

OBČINA MEDVODE



STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V OBČINI MEDVODE ZA OBDOBJE 2026 - 2030



»ZELENA VRATA GLAVNEGA MESTA«

JUNIJ 2026



Avtor:
Anja Stare Zornada

KAZALO

SEZNAM OKRAJŠAV.....	4
POVZETEK	4
1. UVOD IN STRATEŠKI OKVIR	6
1.1 Namen in cilji strategije.....	6
Temeljni nameni strategije:	7
1.2 Proces priprave strategije	7
Ključne faze priprave:.....	7
1.3 Skladnost z nacionalno turistično politiko	8
Navezava na nadrejene strateške dokumente:.....	8
Navezava na nacionalne strateške cilje:	9
1.4 Skladnost z LAS Za mesto in vas.....	9
2. ANALIZA IN DIAGNOZA STANJA.....	10
2.1 Geografska umestitev in osnovne značilnosti	10
Ključne geografske značilnosti:.....	10
2.2 Mapiranje turistične mreže	10
Struktura turistične mreže:	11
2.3 SWOT analiza	12
2.3.1 Prednosti.....	12
2.3.2 Slabosti	13
2.3.3 Tveganja	13
2.3.4 Priložnosti	14
2.4 TOWS analiza: Strateške usmeritve	15
2.5 Vizija leta 2030: Časovni skok.....	15
»Kako gost doživlja Medvode leta 2030?«	15
»Kaj ljudje izpostavljajo kot posebnost?«.....	16
»Kaj delamo drugače kot danes?«	16
»Kako sodelujemo med seboj?«.....	16
2.6 Identificirana prednostna področja	17
3. VIZIJA IN STRATEŠKI CILJI	18
3.1 Vizija 2030: »Zelena vrata glavnega mesta«	18
3.2 Strateški cilji	19
3.3 Povezava strateških ciljev s prednostnimi nalogami LAS.....	19
3.4 Ključni kazalniki uspešnosti (KPI)	20

3.5 Podoba Medvod leta 2030 – narativni opis.....	21
4. STRATEŠKI STEBRI IN UKREPI.....	22
4.1 STEBER 1: Naravna in kulturna dediščina – VODA.....	23
4.2 STEBER 2: Trajnostna mobilnost in butični turizem	24
4.3 STEBER 3: Dostopnost, promocija in digitalizacija	25
4.4 STEBER 4: Povezovanje, sodelovanje in blagovna znamka	26
4.5 Prednost na obravnavo projektov glede na nujnost in potrebe	27
5. IMPLEMENTACIJA IN FINANČNI OKVIR	28
5.1 Upravljalvska struktura.....	28
5.2 Časovni načrt izvedbe 2026–2030.....	29
5.3 Finančni okvir	30
5.4 Okvirne ocene stroškov po projektih.....	31
5.5 Spremljanje in evalvacija.....	33
5.6 Tveganja in blažitev.....	33
5.7 Zaključek.....	34

Seznam okrajšav:

EKSRP	Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja
ESRR	Evropski sklad za regionalni razvoj
GZS	Gospodarska zbornica Slovenije
JZSM	Javni zavod Sotočje Medvode
KD	Kulturno društvo
KGZ	Kmetijsko gozdarska zbornica
KP	Krajinski park
KS	Krajevna skupnost
LAS	Lokalna akcijska skupina
MGTŠ	Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport
MOP	Ministrstvo za okolje in prostor
OŠ	Osnovna šola
OJDJ	Od Jakoba do Jakoba
PD	Planinsko društvo
PZS	Planinska zveza Slovenije
RDO	Regionalna destinacijska organizacija
SN SKP	Strateški načrt skupne kmetijske politike
SPOT	Slovensko podjetniško okolje – točka (mreža svetovalnih pisarn)
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
SC	Strateški cilj
TD	Turistično društvo
TIC	Turistično informacijski center
TZ	Turistična zveza
VGP	Vodnogospodarsko podjetje
ZRSVN	Zavod Republike Slovenije za varstvo narave

POVZETEK

S pomočjo Strategije razvoja turizma v občini Medvode za obdobje 2026-2030 želi organizirana lokalna skupnost skupaj z Javnim zavodom Sotočje Medvode postaviti trdne temelje za nadaljnji razvoj turizma v občini za prihodnja štiri leta. Dokument izraža javni interes v turizmu, ki ga bodo udeleževali turistična društva, Turistična zveza Medvode, Javni zavod Sotočje Medvode, Občina Medvode, turistični ponudniki, krajevne skupnosti in ostali zainteresirani – z jasnim skupnim ciljem: v turizmu prepoznati potencial in ga s sodelovanjem ter skupnimi močmi sistematično razvijati.

Cilj strategije je, da občina Medvode postane turistom prijazno in naklonjeno okolje, prepoznavno v regiji in državi. Turizem se bo razvijal kot gospodarska panoga in vir zaslužka za številne občane, obenem pa bo razvoj prinašal koristi vsem, ki v občini živijo – skozi urejeno okolje, ohranjeno naravo in živahno lokalno skupnost.

Razvoj turizma bo temeljil na štirih strateških stebrih:

- naravni in kulturni dediščini z vodo kot osrednjim elementom,
- trajnostni mobilnosti in butičnem turizmu,
- dostopnosti, promociji in digitalizaciji,
- povezovanju, sodelovanju in blagovni znamki.

1. UVOD IN STRATEŠKI OKVIR

1.1 Namen in cilji strategije

Strategija razvoja turizma v občini Medvode za obdobje 2026–2030 (v nadaljevanju strategija) je programski dokument, ki opredeljuje razvojne prednosti območja na področju turizma, določa strateške prioritete in ukrepe ter vsebuje aktivnosti, ki so se skozi participativni proces oblikovale v ključnih projektih za prihodnje štiriletno obdobje.

Priprava strategije je potekala skladno z usmeritvami krovnih razvojnih dokumentov na nacionalni, regionalni in lokalni ravni. Na nacionalni ravni smo sledili Strategiji slovenskega turizma 2022–2028 „Nekaj več in veliko bolje“, ki kot temeljni konkurenčni prednosti slovenskega turizma izpostavlja zeleno butičnost in dobro ohranjeno naravno okolje – prav to so prednosti, s katerimi se ponaša tudi občina Medvode.

Za pripravo strategije je skrbela delovna skupina, v kateri so bili predstavniki občinske uprave, Javnega zavoda Sotočje Medvode, turističnih in kulturnih društev, ponudnikov storitev ter krajevnih skupnosti. Izhodišča za oblikovanje vizije, strateških ciljev in ukrepov so nastala na podlagi delavnic, organiziranih za širšo javnost, ter spletne ankete med občani, ki je zbrala 332 veljavnih odgovorov. Poudarek je bil na projektnih idejah in pobudah deležnikov, ki so se skozi proces oblikovale v konkretne ukrepe in projekte.

Dejstvo je, da je turizem prečna tema, ki se dotika vseh področij lokalnega razvoja – od urejanja prostora in infrastrukture do kulture, kmetijstva in digitalnih storitev. Prav to nakazuje na stalno in nujno potrebo po povezovanju: ponudnikov, promotorjev, izvajalcev, oblikovalcev programov in vseh, ki tu živimo.

„Turizem smo ljudje“ – to načelo ostaja rdeča nit tudi v tej strategiji. Mi smo tisti, ki pišemo in udeležujemo zgodbe naše destinacije, in od nas je odvisno, kako prepričljivo jih bomo podajali obiskovalcem. Od nas je odvisno, ali se bodo v našem okolju dobro počutili, se vračali in o njem govorili z navdušenjem.

Dokument opredeljuje izhodišča za razvoj turizma v občini Medvode, analizo obstoječega stanja, SWOT analizo, vizijo in strateške cilje, ukrepe ter projektne predloge za udeležanje vizije razvoja turizma v občini Medvode 2026–2030.

Strategija razvoja turizma v občini Medvode za obdobje 2026–2030 je temeljni strateški dokument, ki opredeljuje razvojne usmeritve, cilje in ukrepe za sistematičen in trajnostni razvoj turizma na območju občine. Dokument je zasnovan kot operativno orodje za usklajevanje aktivnosti vseh deležnikov v turističnem ekosistemu ter kot podlaga za pridobivanje sredstev iz evropskih in nacionalnih virov financiranja.

