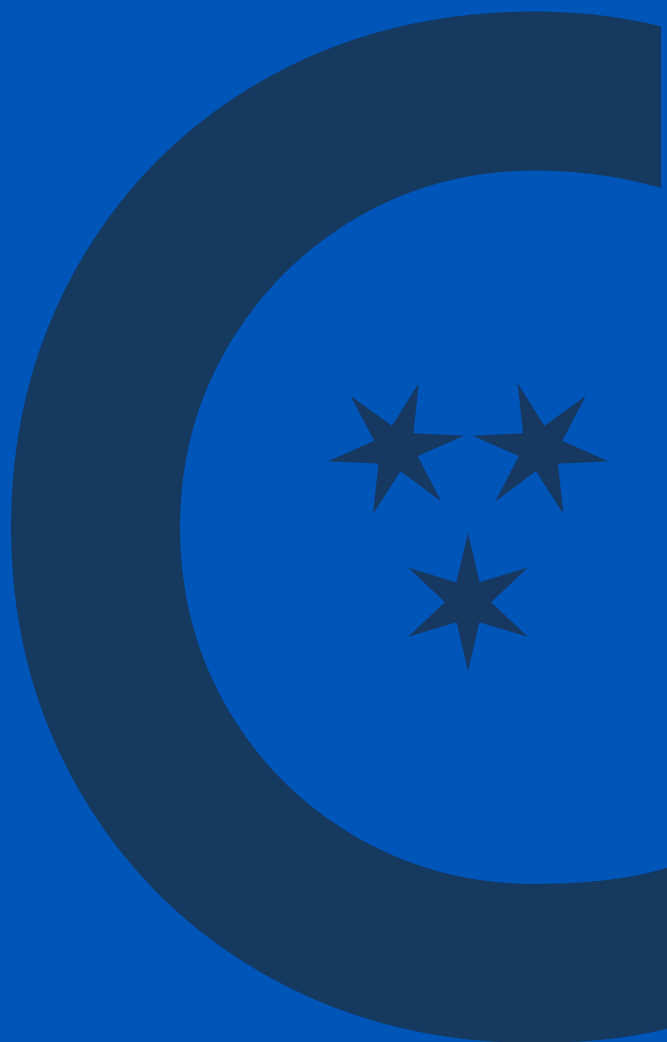


CELOSTNI AKCIJSKI NAČRT

Cities@Heart



Kazalo

1. Uvodna beseda	4
2. Cities@Heart	6
3. Zakaj celostni akcijski načrt (CAN)?	7
4. Kontekst, potrebe, vizija	8
4.1. Kontekst	8
4.2. Relevantne obstoječe strategije	9
4.3. Identifikacija problemov z lokalnimi deležniki in s strani lokalnih deležnikov	13
4.3.1. Proces	13
4.3.2. Seznam deležnikov lokalne skupine URBACT, zemljevid ekosistema in analiza	15
4.3.3. Glavni izzivi integracije	16
4.4. Lokalni izziv	17
4.5. Pilotne aktivnosti	19
4.6. Vizija in osredotočenost CAN	21
5. Splošna logika in celostni pristop	22
5.1. Logika ukrepanja	23
Področje ukrepanja A – Gospodarske dejavnosti	26
Področje ukrepanja B – Javni prostor	27
Področje ukrepanja C – Podatkovno podprto upravljanje mestnega središča	27
6. Razdelan akcijski načrt	28
6.1. Cilji in ključne aktivnosti	28
A Gospodarske dejavnosti	29
A1 Kartiranje praznih poslovnih prostorov v središču mesta	29
A2 Kartiranje zainteresiranih subjektov za opravljanje dejavnosti v mestnem središču	30
A3 Javni razpis za finančno in mentorsko podporo	31
A4 Motiviranje podjetij za zunanje/skupne aktivnosti	32
A5 Skupne PR in marketinške aktivnosti novih podjetij	33
A6 Enostranska predstavitev (one-pager) in nalepka z relevantnimi informacijami za ponudnike	34
A7 Namenska oseba za iskanje manjkajoče ponudbe in vsebin	35

B Javni prostor.....	36
B1 Kartiranje obstoječih dejavnosti in prepoznavanje manjkajočih	36
B2 Načrtovanje prenove ulic skladno z zaznanimi potrebami.....	37
C Podatkovno podprto upravljanje mestnega središča	38
C1 Vzpostavitev multidisciplinarne ekipe	38
C2 Merjenje vročih točk s števci pešcev	39
6.2. Izvajalski okvir	40
1. Vloge in odgovornosti ključnih deležnikov	40
2. Mehanizmi upravljanja in koordinacije.....	41
3. Spremljanje in trajnost	41
6.3. Viri.....	42
1. Potrebni viri	42
2. Inovativne finančne rešitve	42
3. Potencialni viri financiranja	43
6.4. Analiza tveganj.....	44
A Gospodarske dejavnosti.....	44
B Javni prostor	45
C Podatkovno podprto upravljanje mestnega središča.....	45
7. Priloge	46

1.

Uvodna beseda



Matija Kovač
Župan Mestne občine Celje

V Celju verjamemo, da je mestno središče več kot geografski ali gospodarski prostor – je srce urbanega življenja, kolektivnega spomina in prihodnjega potenciala. Ko se naša mesta razvijajo – in z njimi načini, kako ljudje živijo, nakupujejo, se premikajo in povezujemo – se moramo uprati, kako mestna središča narediti živahna, relevantna in vključujoča za vse generacije.

Mestna občina Celje je ponosna, da je del mreže Cities@Heart, kjer skupaj s podobno mislečimi evropskimi mesti premišljujemo vlogo našega mestnega jedra. V okviru tega sodelovanja se zavezujemo krepitvi sodelovanja s skupnostjo ter spodbujanju inovativnih in ustvarjalnih načinov rabe urbanega prostora.

Naš celostni akcijski načrt (CAN) je usmerjen v aktiviranje pritličnih prostorov z raznolikimi, visokokakovostnimi vsebinami in poslovnimi idejami, ki ljudi ponovno vabijo v središče mesta – da tu živijo, ustvarjajo in se srečujejo. S štirimi strateškimi cilji in tremi jasnimi področji ukrepanja – gospodarske dejavnosti, javni prostor in pametna uporaba podatkov – želimo s soustvarjanjem sprostiti ves potencial našega mestnega jedra.

Zavedamo se, da sprememba ni mogoče vsiliti od zgoraj; te moramo soustvariti skupaj s skupnostjo. Zato naš pristop vključuje poslušanje občanov, opolnomočenje kulturnih in kreativnih akterjev ter uporabo podatkov pri odločanju in vrednotenju politik.

Celje je pripravljeno učiti se, deliti znanje in voditi pri gradnji mestnega središča, ki odraža ne le našo dediščino, temveč tudi naše ambicije. Hvaležni smo programu URBACT in našim projektnim partnerjem za priložnost, da to pot prehodimo skupaj – kot mesta s srcem.



