacija s turističnim velikim gospodarstvom (Terme Krka, Adria ...), komunikacija s turističnim podjetniškim sektorjem, komunikacija s širšo javnostjo)
- Izvedbena dokumentacija za posamezne projekte.
- Prijave na razpise (po vsebinah).
- Izvedba marketinške in PR strategije meta.
- Intenzivno delo z obstoječimi ponudniki in integracija obstoječe »periferne« ponudbe v strategijo.

Pripravil:  
Boštjan Grobler  
podžupan MO Novo mesto

**Gregor MACEDONI,**  
župan