Strategija sledi viziji »Zelena vrata glavnega mesta« in temelji na konceptu zelene butičnosti, ki je jedro nacionalne turistične strategije Slovenije 2022–2028. Občina Medvode se s svojo edinstveno lego ob sotočju Sore in Save, bogato naravno in kulturno dediščino ter neposredno bližino Ljubljane pozicionira kot zelena alternativa urbani izkušnji glavnega mesta.

KLJUČNI PODATKI O STRATEGIJI

Obdobje: 2026–2030 (4 leta)

Vizija: »Zelena vrata glavnega mesta«

Strateški stebri: 5 (voda, mobilnost, digitalizacija, povezovanje, doživetja)

Koordinator: Javni zavod Sotočje Medvode

Temeljni nameni strategije:

- Opredelitev skupne vizije in strateških ciljev razvoja turizma do leta 2030
- Zagotovitev koordiniranega delovanja vseh turističnih deležnikov
- Sofinanciranje iz razpisnih sredstev ministrstev, odborov in državnega proračuna
- Okrepitev prepoznavnosti občine Medvode kot turistične destinacije
- Vzpostavitev sistemskega pristopa k promociji in informiranju
- Povečanje dodane vrednosti turizma za lokalno skupnost in gospodarstvo

1.2 Proces priprave strategije

Strategija je bila pripravljena v participativnem procesu z vključevanjem širokega spektra lokalnih deležnikov. Proces je zajemal več faz sistematičnega zbiranja in analize informacij:

Ključne faze priprave:

1. Delavnica z deležniki (januar 2026): Strateška delavnica z več kot 30 predstavniki turističnih društev, ponudnikov storitev, kulturnih institucij, javnega zavoda in občine. Delavnica je bila organizirana po metodologiji »Design Thinking« z uporabo tehnik časovnega skoka, SWOT analize po skupinah deležnikov in določanja prednostnih področij.

2. Analiza obstoječega stanja: Pregled turističnih kazalnikov, analiza nastanitvenih kapacitet, mapiranje ponudnikov in potencialov ter primerjalna analiza s podobnimi destinacijami.

3. Spletna anketa med širšo javnostjo (Anketa TURIZEM 2026): Javna anketa, na www.visitmedvode.si, je zbrala 332 veljavnih odgovorov (51,5 %). Ključne ugotovitve: Zbiljsko jezero je najpomembnejša turistična točka (76 %), infrastruktura je največja ovira pri razvoju turizma (49 %), pridobivanje in iskanje informacij poteka na družbenih omrežjih (56 %), prihodnost je v aktivnem turizmu (64 %) in vodnih aktivnostih (44 %). V prihodnosti si anketiranci Medvode zamislijo kot zeleno, aktivno in butično destinacijo.

4. Usklajevanje z nacionalnim okvirom: Zagotovitev skladnosti s Strategijo slovenskega turizma 2022–2028 in njenimi ključnimi politikami ter usmeritvami LAS Za mesto in vas.

5. Javna razprava in dopolnitve: Predstavitev osnutka ključnim deležnikom in zbiranje pripomb za končno verzijo dokumenta.

1.3 Skladnost z nacionalno turistično politiko

Strategija razvoja turizma v občini Medvode je v celoti usklajena s Strategijo slovenskega turizma 2022–2028, ki jo je potrdila Vlada RS maja 2022. Dokument sledi izbranemu scenariju 3: »Nekaj več in veliko bolje« – uravnoteženemu razvojnemu scenariju, ki predvideva zmerno kvantitativno rast ob pospešeni rasti kakovosti in dodane vrednosti.

Navezava na nadrejene strateške dokumente:

Strategija je usklajena z nacionalnimi in regionalnimi strateškimi dokumenti ter razpisnimi pogoji za sofinanciranje projektov lokalnega razvoja.

NADREJENI DOKUMENT / USMERITEV	NAVEZAVA V STRATEGIJI MEDVODE
Strategija slovenskega turizma 2022–2028 »Nekaj več in veliko bolje«	Zelena butičnost, trajnostni turizem, digitalizacija, 5-zvezdična doživetja, lokalna avtentičnost. Medvode kot »zeleni vrata« Ljubljane.
Strategija regije Osrednja Slovenija RDO Turizem Ljubljana	Prioriteta PRODUKT: narava, aktivno, kultura, gastronomija, prireditve. Pozicioniranje Medvod kot komplementarne destinacije Ljubljani.
Prednostne naloge za lokalni razvoj (EKSRP, ESRR)	1) Lokalni razvoj: kratke verige kmetijstvo-turizem-obrt. 2) Okolje: varovanje vodnih virov, KP Polhograjski Dolomiti. 3) Socialna vključenost: mladi, starejši, ranljive skupine. 4) Digitalizacija: pametna vas, platforma Visit Medvode.
Zeleni dogovor EU / Podnebni cilji	Trajnostna mobilnost (e-kolesa), ohranjanje biotske raznovrstnosti (mokrišče Hraše), zmanjševanje emisij (lokalno pridelana hrana), ozaveščanje.

Navezava na nacionalne strateške cilje:

NACIONALNI STRATEŠKI CILJ	LOKALNA IMPLEMENTACIJA	PREDNOSTNA PODROČJA MEDVODE
SC1: Kakovost, vrednost in celoletnost ponudbe	Razvoj celoletnih turističnih produktov z višjo dodano vrednostjo	Naravna in kulturna dediščina, VODA
SC2: Zadovoljstvo prebivalcev, zaposlenih in gostov	Vključevanje lokalnega prebivalstva in medgeneracijsko sodelovanje	Povezovanje deležnikov
SC3: Pozicioniranje turizma kot generatorja vrednosti	Krepitev lokalnih verig ponudnikov in kratkih dobavnih poti	Razvoj blagovne znamke »Od Jakoba do Jakoba«
SC4: Zmanjšanje ogljičnega odtisa in uravnoteženje turizma	Trajnostna mobilnost in zeleni turistični produkti	Trajnostna in butični turizem
SC5: Kompetentne upravljaljske strukture	Digitalizacija načina informiranja in koordinacija deležnikov	Dostopnost in promocija

1.4 Skladnost z LAS Za mesto in vas

Strategija je pripravljena z namenom neposredne uporabe pri pripravi projektov za sofinanciranje iz sredstev Lokalne akcijske skupine (LAS) Za mesto in vas v okviru Strateškega načrta skupne kmetijske politike (SN SKP) 2023–2027. Ukrepi so strukturirani tako, da naslavlajo ključne prednostne naloge LAS:

PREDNOSTNA NALOGA LAS	UKREPI V STRATEGIJI MEDVODE
1. Lokalni razvoj: povezovanje kmetijstva, turizma in obrti	Blagovna znamka »Od Jakoba do Jakoba«, vključevanje kmetij, lokalno pridelana hrana
2. Okolje in narava: ohranjanje naravne dediščine	Ureditev priobalnih pasov, valorizacija voda (Zbiljsko jezero, Sora, Sava)
3. Socialna vključenost: vključevanje mladih in ranljivih skupin	Medgeneracijsko sodelovanje, turistični krožki v OŠ, vrtcu, prostovoljstvo
4. Digitalna preobrazba podeželja: pametne vasi	Platforma Visit Medvode, digitalni zasloni, digitalizacija poti (aplikacija z zemljevidom in opisi ključnih točk)

2. ANALIZA IN DIAGNOZA STANJA

2.1 Geografska umestitev in osnovne značilnosti

Občina Medvode leži na severozahodnem robu Ljubljanske kotline, na stičišču alpskega in predalpskega sveta. Občina obsega 78 km² površine in šteje dobrih 17.000 prebivalcev. Glavno središče je naselje Medvode, ki je dobilo ime po svoji legi »med vodami« – na sotočju reke Sore in Save.