2. Cities@ Heart

Cities@Heart združuje deset evropskih mest z raznolikimi profili, a s skupno vizijo: mestno središče kot vključujočo, uravnoteženo in živahno urbano oazo – vse, za vsakogar, ves čas. Mestna središča, ki so bila nekoč utripajoče srce družabnega življenja, ustvarjalnosti in izmenjave, so v mnogih mestih izgubila svojo vitalnost, saj so trgovski centri prevzeli vlogo prostora za nakupovanje, preživljanje prostega časa in druženja.

Da bi obrnili ta trend, projekt uvaja celostni in integrirani pristop, ki združuje podatke, skupno metodologijo ter strokovna znanja z različnih področij – od upravljanja in vključevanja prebivalcev do digitalnih inovacij in prilagajanja na podnebne spremembe. Resnične spremembe zahtevajo sodelovanje številnih akterjev – prebivalcev, lokalnih organizacij, strokovnjakov in mestnih uprav.

Če želimo, da mestna središča ponovno prevzamejo svojo osrednjo vlogo, morajo ponuditi bogato in raznoliko paletu doživetij – prostore za srečevanje, nakupovanje, učenje, igro, delo in sprostitev.

Cities@Heart utira pot mestnim središčem, ki so dobrodošla, zdrava, dinamična – in resnično odprta za vse.

Cities@Heart (C@H) vodi Metropolitansko območje Velikega Pariza, skupaj s Celjem pa v projektu sodeluje še osem partnerjev, ki predstavljajo različne teritorialne, demografske in socioekonomske značilnosti: Cesena (Italija), Granada (Španija), Osijek (Hrvaška), Lamia (ki jo zastopa organizacija za poslovni razvoj Amfiktyonies iz Grčije), Fleurus (Belgija), Sligo (Irska), Krakov (ki ga zastopa Združenje Metropolita Krakov na Poljskem) ter medobčinsko območje med Guimarãesom, Brago, Famalicãom in Barcelošem (Združenje Quadrilátero Urbano, Portugalska).

Celje v mrežo vnaša perspektivo srednje velikega zgodovinskega mesta, ki je že oblikovalo več politik ter izvedlo številne ukrepe za oživljanje mestnega jedra. S svojimi izkušnjami na področju upravljanja mesta, programi kulture in sodelovanja z deležniki Celje deluje kot živi laboratorij, kjer se preizkušeni ukrepi – dogodki, marketinške kampanje, regulacija praznih prostorov – povezujejo z novimi, inovativnimi pristopi. Njegova vloga je prikazati, kako lahko mesto z bogato dediščino in proaktivnim upravljanjem uspešno izvaja politike, usmerjene v prenavo in revitalizacijo mestnega središča.

Z zbiranjem relevantnih kazalnikov in uporabo skupne metodologije si mreža prizadeva oblikovati celosten politični okvir za trajne in smiselne spremembe v srcu mesta. Cities@Heart v tesnem sodelovanju z lokalnimi deležniki in uporabniki razvija orodja, ki ustvarjajo mesta, v katerih ljudje živijo zadovoljno, zdravo in harmonično.

Celjsko mestno središče je na razpotju. Kljub svoji zgodovinski vrednosti, kompaktni strukturi in kulturni živahnosti se staro mestno jedro sooča z jasnimi izzivi: premalo izkoriščenimi javnimi površinami, trgovsko stagnacijo, starajočo se populacijo ter konkurenco nakupovalnih središč na obrobju.

Da bi te izzive naslovili celovito, Celje v okviru URBACT mreže Cities@Heart pripravlja **celostni akcijski načrt (CAN)**, ki predstavlja strateški, v prihodnost usmerjen odgovor – utemeljen na realnih podatkih, potrebah skupnosti in izkušnjah iz sodelovanja z evropskimi partnerji.

Mesto Celje pristopa k temu delu, ker ima mestno središče izjemen potencial – CAN pa je način, kako ga lahko odpremo in razvijemo skupaj. V preteklih letih smo preizkusili številne dobre prakse: dogodki, ukrepi na področju mobilnosti, podpora trgovcem in začasno rabo prostorov. Zdaj želimo te napore povezati v skupno, usklajeno pot – s jasno vizijo in močnejšo koordinacijo. Namesto posameznih, kratkotrajnih projektov CAN omogoča povezovanje obstoječih uspešnih ukrepov, zapolnjevanje vrzeli ter usmerjanje energije tja, kjer lahko najbolj izboljšamo vsakdanje življenje v starem mestnem jedru.

Mestno središče je srce Celja – prostor za življenje, srečevanje, ustvarjanje in poslovanje. Z CAN želi Mestna občina Celje prebivalcem, trgovcem, lastnikom in obiskovalcem zagotoviti več stabilnosti in zaupanja: jasnejše prioritete, preglednejše odločitve ter okvir, ki presega posamezne mandate in obdobja financiranja. Hkrati CAN predstavlja tudi “most” v naslednji cikel: pripravlja in vzpostavlja proces oblikovanja nove celovite strategije mestnega jedra, ki temelji na praktičnih izkušnjah in dogovorjenih prioritetah.

CAN je tudi učno orodje. Z zastavljanjem ciljev, zbiranjem podatkov in izmenjavo izkušenj z drugimi partnerji Cities@Heart lahko Celje prepozna, kaj deluje, izboljša tisto, kar ne deluje, in se pametneje prilagodi prihodnjim spremembam. V tem smislu celostni akcijski načrt ni le tehnični dokument – je pozitivna zaveza in prvi korak v nov strateški cikel za celjsko mestno središče kot živi, spreminjajoči se prostor za ljudi – danes in v prihodnjih letih.

3. Zakaj celostni akcijski načrt (CAN)?

4.

Kontekst, potrebe, vizija

4.1. Kontekst

Mestna občina Celje, ki leži v osrednje-vzhodni Sloveniji, je četrto največje mesto v državi in pomembno regionalno središče. Ob Savinji se stično povezuje kompaktno zgodovinsko jedro pod Starim gradom z bolj razpršenimi stanovanjskimi in industrijskimi območji na obrobju. Zaradi dobrih cestnih in železniških povezav je Celje pomembna dnevna destinacija za delovne migrante, dijake, študente ter obiskovalce iz okoliških občin.



Celje ima 48.776 prebivalcev, povprečna gostota naseljenosti pa znaša 513,4 prebivalca na km². Mestno središče se od preostalega dela mesta bistveno razlikuje – tu je gostota kar 7.351,1 prebivalca na km², na zelo kompaktni površini pa živi približno 3.149 prebivalcev. Celjska populacija se stara: 22 % prebivalcev je starejših od 65 let, 14 % pa mlajših od 14 let. V mestnem središču je demografska slika nekoliko mlajša, saj starejši predstavljajo 18 % prebivalstva.