Ključne geografske značilnosti:

- **Lega:** 15 km od središča Ljubljane, neposredno ob avtocestnem obroču
- **Naravne danosti:** Zbiljsko jezero, reki Sora in Sava, Polhograjsko hribovje, Mokrišče Hraše, Topli vrec Straža
- **Kulturna dediščina:** Stari Grad Smlednik, Kalvarija, Rojstna hiša Jakoba Aljaža, Dolinčkova hiša, Rojstna hiša Franca Rozmana Staneta, Domačija Pr' Lenart, Dvorec Goričane, Dvorec Lazarini, sakralna dediščina, ruševine in ostanki
- **Prometna dostopnost:** Dobra cestna povezava z Ljubljano (prestonica), možnost javnega prevoza, bližina letališča
- **Potencial:** Krajinski park Polhograjski Dolomiti (v postopku ustanavljanja)

2.2 Mapiranje turistične mreže

V procesu delavnice je bilo identificiranih več kot 20 različnih tipov deležnikov, ki soustvarjajo turistično ponudbo v občini Medvode. Mapiranje je razkrilo bogato mrežo akterjev, hkrati pa tudi izzive pri njihovem povezovanju.

V Občini Medvode na področju prostovoljnega turizma deluje Turistična zveza Medvode in 8 turističnih društev z dobrimi 750 člani skupaj. Skupaj skrbijo za urejenost in ocvetličenje krajev, tekom celega leta pa prirejajo več prireditev (nekje do 5 na posamezno društvo) in veliko teh je že tradicionalnih. Poleg turističnih društev pa ima nekaj večjih prireditev v organizaciji Javni zavod Sotočje Medvode. Seveda pa v Medvodah »gostujejo« tudi posamezniki z večjimi prireditvami, saj je kar nekaj lokacij primernih za večje, festivalske, dogodke.

Delo turističnih društev opravljajo prostovoljci, ki so že leta vpeti v delovanje in aktivnosti društva. Izziv je kako privabiti in motivirati mlade k sodelovanju. Primer dobre prakse je Turistični krožek Mala šola turizma na OŠ Medvode, kjer sodelujejo 3 učiteljice in predsednica Turistične zveze Medvode. Na OŠ Pirniče vsako leto sodelujejo v natečaju Turizmu pomaga lastna glava v sklopu Turistične zveze Slovenije, kjer so uspešni, žal pa ta aktivnost ni stalnica v dodatnem programu šole (kot krožek ali izbirni predmet). Na OŠ Preska so aktivni na kulinarinem področju, sodelujejo na Tekmovanju Zlata kuhalnica, ki se ravno

tako odvija pod okriljem Turistične zveze Slovenije. Na tekmovanjih so zelo uspešni. Vsako leto tudi v Vrtcu Medvode pripravijo (netekmovalno) razstavo na aktualno temo Turistične zveze Slovenije, ki je na ogled v Knjižnici Medvode.

Struktura turistične mreže:

KATEGORIJA	DELEŽNIKI
Nastanitveni ponudniki	Sobodajalci, kampi, hoteli, prenočišča
Gostinska ponudba	Gostilne (2 imata znak Gostilna Slovenija), gostinski lokali, kmetije
Lokalni produkti	Ponudniki lokalnih produktov, kmetije, lokalne storitve
Društva in organizacije	Turistična društva (TD), kulturna društva (KD), športna društva (ŠD), Turistična zveza Medvode, Občinska kulturna zveza Medvode
Javne institucije	Javni zavod Sotočje, TIC Medvode, Občina, osnovne šole, vrtec, vzgojno-izobraževalni zavodi
Kultura in dediščina	Predstavniki kulturne srenje, konservatorji, vodniki, kuratorji, organizatorji dogodkov
Aktivnosti in rekreacija	Športne dejavnosti, rekreacija, turistične aplikacije, ponudniki prevoza
Prostovoljci	Društva, posamezniki

2.3 SWOT analiza

SWOT analiza je bila izvedena v okviru strateške delavnice po štirih ključnih skupinah deležnikov: ponudniki storitev, društva, kulturna in naravna dediščina ter turisti/uporabniki. Rezultati so bili sintetizirani v celovito oceno stanja.

2.3.1 Prednosti

PODROČJE	PREDNOSTI
Naravne danosti	Urejena, zelena, čista narava; raznolikost danosti na majhnem območju (vode, hribi, ravnine); Zbiljsko jezero; reki Sora in Sava
Lokacija in dostopnost	Dobra povezava z Ljubljano; bližina glavnega mesta z naravo na dosegu; zelena alternativa urbani izkušnji; možnost najema kolesa (TIC)
Aktivnosti	Pohodništvo; športne aktivnosti (teki, kolo); možnosti različnih oblik rekreacije; dogodki in prireditve na tržnici in v športni dvorani
Kultura in dediščina	Bogastvo naravne, kulturne in sakralne dediščine; Tradicionalne prireditve (Parkeljni, Flancanje, Kres na kresni večer); Pohod po poteh roparskih vitezov
Društva	Dolgoletna tradicija z določeno vizijo; prostovoljstvo in navdušenje; povezanost društev + povezanost občanov/krajanov + povezanost krajev
Gostinstvo	Dobre in prepoznavne gostilne; lokalna hrana
Institucije	Baza informacij; participativni proračun; turistični krožki v osnovnih šolah; javni razpisi

2.3.2 Slabosti

PODROČJE	SLABOSTI
Informiranje in promocija	Pomanjkanje informacij; slab(š)a predstavitev na socialnih medijih; ne dosegamo evropskih standardov informiranja; pomanjkanje skupne vizije
Povezovanje	Premalo sodelovanja med društvi in ostalimi deležniki; razdrobljenost (tudi promocije); individualno delovanje posameznih akterjev
Kapacitete in infrastruktura	Premalo spalnih kapacitet; stara infrastruktura; neizkoriščenost vode kot potenciala; pomanjkanje urejenih parkirišč
Kadri in generacije	Neustrezna starostna struktura; pomanjkanje vodičev; vključevanje mladine; premalo zanimanja mladih in novo-priseljenih občanov za sodelovanje
Ponudba	Pomanjkanje aktivnosti/doživetij za otroke; premalo dodatne ponudbe na območju Polhograjskih Dolomitih; Pomanjkanje osnovne infrastrukture potrebne za nemoteno delovanje turističnih aktivnosti
TIC	Omejen delovni čas TIC-a; pomanjkljiva promocija

2.3.3 Tveganja

PODROČJE	TVEGANJA
Kadri in generacije	Nevključevanje mladih → zamiranje → ukinjanje društev; hromenje socialnih stikov in družabnega življenja
Dediščina	Izguba objektov, zgodb, pripovedovalcev, tradicije ustnega izročila; propadanje kulturne dediščine
Okolje	Neustrezni posegi v naravo; preobremenitev naravne dediščine; preveč ljudi brez želje/vizije za sodelovanje s širšo okolico (celotno občino)
Organiziranost	Zamiranje prostovoljstva; Slabo organizirani turizem; Zakonski izzivi
Infrastruktura	Zastarela in nezadostna infrastruktura; pomanjkanje sredstev za nadaljnji razvoj

2.3.4 Priložnosti

PODROČJE	PRILOŽNOSTI
Narava in voda	Zbiljsko jezero (ureditev bregov, krožna pot); plaža Sora; druge vode v Medvodah; Krajinski park Polhograjski Dolomiti; Mokrišče Hraše; Topli vrelec Straža
Kulturna dediščina	Stari Grad Smlednik, Kalvarija, Rojstna hiša Jakoba Aljaža, Dolinčkova hiša, Rojstna hiša Franca Rozmana Staneta, Domačija Pr' Lenart, Dvorec Goričane, Dvorec Lazarini, sakralna dediščina, ruševine in ostanki, obnavljanje in promocija kulturne dediščine; programi za šole in šolarje
Digitalizacija	Boljše in ažurne informacije na internetu; digitalni zasloni; skupni razvoj platforme Visit Medvode; predstavitev storitev prek FB, IG, TikTok
Povezovanje	Vključevanje mladih in novo-priseljenih občanov; turistični krožki v vseh OŠ; povezovanje TD z ostalimi deležniki
Razvoj blagovne znamke	Izboljšanje blagovne znamke; nadgradnja znamke »Od Jakoba do Jakoba«; slogan »Zelena vrata glavnega mesta«; Visit Medvode
Produkti	Motivacija enodnevnih gostov za prenočitev; znana atrakcija kot »magnet«; lokalno pridelana hrana in izdelki domače obrti
Institucije	Spodbuda gospodarstvu; usposabljanje vodnikov; dodatna izobraževanja; pomoč pri razpisih

2.4 TOWS analiza: Strateške usmeritve

Na podlagi SWOT analize je bila pripravljena TOWS matrika, ki povezuje notranje dejavnike (prednosti in slabosti) z zunanjimi dejavniki (priložnosti in tveganja) ter opredeljuje strateške usmeritve za razvoj turizma.