V mestnem jedru so zbrani ključni javni in upravni programi (šole, vrtci, sodišča, občinske in državne institucije) ter osrednje kulturno dogajanje. Prireditve, kot sta »Poletje v Celju« in »Pravljico Celje«, oživljajo ulice in trge ter pomagajo utrjevati staro mestno jedro kot kulturno in praznično stičišče. Celje je prejelo tudi naziv **Evropsko božično mesto 2025** v kategoriji mest do 100.000 prebivalcev.

Kljub temu se mesto sooča z izrazitimi strukturnimi izzivi. Nakupovalni centri na obrobju in rast spletne prodaje sta zmanjšala obseg vsakodnevnih nakupov v mestnem jedru, kar je povzročilo zapiranje manjših trgovin in pomanjkanje komercialne raznolikosti, zlasti na področju občasnih in specializiranih nakupov. To zmanjšuje ponudbo za potrošnike in slabi privlačnost mestnega jedra za širši krog obiskovalcev. Približno 10 % pritličnih poslovnih prostorov ob glavnih ulicah ostaja praznih, kar je pogosto posledica visokih najemnin ter nerešenih lastniških razmerij, povezanih z nedokončanim denacionalizacijskim postopkom iz obdobja nekdanje Jugoslavije. To otežuje ponovno aktivacijo prostorov in upočasnjuje trgovsko revitalizacijo.

Na področju mobilnosti je občina že izvedla več ukrepov – pešcone, območja skupnega prometnega prostora, izboljšani javni prevoz in kolesarsko infrastrukturo – vendar odvisnost od avtomobila in občutek pomanjkanja parkirišč še vedno vplivata na to, kako prebivalci in obiskovalci uporabljajo (ali se izogibajo) zgodovinsko središče v vsakdanjem življenju.

4.2. Relevantne obstoječe strategije

Povezovanje med lokalnimi in nacionalnimi strategijami

Čeprav na nacionalni ravni trenutno ne obstajajo posebne strategije za revitalizacijo mestnih središč, ponuja mehanizem Celostnih teritorialnih naložb (CTN) priporočila za prenovu urbanega tkiva.

Strategija prostorskega razvoja Slovenije 2050 ugotavlja, da se prebivalci ter poslovne in storitvene dejavnosti selijo na obrobje mest, kar spodbuja gradnjo nakupovalnih središč. Posledično se zmanjšuje pomen mestnih jeder, slabša se oskrba prebivalcev s storitvami, povečuje se promet osebnih vozil, nastajajo prometni zastoji, obenem pa se izgublja kmetijsko zemljišče narobovih naselij. Kljub jasnemu prepoznavanju problema strategija – podobno kot drugi nacionalni dokumenti – tega izziva ne obravnava neposredno, saj je njeno glavno izhodišče krepitev policentričnega urbanega sistema ter delitev in dopolnjevanje funkcij med središči in drugimi naselji. Dokument tako podaja usmeritve za razvoj policentričnega sistema, ne pa konkretnih smernic za razvoj mestnih središč, čeprav njihov upad jasno izpostavlja kot izziv.

Regionalni razvojni program Savinjske regije 2021–2027 te teme prav tako ne obravnava neposredno. Vendar navaja projekte, med katerimi je v okviru Cilja 1 »Pametna Savinjska regija« predvidena revitalizacija starega mestnega jedra Laškega, obnova komunalne infrastrukture v starem jedru Celja ter prenova več vaških središč.

Na lokalni ravni ima Celje veljavni **prostorski akt**, ki določa rabe prostora v mestnem središču. Velja od leta 1986 in je bil večkrat dopolnjen, da bi se prilagodil novim prostorskim izzivom. Regulativni del akta se večinoma osredotoča na varstvo kulturne dediščine.

Mestni svet je v zadnjih letih potrdil več tematskih strategij in politik, ki pomembno vplivajo na razvoj mestnega jedra.

Javni razpis za dodelitev pomoči za razvoj gospodarstva v Mestni občini Celje

Obravnava subvencioniranje zaposlovanja, podaljševanja odpiralnega časa, najemnin, izboljšanja turistične infrastrukture in urbane opreme itd. Predstavlja pomemben ukrep za podporo ponudnikom v mestnem jedru.

https://moc.celje.si/images/Datoteke/JAVNI_RAZPISI/2024/09-september/spodbujanje-gospodarstva-2024/razpis.pdf

Javni razpis za sofinanciranje obnove stavb in sakralne dediščine v Mestni občini Celje

Od leta 2014 Mestna občina Celje prek tega razpisa sofinancira obnovo fasad in streh v mestnem jedru v višini 50 % investicije. Prednost imajo poslovni subjekti, lastniki spomeniško zaščitene stavb in sakralne dediščine. V zadnjih devetih letih je bilo skozi razpis prenovljenih 45 objektov.

https://moc.celje.si/images/Datoteke/JAVNI_RAZPISI/2024/03-marec/javni-razpis-sofinanciranje-obnova-staub-sakralne-dediscine/RAZPISNA-DOKUMENTACIJA.pdf

<https://moc.celje.si/zakljuceni-projekti?start=36>

Strategija razvoja starega mestnega jedra Celja

V Celju se je uvajanje upravljanja z mestom začelo leta 2012 z imenovanjem mestnega menedžerja v Kabinetu župana. Leta 2015 je bila sprejeta Strategija razvoja starega mestnega jedra Celja, ki se od takrat izvaja skozi številne dogodke, kampanje in festivale, namenjene promociji ter povezovanju lokalnih ponudnikov in trgovcev. Leta 2017 je vodenje mestnega jedra prevzel Zavod Celeia Celje, ki danes večino aktivnosti za revitalizacijo izvaja v sodelovanju z Mestno občino Celje.

Nova, celovita strategija mestnega jedra bo pripravljena v letih 2026–2027, pri čemer bo ta CAN eno izmed podpornih izhodišč.

https://moc.celje.si/images/Projekti_v_teku/smj/Strategija_razvoja_SMJ_30_1_2015.pdf

Odlok o določitvi območij oziroma objektov v Mestni občini Celje, na katerih se izvajajo vzdrževalna dela

S tem odlokom Mestna občina Celje določa območja oziroma objekte, kjer se izvajajo vzdrževalna dela in ukrepi za zagotavljanje urejenega zunanega videza mesta in drugih naselij v občini.

<https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/usebina/11548>

Odlok o uporabi javnih površin

Gostinske terase v mestnem jedru Celja ureja Odlok o uporabi javnih površin. Ta določa, kakšni so lahko elementi za senčenje na gostinskih vrtovih, kako se lahko namestijo cvetlična korita, da terasa ne sme biti ograjena in da mora ob njej ostati dovolj prostora za nemoten prehod pešcev. Na ta način občina zagotavlja enotno ureditev gostinskih vrtov in preprečuje, da bi te ovirale gibanje ali druge načine uporabe javnega prostora.

https://moc.celje.si/images/Datoteke/NPB_MOC/NPB_OOPK/JAVNE_POVRSINE/2022_02_01_NPB.pdf

Odlok o oglaševanju

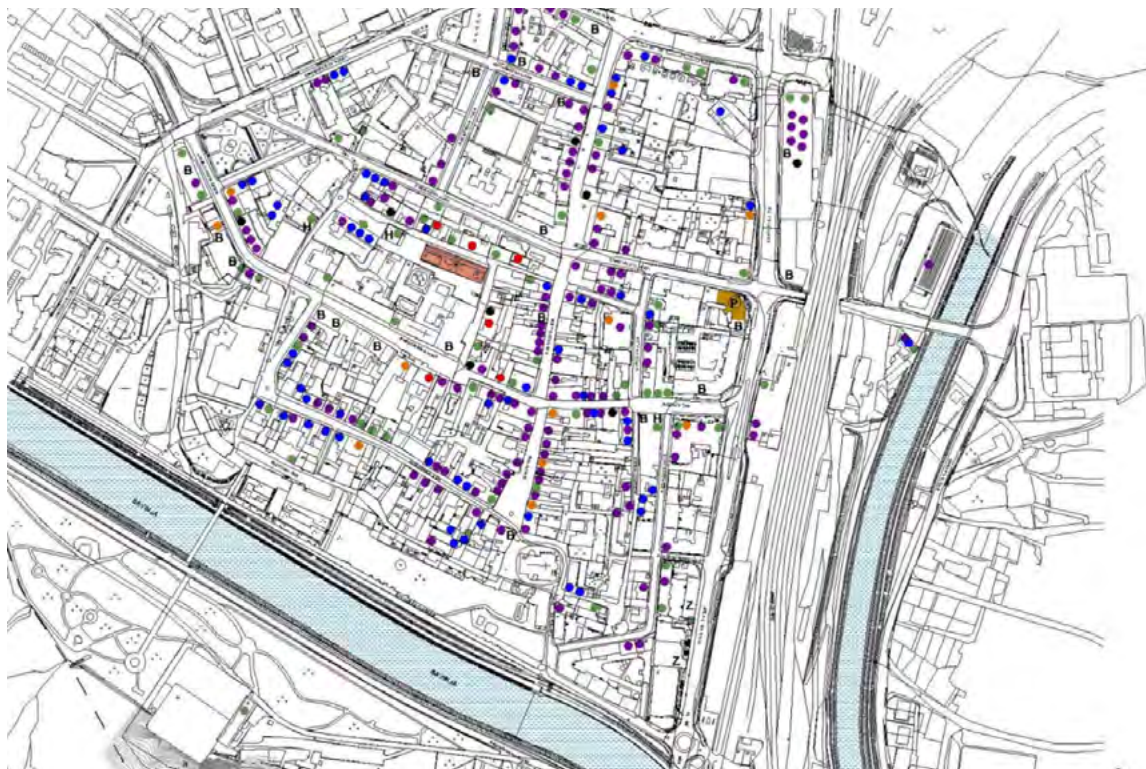
Oglaševanje v javnem prostoru je v Mestni občini Celje urejeno z Odlokom o oglaševanju, ki posebej določa pravila za območje starega mestnega jedra.

Odlok omejuje objekte in naprave, ki se lahko uporabljajo za oglaševanje – dovoljeni so le obstoječi plakatni stebri in premični ulični panoji, pri čemer je tudi njihova uporaba omejena. Posamezna poslovna enota lahko uporablja le en pano, in to zgolj ob odprtju dejavnosti ali ob posebnih priložnostih. Oglaševanje na fasadah je dovoljeno le pod pogoji, ki jih določi pristojni organ za varstvo kulturne dediščine, in le, če fasada ni arhitekturno členjena. Oglaševanje na javnih tleh ter na konstrukcijskih elementih javne infrastrukture je dovoljeno izključno za potrebe kulturnih in drugih javnih dogodkov ter le za omejen čas. Druge, bolj vsiljive oblike oglaševanja – denimo svetlobni prikazi – niso dovoljene.

https://moc.celje.si/images/akti/Odlok_o_oglasovanju_v_MOC_NPB1_15_5_2014.pdf

Strokovne podlage za projekt urbanizacije starega mestnega jedra Celja

<https://drive.google.com/file/d/1oodWBxkhcKmtUYquwzMyD6ERjahLsWf3/view?usp=sharing>





Mariborska cesta



Ljubljanska cesta



Prešernova ulica



Gosposka ulica

Celostna prometna strategija Mestne občine Celje

Celostna prometna strategija je usmerjena v trajnostno mobilnost, zmanjševanje škodljivih vplivov prometa na okolje, izboljšanje kakovosti življenja, večjo mobilnost in dostopnost ter v izboljšanje celostne podobe občine. Obravnava vsa področja, ki so pomembna tudi za mestno središče: javni potniški promet, uvedbo sistema »parkiraj in se pelji«, povečanje uporabe kolesarjenja in hoje, učinkovitejšo rabo obstoječih prometnih koridorjev ter optimizacijo obstoječih parkirišč.

https://moc.celje.si/images/Projekti_v_teku/CPS/publikacija-CPS-CE-low-res.pdf

Odlok o nadomestilu za uporabo stavbnega zemljišča v Mestni občini Celje

Odlok o nadomestilu za uporabo stavbnega zemljišča v Mestni občini Celje je pomemben dokument v kontekstu praznih poslovnih prostorov v mestnem jedru. Ne določa le višine nadomestila za uporabo stavbnega zemljišča, temveč vključuje tudi določbe o nadomestilu za prazne poslovne prostore. Leta 2023 je bilo nadomestilo za prazne poslovne prostore zvišano na petkratnik standardne stopnje.

https://moc.celje.si/images/akti/Odlok_o_nadomestilu_za_uporabo_stavbnih_zemlji_za_obmoje_MOC_NPB2.pdf

Kontekst drugih medsebojno povezanih projektov

Nekatere aktivnosti, povezane z mestnim jedrom, se prepletajo tudi s kulturnimi in turističnimi strategijami Mestne občine Celje.

Leta 2025 je Mestna občina Celje s podporo programa EUI začela izvajati 4,5-milijonski projekt **MAG-NET**, katerega cilj je razviti Celje in Prebold kot vključujoča, sodobna in trajnostno usmerjena urbana okolja, kjer sodelovanje med prebivalci, institucijami in odločevalci prispeva k višji kakovosti življenja. Eden od petih izzivov, ki jih projekt naslavlja – in ki je posebej pomemben za ta CAN – je “**vzdušje v mestu**”.

Institucionalni kontekst

Pri pripravi in izvajanju celjskega CAN ter pri revitalizaciji mestnega jedra sodeluje več ključnih občinskih, regionalnih, kulturnih, turističnih, gospodarskih in mladinskih institucij.