SO STRATEGIJE (Prednosti + Priložnosti)	WO STRATEGIJE (Slabosti + Priložnosti)
<ul style="list-style-type: none">• Valorizacija naravnih danosti (vode) kot ključne turistične atrakcije• Povezava kulturne dediščine z aktivnim turizmom• Razvoj blagovne znamke »Od Jakoba do Jakoba«• Krepitev prepoznavnih gostiln in lokalno pridelane hrane	<ul style="list-style-type: none">• Digitalizacija informacij (Visit Medvode)• Sistemsko vključevanje mladih preko OŠ• Koordinacija deležnikov preko skupne platforme• Usposabljanje lokalnih turističnih vodnikov
ST STRATEGIJE (Prednosti + Tveganja)	WT STRATEGIJE (Slabosti + Tveganja)
<ul style="list-style-type: none">• Ohranjanje prostovoljske tradicije društev• Dokumentiranje ustnega izročila in zgodb• Trajnostno upravljanje naravnih vrednot• Uravnotežen razvoj (ne masovni turizem)	<ul style="list-style-type: none">• Zagotovitev sredstev za obnovo infrastrukture• Povezovanje kot odgovor na razdrobljenost• Medgeneracijski prenos znanj• Poenostavitev administrativnih postopkov

2.5 Vizija leta 2030: Časovni skok

V okviru strateške delavnice so udeleženci izvedli vajo »časovnega skoka« v leto 2030, kjer so si predstavljali uspešno realizacijo turistične strategije. Odgovori na štiri ključna vprašanja so bili povzeti v skupno vizijo.

»Kako gost doživlja Medvode leta 2030?«

- Urejena, zelena, čista narava z urejeno dostopnostjo in mobilnostjo
- Dobra kulinarična ponudba (»Dobro jemo in pijemo«)
- Razgledni stolp Stari Grad s pogledom na krožno pot okoli Zbiljskega jezera
- Možnost doživetja - kako so živeli nekoč
- Neskončne možnosti rekreacije
- Celostna ponudba: voda → hribovje → kulturna dediščina
- Zelena alternativa bližnjemu glavnemu mestu
- Butična destinacija s kombinacijo narave in kulinarike

»Kaj ljudje izpostavljajo kot posebnost?«

- **NARAVA:** Gostoljubnost, raznolikost ponudbe
- **VODA:** Mirno okolje, destinacija med vodami / stik z vodo
- **RAZNOLIKOST:** Veliko različnih naravnih in kulturnih danosti na majhnem območju
- **DOSTOPNOST:** Bližina mesta z naravo, dobra povezanost, javni transport
- **IDENTITETA:** »Lokalno je zdravo«, prepoznaven produkt, oblikovana blagovna znamka

»Kaj delamo drugače kot danes?«

- Usmerjeno delovanje – skrbimo za podmladek, sodelujemo in se poslušamo
- Še bolj urejena osnovna infrastruktura, prostovoljstvo je bolj cenjeno
- Se povezujemo, poslušamo ponudnike storitev
- Smo bolj povezani med seboj z dvigom kakovosti ponudb storitev in prireditev
- Izdelana strategija turizma, ki deluje (gost ostane več dni, mi mu ponudimo doživetje)
- Smo digitalno pismeni in se znamo promovirati

»Kako sodelujemo med seboj?«

- Povezujemo različne sfere društvenih in storitvenih dejavnosti
- Redno obnavljamo vezi in vabimo druge organizacije na naše dogodke
- Delitev / souporaba infrastrukture, opreme, delovne sile
- Redno letno srečanje vseh akterjev turizma
- Spletna platforma z informacijami, ki je dobro oglaševana
- Ponujamo »pakete turističnih storitev / produktov«

2.6 Identificirana prednostna področja

Na podlagi izvedene analize in rezultatov delavnic je bilo identificiranih pet prednostnih področij razvoja turizma v občini Medvode, ki predstavljajo jedro strategije:

#	PREDNOSTNO PODROČJE	KLJUČNE VSEBINE
1	Naravna in kulturna dediščina / poudarek na »VODA«	Ureditev priobalnih pasov, plaža Sora, krožna pot okoli Zbiljskega jezera; razvoj produkta, ki povezuje naravno in kulturno dediščino
2	Trajnostna mobilnost / butični turizem	Dostopnost in uporaba E-koles, označevanje kolesarskih in peš poti, digitalizacija, dostopnost za invalide, koncept »SLOW« turizem
3	Dostopnost in promocija informiranja	Digitalni zasloni, platforma Visit Medvode, strokovna pomoč društvom pri reklamiranju, spletni vplivneži (ambasadorji)
4	Razvoj blagovne znamke	Visit Medvode – krovna znamka, Lokalni produkti znamke »Od Jakoba do Jakoba«, slogan »Zelena vrata gl. mesta«, celodnevni izlet »Pod svobodnim soncem«
5	Povezovanje	Povezovanje TD z ostalimi deležniki, pogostejša srečanja, vključevanje mladine, medgeneracijsko sodelovanje

Ta prednostna področja tvorijo ogrodje za nadaljnje strateške cilje in ukrepe, ki so podrobneje opredeljeni v nadaljevanju dokumenta.

3. VIZIJA IN STRATEŠKI CILJI

Poglavje opredeljuje vizijo turističnega razvoja občine Medvode do leta 2030, strateške cilje in ključne kazalnike uspešnosti (KPI), ki bodo služili kot merila za spremljanje napredka pri uresničevanju strategije.

3.1 Vizija 2030: »Zelena vrata glavnega mesta«

Na podlagi izvedene analize stanja, rezultatov strateških delavnic z deležniki in usklajenosti z nacionalno Strategijo slovenskega turizma 2022–2028 je bila oblikovana naslednja vizija razvoja turizma v občini Medvode:

VIZIJA
<p>»ZELENA VRATA GLAVNEGA MESTA«</p> <p><i>Medvode – butična zelena destinacija na pragu Ljubljane, kjer se prepletata narava in kultura, tradicija in inovacija, aktivno doživetje in trajnostna gostoljubnost.</i></p>

Vizija temelji na prepoznavnih vrednotah, ki so jih deležniki izpostavili na delavnicah:

- VODA kot osrednji element identitete – sotočje Sore in Save, Zbiljsko jezero, priobalni pasovi
- NARAVA – bližina Krajinskega parka Polhograjski Dolomiti, Mokrišče Hraše, gozdne poti, čist zrak
- DOSTOPNOST – le 15 km od glavnega mesta, idealna izhodiščna točka za izlete
- LOKALNO JE ZDRAVO – kulinarčna ponudba lokalnih gostiln, kmetij in pridelovalcev
- SIMBIOZA – povezovanje deležnikov, medgeneracijsko sodelovanje, digitalna transformacija

3.2 Strateški cilji

Za uresničitev vizije so opredeljeni štirje medsebojno povezani strateški cilji, ki so usklajeni z nacionalno strategijo (Scenarij 3: »Nekaj več in veliko bolje«) ter prednostnimi nalogami LAS Za mesto in vas:

SC	STRATEŠKI CILJ	OPIS IN USMERITEV
SC1	Zelena butična destinacija	Razvoj trajnostne turistične ponudbe z nizkim ogljičnim odtisom, ki temelji na naravnih in kulturnih virih občine. Poudarek na kakovosti pred količino.
SC2	Voda kot osrednji produkt	Valorizacija vodnih virov – Zbiljsko jezero, sotočje Sore in Save, priobalni pasovi – kot jedra turistične ponudbe z ureditvijo infrastrukture in produktov.
SC3	Povezana destinacija	Vzpostavitev učinkovitega sistema sodelovanja med deležniki (TD, KS, ponudniki, občina, JZ), digitalna platforma Visit Medvode, skupni turistični paketi.
SC4	Dostopna in prepoznavna destinacija	Izboljšanje fizične in digitalne dostopnosti, razvoj promocijske znamke »Zelena vrata glavnega mesta«, promocija skozi sodobne komunikacijske kanale. Razvoj in okrepitev blagovne znamke »Od Jakoba do Jakoba«.