Mestna občina Celje upravlja prostorsko načrtovanje, gradnjo, javne službe, okolje in področje vzgoje ter izobraževanja, hkrati pa je (so)ustanoviteljica večine nadalje navedenih institucij. RRA Savinja vodi regionalni razvoj in od leta 2025 deluje kot Regionalni center mobilnosti. Nepremičnine Celje d. o. o. upravljajo s približno 2.000 neprofitnih stanovanj in izvajajo lokalno stanovanjsko politiko. Zavod Celeia Celje skrbi za kulturo, turizem in trženje mesta. Podjetniški inkubator Savinjske regije, d.o.o. podpira mlada inovativna podjetja. Celjski mladinski center pa nudi podporo projektom in idejam mladih.

Trenutni pristop k upravljanju mestnega jedra

Revitalizacija mestnega jedra poteka po kombiniranem pristopu: na eni strani prek občinskih politik, na drugi pa z aktivacijo deležnikov. Sodelovalni model upravljanja mestnega jedra (TCM) povezuje občino, institucije, zasebni sektor in civilno družbo, pri čemer temelji na lokalni strategiji, ki je veljala do leta 2020, a je v praksi še vedno relevantna. S projektom Cities@Heart se obenem postavljajo temelji za novo strategijo.



4.3. Identifikacija problemov z lokalnimi deležniki in s strani lokalnih deležnikov

4.3.1. Proces

Prenova ULG-skupine se je izkazala za ključen mejnik, saj je omogočila bolj osredotočen in dinamičen proces vključevanja. S prilagoditvijo sestave skupine glede na potrebe opredeljenih problemov smo povečali relevantnost in uporabnost rezultatov. Uporaba interaktivnih metod, kot je Note & Vote, je dodatno okrepila učinkovitost skupine pri doseganju soglasja. Ta metodologija je zagotovila ravnotežje med vključujočnostjo, relevantnostjo in praktičnostjo ter okrepila učinkovitost ULG pri doseganju projektnih ciljev.

Na začetku procesa so deležniki skupaj razmišljali o tem, od kod sploh izhaja lokalni izziv. V začetku leta 2023 je bilo mestno jedro v javnih razpravah pogosto opisano kot "mesto duhov", čeprav se je tam že odvijalo veliko dogodkov in aktivnosti. S terenskimi ogledi, analizo razpoložljivih podatkov ter pogovori s prebivalci in podjetniki je ULG ugotovila, da je to percepcijo v veliki meri oblikoval vizualni vtis zapuščenih ali praznih pritličnih izložb ob glavnih ulicah. To je odprlo "zagonetko kokoši in jajca", ki je postala osrednja pri opredelitvi problema:

- Ali so prazne izložbe posledica prenizkega obiska mestnega jedra?
- Ali pa je pomanjkanje obiskovalcev posledica praznih in neprivlačnih izložb?

Razjasnitev tega je skupini omogočila, da se premakne od nejasnega mita o "mrtvem" mestnem jedru k natančnejšemu, skupnemu razumevanju problema, ki izhaja iz trgovske praznine in strukture ponudbe.

Pomemben del procesa so bila tudi čezmejna srečanja s partnerskimi mesti ter delavnice in predavanja v okviru programa URBACT in mreže Cities@Heart. S tem sodelovanjem smo raziskovali večrazsežnost teme, primerjali izkušnje in izzive z drugimi mesti ter se seznanili z različnimi metodologijami za načrtovanje in upravljanje mestnih središč. Proučili smo številne primere dobrih praks, kar nam je pomagalo izostriti perspektivo in osredotočiti napore predvsem na področje gospodarskega razvoja ter diverzifikacije ponudbe mestnega jedra. Ta mednarodna izmenjava je Celju omogočila, da svoja prizadevanja umesti v širši evropski kontekst in hkrati razvije rešitve, prilagojene lokalnim potrebam.

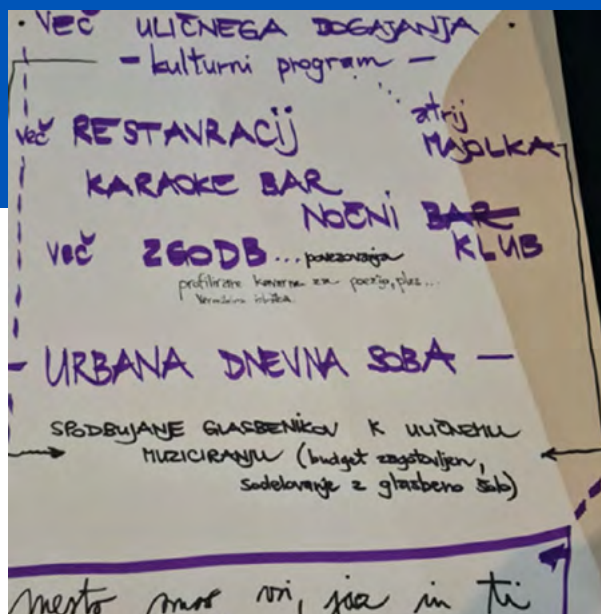


Proces je temeljil na obstoječih lokalnih strategijah in več občinskih odlokih, ki urejajo oglaševanje, uporabo javnega prostora in prazne nepremičnine. Upošteval je tudi spremenjene okoliščine ter vrsto aktivnosti – pilotnih in stalnih – s katerimi Celje že več let stremi k revitalizaciji mestnega jedra.

Na operativni ravni je bil proces CAN povezan z obstoječimi občinskimi razpisi – na primer za gospodarski razvoj in obnovo stavb – ter z dejavnostmi ključnih institucij, kot so Nepremičnine Celje d.o.o. (stanovanjska politika) in Zavod Celeia Celje (kultura in turizem).

Proces je vodila skupna vizija, oblikovana skupaj z deležniki: **“Celje – Zaželeno mesto za bivanje, delo, obiskovanje in poslovanje v vsakem trenutku.”**

Vizija združuje tradicijo in inovacije ter postavlja v ospredje vključenost in trajnost. CAN to vizijo prevaja v konkretne ukrepe na treh strateških področjih – gospodarske dejavnosti, javni prostor in pametna raba podatkov – ter vzpostavlja upravljalne, spremljevalne in finančne mehanizme, ki omogočajo izvajanje tudi po zaključku projekta URBACT.



4.3.2. Seznam deležnikov lokalne skupine URBACT, zemljevid ekosistema in analiza

Seznam deležnikov lokalne skupine URBACT (ULG)

Lokalna skupina URBACT je gonilna sila **Celostnega akcijskega načrta (CAN)** in vključuje različne deležnike, ki so ključni za izvajanje in trajnost predlaganih ukrepov. Jedrna skupina je sestavljena iz ključnih koordinacijskih članov, vključno z dvema predstavnikoma Mestne občine Celje in enim predstavnikom Zavoda Celeia Celje. ULG vključuje tudi predstavnike javnega, zasebnega in skupnostnega sektorja, da se zagotovi široka podpora.