3.3 Povezava strateških ciljev s prednostnimi nalogami LAS

Strateški cilji so neposredno usklajeni s štirimi prednostnimi nalogami LAS Za mesto in vas, kar zagotavlja upravičenost projektov do sofinanciranja iz skladov EKSRP in ESRR:

STRATEŠKI CILJ	LAS: LOKALNI RAZVOJ	LAS: OKOLJE IN NARAVA	LAS: DIGITALIZACIJA
SC1: Zelena butična destinacija	++	+++	+
SC2: Voda kot osrednji produkt	++	+++	+
SC3: Povezana destinacija	+++	+	+++
SC4: Dostopna in prepoznavna	++	+	+++
SC5: Povezana lokalna ponudba	+++	++	+++

Legenda: + = delna povezava, ++ = močna povezava, +++ = ključna povezava

3.4 Ključni kazalniki uspešnosti (KPI)

Za spremljanje uresničevanja strategije so opredeljeni konkretni, merljivi kazalniki uspešnosti, usklajeni z zahtevami LAS razpisov ter omogočajo objektivno vrednotenje napredka:

KAZALNIK (KPI)	IZHODIŠČE 2026	CILJ 2030	VIR PODATKOV
SC1: ZELENA BUTIČNA DESTINACIJA			
Število trajnostnih turističnih produktov	0	5	Register TD, Visit Medvode platforma
Število vključenih lokalnih kmetij/ponudnikov	5	5	Partnerska mreža Visit Medvode
Delež lokalne hrane v gostinski ponudbi	~30%	>=50%	Anketa med gostinci
SC2: VODA KOT OSREDNJI PRODUKT			
Dolžina urejenih priobalnih poti (km)	>2 km	8 km	Občina Medvode, geodetske meritve
Krožna pot Zbiljsko jezero (urejenost)	začetek urejanja vaškega jedra in bližnje okolice	zaključek urejanja vaškega jedra in bližnje okolice	Projektna dokumentacija, terenski ogled
Število vodnih doživetij/produktov	1	5	Register aktivnosti Visit Medvode
SC3: POVEZANA DESTINACIJA			
Vzpostavljena digitalna platforma	NE	DA	Spletna domena visitmedvode.si
Število aktivnih partnerjev na platformi	0	>=25	Administratorski panel platforme
Število letnih koordinacijskih srečanj	1	4	Zapisniki srečanj, JZSM
Število skupnih turističnih paketov	0	6	Ponudba na Visit Medvode
SC4: DOSTOPNA IN PREPOZNAVNA DESTINACIJA			
Število digitalnih informacijskih točk	0	5	Popis infrastrukture, Občina Medvode
Doseg na družbenih omrežjih (sledilci)	~500	>=8.000	Meta Business Suite, analitika
Število označenih kolesarskih/peš poti	3	10	Kataster poti, mobilna aplikacija

Število e-koles na izposajo	17	>30	Evidenca Nomago / ponudnik, JZSM
SC5: POVEZANA LOKALNA PONUDBA			
Število ponudnikov v znamki Od Jakoba do Jakoba	8	≥20	Register znamke, JZ Sotočje
Število celovitih turističnih paketov	0	≥8	Platforma Visit Medvode
Delež lokalne hrane v gostinski ponudbi	~30%	≥50%	Anketa med gostinci
Število kmetij z dopolnilno turistično dejavnostjo	5	≥12	AJPES, KGZ

3.5 Podoba Medvod leta 2030 – narativni opis

Na delavnicah z deležniki je bil izveden »časovni skok« v leto 2030, v katerem so udeleženci opisali podobo turistične destinacije Medvode, kakršno si želijo videti. Spodaj je strnjen povzetek njihovih odgovorov:

KAJ GOST DOIVLJA V MEDVODAH LETA 2030?

Gost se sprehaja po popolnoma urejeni krožni poti okoli Zbiljskega jezera.

Na razglednem stolpu Stari Grad uživa panoramski pogled na Alpe.

Popoldne se pripelje z e-kolesom do ene od lokalnih gostiln, kjer postrežejo z avtentičnimi jedmi iz lokalne pridelave.

Doživetje zaključijo s SUP vožnjo po mirnem jezeru ob sončnem zahodu.

KAKO DELUJE SODELOVANJE?

Deležniki so povezani skozi digitalno platformo Visit Medvode.

Vsako leto se izvedejo štiri koordinacijska srečanja, na katerih se uskladijo skupni turistični paketi, promocijske aktivnosti in investicije.

Mladi so aktivno vključeni - osnovne šole in vrtci sodelujejo pri kulturnih prireditvah, dijaki pa pomagajo pri digitalnem marketingu.

KAKO POTEKA INFORMIRANJE?

Na petih lokacijah v občini (tržnica, športna dvorana, TIC, Zbilje, center) stojijo digitalni zasloni z aktualnimi informacijami.

Platforma visitmedvode.si ponuja interaktivni zemljevid, koledar dogodkov in možnost direktne rezervacije turističnih paketov.

Družbena omrežja upravljajo mladi ambasadorji destinacije.

KLJUČNA BESEDA: SIMBIOZA

Medvode leta 2030 so destinacija, kjer vlada simbioza - med naravo in človekom, med tradicijo in inovacijo, med lokalnimi prebivalci in obiskovalci, med generacijami.

Slogan Lokalno je zdravo ni le trženjska fraza, temveč živi princip, ki ga gostje začutijo že ob prvem koraku v občino.

4. STRATEŠKI STEBRI IN UKREPI

Na podlagi analize stanja, identificiranih prednostnih področij z delavnic ter strateških ciljev so opredeljeni štirje strateški stebri s konkretnimi ukrepi in projekti. Vsak steber je zasnovan tako, da je neposredno usklajen s prednostnimi nalogami LAS Za mesto in vas ter omogoča pripravo kakovostnih vlog za sofinanciranje.

Za vsak projekt je navedena utemeljitev za LAS, ki pojasnjuje zakaj je projekt primeren za sofinanciranje iz sredstev EKSRR/ESRR. Projekti so prednostno razvrščeni glede na izvedljivost, vpliv in usklajenost s strateškimi cilji.

Dokument je oblikovan kot strokovna podlaga za prijave na nacionalne in evropske razpise, ki bodo na voljo v obdobju veljavnosti strategije (2026–2030).

4.1 STEBER 1: Naravna in kulturna dediščina – VODA

Strateška usmeritev: Voda kot osrednji element identitete destinacije – sotočje Sore in Save, Zbiljsko jezero ter vodne aktivnosti kot temelj turistične ponudbe.

Povezava z LAS: Prednostna naloga 2 (Okolje in narava) – ohranjanje naravne dediščine, trajnostna raba vodnih virov, prilagajanje na podnebne spremembe.

PROJEKT (UKREP)	OPIS	UTEMELJITEV ZA LAS	NOSILCI / PARTNERJI
1.1 Krožna pot Zbiljsko jezero	Ureditev 6 km krožne pešpoti okoli jezera z informacijskimi točkami, klopmi, koši in usmeritveno signalizacijo. Vključitev razglednih točk in dostopov do vode.	Spodbuja rekreacijski turizem, ohranja naravno dediščino, povečuje dostopnost za vse generacije (vključno s starejšimi in družinami).	Občina Medvode, KS Zbilje, TD Zbilje, JZSM
1.2 Plaža Sora – ureditev	Ureditev naravne plaže ob reki Sori z infrastrukturo v skladu z možnostmi (3. poplavni pas) ter označenim dostopom in parkiriščem.	Razvoj vodnega turizma, povečanje privlačnosti destinacije za družine, trajnostna raba rečnega prostora.	Občina Medvode, KS Vaše-Goričane
1.3 Razgledni stolp Stari Grad	Postavitev lesenega razglednega stolpa (15-20 m) z informacijskimi tablamami o razgledni panorami in QR kodami za digitalno vodenje / razlago.	Inovativna turistična infrastruktura, promocija kulturne krajine, povezava z digitalnimi vsebinami.	TD Smlednik, zasebni investitorji
1.4 SUP & kajak center Zbiljsko jezero	Vzpostavitev izposojevalnice plovil (SUP, kajaki) s organiziranim vodenjem, tečaji za začetnike, navezava na gostinsko ponudbo.	Spodbuja podjetništvo na podežlju, razvoj novih turističnih produktov, vključevanje mladih.	Zasebni investitor, TD Zbilje, gostinski ponudniki
1.5 Ureditev priobalnih pasov	Sanacija (ureditev in »izkorenitev« invazivnih rastlin) in ozelenitev priobalnih pasov ob Savi in Sori, ureditev dostopnih točk, namestitev klopi in informacijskih tabel.	Varovanje vodnih virov, prilagajanje na podnebne spremembe, povečanje ekološke vrednosti območja.	Občina Medvode, JZSM
1.6 Mokrišče v Hrašah	Nadgradnja obstoječe infrastrukture, več izobraževalnih in gibalnih aktivnosti za obiskovalce	Ohranjanje mokrišč in izobraževanje mlajših o naravnih biotopih	TD Hraše, Občina Medvode

4.2 STEBER 2: Trajnostna mobilnost in butični turizem

Strateška usmeritev: SLOW turizem – počasno odkrivanje destinacije z okolju prijaznimi načini mobilnosti (e-kolesa, pešpoti, javni prevoz) in butičnimi doživetji.