Skupina deležnikov	Glavna vloga v mestnem središču	Ključne povezave v ekosistemu	Prispevek k CAN & izvedbi
Mestna občina Celje (urbanizem, gospodarski razvoj, mobilnost, okolje)	Strateško načrtovanje, regulacija, investicije, koordinacija	Povezuje se z vsemi ostalimi deležniki; posebej z Zavodom Celeia Celje, podjetji, prebivalci in NVO	Vodijo pripravo in izvedbo celostnega akcijskega načrta (CAN), usklajujejo ga z občinskimi strategijami, zagotavljajo vire in skrbijo za medoddelčno sodelovanje
Zavod Celeia Celje (kultura, turizem, mestni marketing)	Programiranje dogodkov, kulturna ponudba, promocija destinacije	Močne povezave z občino, podjetji, kulturnimi institucijami, mediji in obiskovalci	Soustvarjajo ukrepe, povezane z dogodki, podobo in promocijo mestnega središča; povezujejo kulturo, turizem in trgovino
Lokalna podjetja in poslovna združenja (trgovina, storitve, gostinstvo)	Vsakodnevna gospodarska dejavnost, delovna mesta, storitve za prebivalce in obiskovalce	Povezana z občino in Zavodom Celeia Celje; vsakodnevno sodelujejo s prebivalci in obiskovalci	Zagotavljajo tržne povratne informacije, preizkušajo nove koncepte, vlagajo v nove ali nadgrajene ponudbe, sodelujejo v razpisih in pilotnih akcijah za aktivacijo pritličij
Kulturne institucije in ustvarjalni sektor (javni in neodvisni)	Kulturna vsebina, ustvarjalna raba prostora, animacija javnega prostora	Povezane z Zavodom Celeia Celje, NVO, mladimi in podjetji (npr. kavarne, galerije)	Soustvarjajo programe na ulicah in trgih, pilotno preizkušajo nove uporabe praznih prostorov, pomagajo, da je središče bolj privlačno in vključujoče
Prebivalci in stanovanjske / soseske skupnosti	Vsakodnevna uporaba mestnega središča, lokalno znanje in potrebe	Povezani z občino, NVO-ji, podjetji in šolami	Nudijo povratne informacije o kakovosti življenja, podpirajo ali izzivajo predlagane ukrepe, sodelujejo v posvetovanjih in soustvarjajo manjše akcije
NVO, mladinski in podjetniški podporni organizacije	Vključevanje, inovacije, socialni projekti, podpora start-upom in mladim podjetnikom	Most med občino, prebivalci, mladimi, ranljivimi skupinami in potencialnimi novimi podjetji	Prinašajo nove ideje in uporabnike, podpirajo nove podjetnike ter pomagajo zagotoviti, da so ukrepi socialno vključujoči in dostopni
Regijske in nacionalne institucije (razvoj, dediščina, mobilnost)	Okvirne politike, financiranje, regulativa, strokovni prispevek	Povezane predvsem z občino; posredno vplivajo na vse ostale deležnike	Zagotavljajo finančne in regulativne okvire, podpirajo večje naložbe in zagotavljajo, da so lokalni ukrepi skladni s širšimi strategijami

4.3.3. Glavni izzivi integracije

Delo z deležniki in ocena integracije sta identificirala štiri glavne izzive:



Teritorialno in večnivojsko upravljanje:

omejena koordinacija z regionalnimi in nacionalnimi nivoji za vprašanja, ki očitno presegajo občinske meje (mobilnost, okolje, gospodarski razvoj).



Okoljska trajnost:

omejene zmogljivosti NVO-jev na tem področju, nezadostno število kadrov v občini ter stroga pravila o dediščini otežujejo uvajanje več zelene infrastrukture in podnebno občutljivih rešitev v zgodovinskem jedru.



Časovni vidik:

mnogi ukrepi so kratko- do srednjeročni, medtem ko se dolgoročni cilji in jasnejša strateška pot še razvijajo – vrzel, ki bi jo morala nasloviti nova strategija mestnega središča.



Trajnostno javno naročanje:

postopki javnega naročanja še niso popolnoma usklajeni s cilji podnebja in krožnega gospodarstva, kar omejuje njihov potencial za podporo zelenim inovacijam.

Celostni akcijski načrt (CAN) si prizadeva pragmatično nasloviti te vrzeli, znotraj meja lokalnih pristožnosti in razpoložljivih virov.

4.4. Lokalni izziv

Cilji, ki jih CAN želi doseči

Celostni akcijski načrt (CAN) določa praktične, izvedljive ukrepe, ki segajo preko trajanja projekta, s poudarkom na:

- Oživljanje gospodarskih in socialnih živahnosti mestnega središča.
- Razširitev različnih dejavnosti in ožvitev neizkoriščenih prostorov.
- Izboljšanje kakovosti in dostopnosti javnih prostorov in storitev.
- Spodbujanje trajnostne mobilnosti in zmanjšanje odvisnosti od avtomobilov.
- Vzpostavitev boljšega upravljanja in izboljšanje vodenja mestnega središča.

Cilj vseh aktivnosti je pritegniti in obdržati prebivalce ter obiskovalce v mestnem središču.

Tri strateška področja ukrepanja

1. Gospodarske dejavnosti:

Ponovno oživljanje pritličnih prostorov z inovativnimi in mešanimi dejavnostmi.

2. Javni prostor:

Nadgradnja infrastrukture za pešce, kulturne dejavnosti in naravo.

3. Podatkovno podprto upravljanje mestnega središča:

Sprejemanje odločitev na podlagi podatkov in povratnih informacij skupnosti.

Zakaj je potreben

- **10 % pritličnih trgovskih prostorov je praznih**, pogosto zaradi lastniških vprašanj in visokih najemnin.
- **22 % prebivalcev je starejših od 65 let**, mladinska populacija pa upada.
- **Nakupovalni centri** odvrčajo kupce od mestnega središča, kar vodi v zapiranje malih trgovin.
- **Izboljšave mobilnosti so v teku**, vendar parkiranje še vedno predstavlja ključen problem.

Kako nadgrajuje obstoječe stanje

Celostni akcijski načrt (CAN) se povezuje z obstoječimi strategijami in predpisi ter jih krepi, kot so:

- **Strategija starega mestnega jedra Celje in Celostni prometni načrt**
- Javni razpisi za gospodarsko podporo in obnovo stavb
- Odloki o oglaševanju, uporabi javnih prostorov in praznih nepremičnin

Kdo je vključen

Lokalna skupina URBACT (ULG) združuje:

- **Mestno občino Celje**
(vodja urbanističnega načrtovanja)
- **Zavod Celeia Celje**
(marketing mestnega središča, kulturni dogodki in turizem)
- **Lokalna podjetja in nevladne organizacije**
- **Kulturne institucije, prebivalce in turistični sektor**

S pomočjo orodij, kot so zemljevid deležnikov in participativne delavnice, se je skupina razvila v osrednji delovni odbor, ki spodbuja spremembe.

Od načrta k akciji

Celostni akcijski načrt (CAN) Celje:

- Krepi lokalno upravljanje in koordinacijo
- Uporablja URBACT-ova orodja za spremljanje in prilagajanje ukrepov
- Izkorišča lokalna in evropska sredstva za izvedbo

Celostni akcijski načrt (CAN) ni le dokument – je zaveza k ustvarjanju odpornega in vključujočega mestnega središča, oblikovanega zanj in za njegove prebivalce.

Skupna vizija

Celje – živahna urbana oaza

**Zaželeno mesto
za bivanje, delo,
obiskovanje in
poslovanje v vsakem
trenutku.**

**Ta vizija, soustvarjena
z lokalnimi deležniki,
združuje tradicijo
z inovacijo ter daje
prednost vključevanju in
trajnosti.**

4.5. Pilotne aktivnosti

Cilji testiranja za Celje v okviru Cities@Heart

Mesto Celje je svoje pilotne aktivnosti usmerilo v preizkušanje praktičnih orodij in metod za oživitev mestnega središča. Cilj je bil zmanjšati število praznih trgovskih prostorov, pritegniti nove podjetnike ter preizkusiti **podatkovno podprte** pristope za spremljanje gibanja obiskovalcev.



1. Analiza praznih trgovskih prostorov

Izveden je bil **popis** praznih trgovskih prostorov, pri čemer se je začelo z enotami v lasti občine, kasneje pa se je v sodelovanju z lokalno nepremičninsko agencijo razširilo tudi na zasebne nepremičnine. Standardizirani vprašalniki so zagotovili dosledno zbiranje podatkov, medtem ko je občinski IT-oddelek rezultate integriral v mestni GIS, ustvaril pa je tudi nov sloj "**Prazni trgovski prostori**". Baza podatkov se zdaj stalno posodablja.

Postopek ni zagotovil le dragocene baze podatkov o praznih prostorih, temveč je izpostavil tudi več pomembnih lekcij za prihodnje delo:

Ključna spoznanja iz "Analize praznih trgovskih prostorov"

- 1 Ažurnost** - Baza podatkov mora biti redno posodabljana, da ostane zanesljiva in uporabna.
- 2 Sodelovanje deležnikov** - Aktivna vključenost lastnikov nepremičnin in drugih deležnikov je bistvena tako za natančnost podatkov kot za dolgoročno aktivacijo prostorov.
- 3 Izboljšanje vizualizacije podatkov** - Sloj v GIS-u zahteva nadaljnje izboljšave, da se poveča jasnost in uporabnost za različne uporabniške skupine.
- 4 Razširitev obsega podatkov** - Povratne informacije uporabnikov so pokazale, da dejanske potrebe po podatkih presegajo tisto, kar je bilo sprva zajeto, zlasti glede funkcionalne primernosti in tržnega potenciala.
- 5 Raznoliki komunikacijski kanali** - Za učinkovitejši doseg potencialnih uporabnikov in iskalcev podatkov je treba informacije širiti preko več kanalov (npr. posebna spletna stran, izboljšana SEO optimizacija in ciljno usmerjeno obveščanje).

2. Privabljanje podjetnikov

Za podporo novim in potencialnim podjetnikom je mesto pripravilo informativni A3 dokument, ki združuje vse ključne informacije – od razpoložljivih prostorov in možnosti sofinanciranja do dovoljenj, podpore pri dogodkih in možnosti mreženja. Dokument so oblikovali strokovnjaki in ga distribuiral digitalno ter preko nalepk na izlozbah podjetij, ki so deležna občinske podpore. Vsaka nalepka je vsebovala QR kodo, ki vodi neposredno do spletnega vira, ki se redno posodablja, da ostane aktualen.

Razvoj in preizkušanje **informativnega dokumenta za podjetnike** je izpostavilo več pomembnih lekcij:

Ključna spoznanja iz "Privabljanja podjetnikov"

- 1 Promocija je ključna** - Za učinkovito doseganje ciljnih uporabnikov je nujno uporabljati različne kanale (tisk, digitalno, QR kode, nalepke na izlozbah in družbena omrežja).
- 2 Redne posodobitve so nujne** - Informacije je treba stalno posodabljati, da ostanejo natančne in uporabne za podjetnike.
- 3 Osredotočanje na res relevantne podatke** - Največjo vrednost predstavlja zagotavljanje informacij, ki jih podjetniki težko najdejo drugje, na primer glede dovoljenj, možnosti sofinanciranja in dostopa do prostorov.

3.

Preizkušanje orodij za spremljanje obiskovalcev

Mesto Celje je pilotno preizkusilo radarski števec pešcev za zbiranje objektivnih podatkov o številu obiskovalcev mestnega središča. Pilotna preizkušnja pa se je izkazala za neuspešno, saj so primerjave s podatki o udeležbi na dogodkih in anonimnimi podatki mobilnih telefonov, zbranimi preko občinskega Wi-Fi sistema, pokazale, da rezultati števca niso bili dosledni. Mesto zato raziskuje alternative, ki bi bile finančno vzdržne za spremljanje tokov obiskovalcev.

Pilotna preizkušanja so razkrila pomembne lekcije za oblikovanje trajnostnega in sprejemljivega sistema spremljanja obiskovalcev:

Ključna spoznanja iz "Preizkušanja orodij za spremljanje obiskovalcev"

- 1 Tehnične in lastniške omejitve** – Namestitve radarnih števcov ali kamer na stavbah je v zgodovinskem jedru zelo zahtevna, saj so večina fasad zaščitene z zakonodajo o kulturni dediščini, imajo omejen dostop do elektrike, mnoge najbolj primerne stavbe pa niso v lasti občine.
- 2 Relativni podatki, ne absolutni** – Doseči 100 % zanesljivost je neizvedljivo. Namesto tega naj bo cilj uporaba obstoječih Wi-Fi sistemov in drugih orodij za prepoznavanje vzorcev in korelacij z dogodki, vremenom in komercialnimi aktivnostmi, namesto da bi si prizadevali za absolutno štetje obiskovalcev.
- 3 Občutljivost javnosti** – Kamere še posebej sprožajo močne pomisleke. Jasna komunikacija, transparentnost ter skrbna predstavitev metod in namenov so ključni za zagotavljanje zaupanja in sprejemanja sistema.
- 4 Širši vpogled** – Pilot je pokazal, da merjenje tokov obiskovalcev ni le tehnična naloga, temveč tudi vprašanje upravljanja, komunikacije in povezovanja različnih virov podatkov. Trajnostno spremljanje zahteva kombinacijo tehnične izvedljivosti, finančne dostopnosti in družbene sprejemljivosti.