Povezava z LAS: Prednostna naloga 1 (Lokalni razvoj) – povezovanje kmetijstva, turizma in obrti; Prednostna naloga 2 (Okolje) – zmanjševanje ogljičnega odtisa.

PROJEKT (UKREP)	OPIS	UTEMELJITEV ZA LAS	NOSILCI / PARTNERJI
2.1 E-kolesarska mreža Medvode	Vzpostavitev 3 izposojevalnic e-koles (Medvode center, Zbiljsko jezero, Smlednik) z 10+ kolesi, polnilnimi postajami in interaktivnim zemljevidom poti.	Trajnostna mobilnost, zmanjšanje emisij, dostopnost destinacije brez avtomobila, privabljanje aktivnih turistov.	Nomago, Občina Medvode, KS Medvode center, KS Zbilje, KS Smlednik, JZSM
2.2 Označevanje pešpoti	Enotno označevanje vseh pešpoti v občini (10 poti, ~80 km) s tablami, smerokazi in QR kodami za digitalno vodenje.	Povečanje varnosti pohodnikov, izboljšana navigacija / orientacija, digitalna dostopnost za tuje goste.	Občina Medvode, PZS, PD Medvode, Turistična društva v občini
2.3 Pot »Od Jakoba do Jakoba«	Krožna tematska pot med cerkvama sv. Jakoba (Petelinc, Žlebe, Hraše) z zgodbo, informacijskimi tablami in znamenitostmi na poti. Dolžina ~12 km.	Ovrednotenje kulturne dediščine, povezovanje sakralnih spomenikov in spomenikov kulturne dediščine, nov turistični produkt z zgodbo.	Turistična društva v občini, PD Medvode, Župnije v občini, Občina Medvode, JZSM
2.4 Kulinarični paketi	Oblikovanje 3-5 kulinarčnih paketov (»Okusi sotočja«) z vključenimi lokalnimi gostilnami, kmetijami in pridelovalci.	Kratke dobavne verige, podpora lokalni pridelavi, povezovanje turizma in kmetijstva.	Gostilne, kmetije, turistična društva, JZSM
2.5 Prenočitvene kapacitete	Spodbujanje razvoja butičnih prenočitvenih kapacitet (glampingi, apartmaji na kmetijah, B&B) s svetovanjem in promocijo.	Podjetništvo na podeželju, razpršena turistična ponudba, podaljševanje bivanja gostov.	Zasebni investitorji

4.3 STEBER 3: Dostopnost, promocija in digitalizacija

Strateška usmeritev: Digitalna preobrazba turistične ponudbe – pametna vas, enotna platforma, aktivna prisotnost na družbenih omrežjih.

Povezava z LAS: Prednostna naloga 4 (Digitalna transformacija podeželja) – pametne vasi, digitalna dostopnost ponudbe, inovativne rešitve.

PROJEKT (UKREP)	OPIS	UTEMELJITEV ZA LAS	NOSILCI / PARTNERJI
3.1 Platforma Visit Medvode	Razvoj spletne platforme visitmedvode.si z interaktivnim zemljevidom, koledarjem dogodkov, rezervacijskim sistemom in partnerskim portalom.	Digitalna transformacija podeželja, centralizacija informacij, podpora ponudnikom pri digitalni prisotnosti.	JZSM, Občina Medvode, Krajevne skupnosti, turistična društva, IT izvajalec
3.2 Digitalni informacijski zasloni	Namestitev 5 digitalnih zaslonov (tržnica, športna dvorana, TIC, Zbilje, Medvode center) z aktualnimi informacijami, dogodki in zemljevidom.	Pametna vas, izboljšana dostopnost informacij, sodobna turistična infrastruktura.	Občina Medvode, JZSM, ponudnik HW/SW
3.3 Družbena omrežja in ambasadorji	Profesionalno upravljanje FB, IG, TikTok profilov z vključevanjem mladih ambasadorjev (dijaki, študenti) za avtentično vsebino.	Vključevanje mladih, inovativna promocija, digitalne kompetence lokalne skupnosti.	JZSM, OŠ, mladi prostovoljci
3.4 Mobilna aplikacija	Razvoj mobilne aplikacije z GPS navigacijo po poteh, s vsebinami obogatene resničnosti (AR) na kulturnih točkah, obvestili o dogodkih.	Inovativna digitalna rešitev, dostopnost za mlajše generacije, povezava fizičnega in digitalnega prostora.	IT izvajalec, JZSM, Občina Medvode
3.5 QR kode na informacijskih točkah	Namestitev QR kod na 30+ lokacijah (znamenitosti, poti, razgledne točke) z večjezičnimi opisi, avdio vodniki in elementi obogatene resničnosti (AR).	Nizki stroški, visok učinek, dostopnost za tuje goste, povezava z Visit Medvode platformo.	JZSM, turistična društva, PD Medvode, Občina Medvode

4.4 STEBER 4: Povezovanje, sodelovanje in blagovna znamka

Strateška usmeritev: Vzpostavitev koordiniranega turističnega ekosistema z jasno identiteto in vključevanjem vseh generacij.

Povezava z LAS: Prednostna naloga 3 (Socialna vključenost) – vključevanje mladih, starejših in ranljivih skupin; Prednostna naloga 1 (Lokalni razvoj) – povezovanje deležnikov.

PROJEKT (UKREP)	OPIS	UTEMELJITEV ZA LAS	NOSILCI / PARTNERJI
4.1 Promocijska znamka »Visit Medvode«	Razvoj celostne grafične podobe, slogana »Zelena vrata glavnega mesta«, nabora promocijskih materialov in standarda kakovosti.	Enotna identiteta destinacije, prepoznavnost, profesionalizacija turistične ponudbe.	JZSM, Občina Medvode, zunanji partner
4.2 Letni koordinacijski sestanki	Vzpostavitev sistema 4-ih letnih srečanj deležnikov (turistična društva, gostinci, kmetije, kulturno umetniška društva, ostali) za usklajevanje aktivnosti in skupno načrtovanje.	Povezovanje lokalnih akterjev, participativno upravljanje, izmenjava dobrih praks.	JZSM, Občina Medvode
4.3 Medgeneracijsko povezovanje	Program vključevanja v turistične aktivnosti (kulturne prireditve, digitalni marketing), mentorstvo starejših za prenos znanj.	Socialna vključenost mladih in starejših, prenos lokalne dediščine, aktivno staranje.	OŠ, vrtci, turistična društva, kulturno umetniška društva, društvo upokojencev
4.4 Certifikat »Lokalno je zdravo«	Razvoj lokalnega certifikata za ponudnike, ki uporabljajo lokalne sestavine (>50%), spodbujanje kratkih verig.	Kratke dobavne verige, podpora lokalnemu kmetijstvu, razlikovanje od konkurence.	JZSM, gostinski ponudniki, kmetije, KGZ
4.5 Skupni turistični paketi	Oblikovanje (do) 5 celovitih turističnih paketov (aktivni dan, kulinarika, dediščina, družinski izlet, poslovni obisk, wellness / selfness).	Kompleksnejša ponudba, podaljšanje bivanja, višja dodana vrednost, skupna predstavitev.	Platforma Visit Medvode, JZSM, vsi deležniki
4.6 Usposabljanje ponudnikov	Letni program izobraževanj za ponudnike (digitalne kompetence, trajnost, kakovost storitev, tuji jeziki).	Dvig kompetenc lokalnega prebivalstva, profesionalizacija ponudbe, prilagajanje sodobnim trendom.	JZSM, GZS, SPOT, zunanji izvajalci

4.5 Prednostna obravnava projektov glede na nujnost in potrebe

Projekti (ukrepi) so ovrednoteni glede na tri kriterije:

- izvedljivost v obdobju 2026–2030,
- pričakovani vpliv na turistični razvoj,
- usklajenost z razpisnimi pogoji LAS.

Na podlagi te ocene so razdeljeni v tri prioritete skupine:

PRIORITETA	PROJEKTI (UKREPI)	ČASOVNI OKVIR
VISOKA <i>(hitra izvedba, visok vpliv)</i>	2.1 E-kolesarska mreža, 3.1 Platforma Visit Medvode, 3.2 Digitalni informacijski zasloni, 4.1 Blagovna znamka, 4.2 Koordinacijski sestanki	2026–2027
SREDNJA <i>(kompleksnejša priprava)</i>	1.1 Krožna pot Zbiljsko jezero, 1.2 Plaža Sora – dokončna ureditev, 2.2 Označevanje in digitalizacija poti, 2.3 Krožna pot Od Jakoba do Jakoba, 3.3 Družbena omrežja, 4.3 Medgeneracijsko povezovanje, 4.4 Certifikat »Lokalno je zdravo«	2027–2028
DOLGOROČNA <i>(večji vložki, partnerstva)</i>	1.3 Razgledni stolp Stari Grad, 1.4 SUP & kajak center, 1.5 Ureditev priobalnih pasov, 1.6 Mokrišče Hraše, 2.4 Kulinarčni paketi, 2.5 Butične prenočitvene kapacitete, 3.4 Mobilna aplikacija, 3.5 QR kode, 4.5 Skupni turistični paketi, 4.6 Usposabljanje	2028–2030

5. IMPLEMENTACIJA IN FINANČNI OKVIR

Uspešna implementacija strategije zahteva jasno opredelitev odgovornosti, časovni načrt izvedbe ter realne vire financiranja. V tem poglavju so opredeljeni ključni elementi za operativno izvedbo strategije v obdobju 2026–2030.

5.1 Upravljavska struktura

Za koordinacijo izvajanja strategije se vzpostavi tripartitna struktura z jasno opredeljenimi vlogami:

RAVEN	SUBJEKT	VLOGA IN ODGOVORNOSTI
STRATEŠKA	Občina Medvode (župan, občinska uprava)	Sprejemanje strateških odločitev, zagotavljanje proračunskih sredstev, politična podpora, povezovanje z regijo in državo, nadzor nad izvajanjem.
OPERATIVNA	JZSM	Koordinacija izvajanja ukrepov, priprava projektnih vlog za razpise, upravljanje platforme Visit Medvode, vodenje letnih srečanj deležnikov, poročanje.
IZVEDBENA	TZM, turistična društva kulturno – umetniška društva, PD Medvode, ponudniki, kmetije	Izvedba posameznih projektov in aktivnosti, sodelovanje pri promociji, soustvarjanje turističnih produktov, prispevek lastnih virov.

Koordinacijski odbor: Za spremljanje izvajanja strategije se ustanovi Koordinacijski odbor za turizem, ki ga sestavljajo predstavniki Občine Medvode, JZSM, TZM in 2 predstavnika ponudnikov. Odbor se sestaja polletno ter pripravlja letno poročilo o napredku.

5.2 Časovni načrt izvedbe 2026–2030

Projekti so razporejeni v petletno obdobje glede na prioriteto, pripravljenost in razpoložljivost virov financiranja:

LETO	FOKUS	KLJUČNI PROJEKTI	MEJNIKI
2026	Temelji in identiteta	Promocijska znamka Visit Medvode, Platforma visitmedvode.si, Koordinacijski sestanki, Priprava vlog za LAS	Zagon platforme (Q3), Promocijska znamka (Q2)
2027	Infrastruktura in mobilnost	Krožna pot Zbiljsko jezero, E-kolesarska mreža (2. faza), Digitalni informacijski zasloni, Označevanje pešpoti	Odprtje krožne poti (Q2), nova postajališča e-koles (Q3)
2028	Produkti in doživetja	Krožna pot Od Jakoba do Jakoba, Plaža Sora, Kulinarični paketi, Certifikat »Lokalno je zdravo«, bolje vodena družbena omrežja	4 kulinarični paketi (Q2), 5 certificiranih ponudnikov (Q4)
2029	Nadgradnja in inovacije	Razgledni stolp Stari Grad, Mobilna aplikacija, QR kode, Medgeneracijsko povezovanje, Usposabljanja	Slavnostno odprtje stolpa (Q2), Aplikacija prisotna v »trgovinah« (Q3)
2030	Konsolidacija in rast	SUP & kajak center, Ureditev priobalnih pasov, Prenositvene kapacitete, Skupni turistični paketi	Evalvacija strategije (Q4), Priprava nove strategije 2030+

5.3 Finančni okvir

Financiranje temelji na kombinaciji javnih in zasebnih virov:

VIR FINANCIRANJA	OPIS IN PRIMERNI UKREPI
Razpisi za lokalni razvoj (EKSRP, ESRR)	Sofinanciranje do 85% za projekte trajnostnega turizma, digitalizacije, socialne vključenosti. Primerni: krožna pot, e-kolesa, platforma, informacijski zasloni, dostopnost.
Občinski proračun	Lastna sredstva za sofinanciranje razpisov, manjše investicije, operativne stroške koordinacije, vzdrževanje infrastrukture.
Državni razpisi (MGTŠ, MOP)	Razpisi za promocijo turizma, usposabljanje, digitalizacijo, varstvo narave. Primerni: promocijski materiali, usposabljanja, priobalni pasovi.
Zasebna vlaganja	Investicije ponudnikov v lastne kapacitete, partnerstva z zasebnim sektorjem (e-kolesa, SUP center, glamping).
Drugi viri	Sponzorstva, donacije, članarine, prihodki od takse, čezmejni programi (Interreg).

Poleg navedenih virov se v obdobju 2026 – 2030 pričakuje več novih evropskih razpisov, na katere se bo občina Medvode skupaj z lokalnimi deležniki aktivno prijavljala. Zlasti se pričakujejo razpisi v okviru programov Interreg, LIFE, Erasmus+, Obzorje Evropa ter kohezijskih skladov naslednjega programskega obdobja. Vsi ti viri predstavljajo dodatne priložnosti za sofinanciranje projektov s področja trajnostnega turizma, digitalizacije, kulturne dediščine in zelene mobilnosti. Občina bo v ta namen sproti spremljala aktualne razpisne pogoje in skrbela za pravočasno pripravo kakovostnih prijav.

5.4 Okvirne ocene stroškov po projektih

Skupna vrednost vseh petindvajsetih projektov, razporejenih v 4 strateške stebre, se giblje v razponu med 1,2 in 1,5 milijona eurov za celotno štiriletno obdobje 2026–2030. Gre za obseg, primerljiv z ambicioznimi, a izvedljivimi strategijami lokalnega razvoja v podobnih slovenskih občinah, ki so v preteklih programskih obdobjih uspešno kandidirale na razpisih LAS.

Največji delež sredstev je namenjen **Stebru 1** – Naravna in kulturna dediščina, ki zajema najpomembnejše infrastrukturne projekte: krožno pot okoli Zbiljskega jezera, ureditev plaže Sora, razgledni stolp Stari Grad, SUP & kajak center ter ureditev priobalnih pasov. Ti projekti so financirani iz kombinacije razpisov za lokalni razvoj, občinskega proračuna, okoljskih skladov in zasebnih vlaganj – slednji so predvideni zlasti tam, kjer projekt ustvarja neposredne prihodke za investitorja.

Steber 2 – Trajnostna mobilnost zajema projekte srednjega obsega: e-kolesarsko mrežo, označevanje pešpoti, krožno pot Od Jakoba do Jakoba, kulinarčne pakete in podporo prenočitvenim kapacitetam. Financiranje je razpršeno med razpisi za lokalni razvoj, Občino in specifičnimi partnerji – prevoznemu operaterju pri e-kolesih, planinski organizaciji pri urejanju poti, župniji in JZSM pri poti OJDJ.

Steber 3 – Digitalizacija obsega projekte manjšega posamičnega obsega, ki pa skupaj tvorijo ključno infrastrukturo za promocijo destinacije: platformo Visit Medvode, digitalne info zaslone, mobilno aplikacijo, upravljanje družbenih omrežij in QR kode. Primarni vir so razpisi za lokalni razvoj, JZSM pa nastopa kot izvajalec pri vseh.

Steber 4 – Povezovanje zajema najmanjše projekte po vrednosti, a z dolgoročnim učinkom: blagovno znamko Visit Medvode, koordinacijske sestanke, medgeneracijsko sodelovanje, certifikat Lokalno je zdravo, skupne turistične pakete in letna usposabljanja ponudnikov. Financirani so iz razpisov za socialno vključenost, sredstev JZSM in Občine ter v partnerstvu z Gospodarsko zbornico.

Skupna slika kaže, da strategija ni odvisna od enega samega vira: infrastrukturne projekte pokrivajo razpisi za lokalni razvoj in občinski proračun, digitalni projekti so primarno razpisni, zasebna vlaganja nastopijo tam, kjer je tržni potencial dovolj jasen, okoljski in nacionalni skladi pa dopolnjujejo financiranje pri projektih z izraženo okoljsko ali socialno komponento. Takšna razpršenost virov zmanjšuje tveganje, da bi neuspeh pri posameznem razpisu ohromil celoten načrt.

Spodaj je pregled projektov ter potencialnih virov financiranja. Dejanske vrednosti bodo določene v fazi priprave projektne dokumentacije:

PROJEKT	PRIMARNI VIR
STEBER 1: NARAVNA IN KULTURNA DEDIŠČINA	
1.1 Krožna pot Zbiljsko jezero	Občina, evropska sredstva, okoljski sklad
1.2 Plaža Sora – ureditev	Občina, paticipativni proračun
1.3 Razgledni stolp Stari Grad	Občina, sponzorstva, Ministrstvo za kulturo
1.4 SUP & kajak center	Zasebni investitor
1.5 Ureditev priobalnih pasov	Občina, okoljski skladi
STEBER 2: TRAJNOSTNA MOBILNOST	
2.1 E-kolesarska mreža (3 postaje)	Nomago, ostali ponudniki
2.2 Označevanje pešpoti (10 poti)	Občina, PZS, PD
2.3 Krožna pot Od Jakoba do Jakoba	Občina, JZSM, Župnija
2.4 Kulinarčni paketi (razvoj)	Ponudniki
2.5 Prenočitvene kapacitete (podpora)	Občina, SPOT
STEBER 3: DIGITALIZACIJA	
3.1 Platforma Visit Medvode	LAS (ESRR), JZSM
3.2 Digitalni informacijski zasloni (5x)	LAS (ESRR), Občina, JZSM
3.3 Družbena omrežja (letno)	JZSM
3.4 Mobilna aplikacija	JZSM, zasebni investitor
3.5 QR kode (30+ lokacij)	Občina, JZSM
STEBER 4: POVEZOVANJE	
4.1 Promocijska znamka Visit Medvode	JZSM, Občina
4.2 Koordinacijski sestanki (letno)	JZSM
4.3 Medgeneracijsko povezovanje	LAS (socialna vključenost), JZSM
4.4 Certifikat »Lokalno je zdravo«	LAS, Občina
4.5 Skupni turistični paketi	JZSM, ponudniki
4.6 Usposabljanje ponudnikov (letno)	GZS, LAS, JZSM

5.5 Spremljanje in evalvacija

Sistem spremljanja temelji na rednem zbiranju podatkov in periodičnem vrednotenju napredka:

AKTIVNOST	POGOSTOST	ODGOVORNI	VSEBINA
Zbiranje podatkov za KPI	Četrtletno	JZSM	Vnos vrednosti kazalnikov v evidenco, primerjava s cilji
Sestanek Koordinacijskega odbora	Polletno	Občina, JZSM	Pregled napredka, reševanje izzivov, prilagajanje aktivnosti
Letno poročilo o izvajanju	Letno (dec.)	JZSM	Povzetek dosežkov, odstopanja, priporočila, predstavitev Občinskemu svetu
Vmesna evalvacija	2028	Zunanji evalvator	Ocena učinkovitosti, relevantnosti, priporočila za nadaljnji dve leti
Končna evalvacija	2030 (Q4)	Zunanji evalvator	Celovita ocena strategije, podlaga za novo strategijo 2031+

5.6 Tveganja in blažitev

Identificirana so ključna tveganja, ki lahko ogrozijo uspešno izvajanje strategije:

TVEGANJE	VERJETNOST	VPLIV	UKREPI ZA BLAŽITEV
Neuspešne vloge na razpisih LAS	Srednja	Visok	Skrbna priprava vlog, zgodnje usklajevanje z LAS pisarno, priprava rezervnih projektov
Pomanjkanje kadrov za koordinacijo	Srednja	Srednji	Zagotovitev stabilnega financiranja JZSM, jasna opredelitev nalog
Nizka angažiranost deležnikov	Srednja	Srednji	Redna komunikacija, vključevanje v odločanje, transparentnost, predstavitev koristi
Zamude pri infrastrukturnih projektih	Srednja	Srednji	Zgodnji začetek priprave dokumentacije, fleksibilna časovnica, fazno načrtovana izvedba
Spremembe zunanjih pogojev (krize, zakonodaja)	Velika	Visok	Spremljanje okolja, prožnost strategije, scenarijski pristop

5.7 Zaključek

Strategija razvoja turizma v občini Medvode za obdobje 2026–2030 predstavlja celovit okvir za sistematičen, trajnosten in participativen razvoj turistične ponudbe. Z jasno vizijo »Zelena vrata glavnega mesta«, štirimi strateškimi stebri in 21 konkretnimi projekti (ukrepi) so postavljeni temelji za preobrazbo občine v prepoznavno butično destinacijo.

Oba procesa deležnikov in prebivalcev — javna anketa (332 odgovorov) in strateška delavnica z deležniki (30+ udeležencev, januar 2026) — sta neodvisno prišla do **usklajenih zaključkov**, ki tvorijo trdno empirično osnovo za strateški razvoj turizma:

- **Zbiljsko jezero je osrednji razvojni potencial.** 76 % anketirancev ga prepozna kot ključno turistično točko; delavnica ga uvršča med prve tri prioritete razvoja. Dokončna ureditev priobalnega pasu in razvoj vodnih aktivnosti ni le želja — je **konsenz javnosti in stroke**.
- **Ureditev ustrezne infrastrukture je nesporna prioriteta.** 49 % anketirancev jo navaja kot največjo oviro pri razvoju turizma delavnica je konkretizirala problem: označitev poti, »pitniki« ob poti, parkirišča, dostopnost jezera, servisne točke za kolesarje. Brez osnovne infrastrukture vizija ne zaživi.
- **Digitalizacija in promocija sta zaostali za potencialom.** 56 % javnosti iščejo informacije na družbenih omrežjih, a Medvode so tam slabo prisotne. Delavnica je to potrdila z diagnozo šibke prisotnosti in pomanjkanja informacij tako za goste kot za domačine.
- **Ključni izziv človeških virov: mladi in povezanost.** Delavnica je odkrila tveganje, ki ga anketa ne more izmeriti: brez podmladka v društvih in brez systemske koordinacije med deležniki bo turistični ekosistem Medvod dolgoročno izgubil svoj namen .

Ključ do uspeha je sodelovanje vseh deležnikov – od občine, preko javnega zavoda in turističnih društev, do posameznih ponudnikov in lokalnih prebivalcev. Le skupaj lahko uresničimo vizijo destinacije, kjer vlada simbioza med naravo in človekom, med tradicijo in inovacijo.

Cilj sprejetja strategije je, da bo občina Medvode postala turistom prijazno in naklonjeno mesto, prepoznavno v regiji in državi. Skozi strategijo se bo turizem razvijal kot gospodarska panoga in vir zaslužka za številne občane, zaradi vračanja v razvoj in olepševanje okolja pa bodo imeli korist vsi, ki v občini Medvode živijo.

»*Lokalno je zdravo*« – ta slogan naj bo vodilo pri vseh naših prizadevanjih za razvoj turizma, ki bo prinašal koristi lokalni skupnosti, ohranjal naravo in navduševal obiskovalce.