4.

Javni razpis za poslovne ideje

Zadnji manjši ukrep se je osredotočil na vzpostavitev okvirja za javni razpis in natečaj za poslovne ideje, namenjen aktivaciji praznih prostorov. Cilj je bil spodbuditi podjetniške pobude, povezane z razvojem mestnega središča in trajnostnim razvojem, hkrati pa neposredno nasloviti problem praznih prostorov in potrebo po inovativnih lokalnih podjetjih.

Postopek je vključeval:

- Določitev ciljev, meril upravičenosti in preglednih metod ocenjevanja.
- Oblikovanje časovnega načrta izvedbe, promocijske strategije in strokovnega izbirnega odbora.
- Pripravo podpornih ukrepov za udeležence, kot so delavnice, svetovalne storitve in mentorstvo.
- Zagotavljanje občinskih proračunskih sredstev za leto 2025 za finančno podporo ob strokovnem svetovanju.

Ključna spoznanja iz

"Natečaja za mestotvorne poslovne ideje"

- 1 Jasna struktura je ključna** – Pregledni cilji, merila in metode ocenjevanja gradijo zaupanje med udeleženci ter zagotavljajo verodostojnost postopka.
- 2 Pomen podpornih ukrepov** – Poleg finančnih sredstev so mentorstvo, svetovalne storitve in delavnice ključni za pomoč podjetnikom pri preoblikovanju idej v izvedljive poslovne modele.
- 3 Trajnost financiranja** – Povezava natečaja z občinskim proračunom zagotavlja stabilnost, prihodnji razpisi pa lahko zahtevajo tudi soudeležbo pri financiranju ali partnerstva za širši učinek.
- 4 Dolgoročna perspektiva** – Takšne razpise je treba razumeti ne le kot enkratno pobudo, temveč kot del širše strategije za stalno privabljanje inovativnih podjetij in zmanjševanje praznih prostorov.
- 5 Promocija in doseganje ciljne skupine** – Za učinkovito privabljanje ustvarjalnih podjetnikov, ki lahko vnesejo novo energijo v mestno središče, je potreben močan promocijski načrt.

Natečaj je zasnovan ne le za ustvarjanje takojšnjih projektov, temveč tudi za dolgoročni učinek: privabljanje trajnostnih poslovnih modelov, zapolnitev praznih prostorov in krepitev gospodarske ter socialne živahnosti mestnega središča.

Skupaj so ti pilotni ukrepi zagotovili ne le otipljive rezultate – kot so delujoča GIS baza podatkov in praktična orodja za podjetnike – temveč tudi dragocene lekcije za prihodnje aktivnosti: pomembnost neprekinjenega upravljanja podatkov, tesno sodelovanje z lastniki nepremičnin in deležniki, izboljšanje vizualizacije podatkov, širitev zbirk podatkov za odsev realnih potreb uporabnikov ter raznolikost komunikacijskih kanalov (npr. namenski spletni viri, SEO optimizacija, ciljno usmerjeno obveščanje).

4.6. Vizija in osredotočenost CAN

Vizija Celja je preoblikovati mestno središče v:

**Celje –
živahna
urbana
oaza**

**Zaželeno mesto
za bivanje, delo,
obiskovanje in
poslovanje v vsakem
trenutku.**

Celostni akcijski načrt (CAN) se bo osredotočil na povečanje vključenosti skupnosti in gospodarske živahnosti s tem, da bo pritlične prostore zapolnil z raznolikimi dejavnostmi, ki prispevajo k ustvarjanju živahnega mestnega okolja.

Ta vizija odraža ambicijo Celja, da ustvari dinamično in vključujoče okolje, ki daje prednost dobrobiti skupnosti, gospodarski dejavnosti in ohranjanju kulture. Načrt vključuje spoznanja lokalnih deležnikov in mednarodnih partnerjev ter ponuja praktične ukrepe, prilagojene potrebam mesta.

Mestna občina Celje se bo osredotočila na gospodarski razvoj mestnega središča z namenom doseči raznolikost dejavnosti v središču mesta. Hkrati bo uvedla obvezno spremljanje podatkov, da bo mogoče spremljati rezultate in sprejemati objektivne odločitve.

Pričakovani rezultat Celostnega akcijskega načrta (CAN) bo ekipa ljudi z vzpostavljenimi delovnimi procesi, viri, orodji in zmožnostmi spremljanja podatkov za izvedbo posameznih projektov, povezanih z mestnim središčem, s ciljem ustvariti živahno, prijazno urbano okolje, ki naslavlja različne vidike infrastrukture, kulture in vključevanja skupnosti.

5. Splošna logika in celostni pristop

Celostni akcijski načrt (CAN) uporablja celosten, podatkovno podprt pristop k oživljanju mestnega središča. Horizontalno vključuje trajnost, spolno vključenost in digitalizacijo, hkrati pa zasleduje štiri ključne cilje: krepitev vključenosti skupnosti, spodbujanje gospodarske dejavnosti, privabljanje in zadrževanje prebivalcev v središču ter omogočanje evalvacije politik na podlagi podatkov. Ti cilji se operacionalizirajo skozi tri glavna področja ukrepanja, kjer ima Mestna občina Celje največji vpliv: gospodarske dejavnosti, javni prostor ter podatkovno podprto upravljanje mestnega središča.

Javni razpisi za finančno in mentorsko podporo dajejo prednost raznolikim in vključujočim poslovnim idejam, še posebej tistim, ki jih vodijo manj zastopane skupine. To odpira prostor za nova podjetja, širi participacijo in prispeva k ustvarjanju bolj dinamičnega in podpornega gospodarskega okolja v mestnem središču. Digitalizacija podpira odločitve na podlagi podatkov: orodja, kot so števci pešcev in analiza podatkov, zagotavljajo konkretne metrike o tokovih obiskovalcev, poslovni uspešnosti in uporabi javnega prostora, kar omogoča natančnejše ciljanje ukrepov in boljše rabo omejenih virov.

Podjetja so spodbujena k razvoju zunanjih in sodelovalnih aktivnosti, ki odražajo lokalno kulturo in dediščino, krepijo identiteto središča in naredijo vsakdanje življenje bolj privlačno za prebivalce in obiskovalce. Združene PR in marketinške kampanje, podprte s preprostimi orodji, kot so **informativni dokumenti** in nalepke, izboljšujejo vidnost in dostop do ključnih informacij ter ustvarjajo več kontaktnih točk s skupnostjo in podjetniki. Načrtovanje urbanega obnove vključuje vsebinske potrebe, načela trajnosti in ohranjanje kulturne dediščine, tako da nova vlaganja spoštujejo tako ekološke cilje kot vrednote dediščine. Posebna vloga je namenjena privabljanju podjetij in aktivnosti, ki dopolnjujejo gospodarsko, socialno in kulturno tkivo mestnega središča.

Skupaj ti ukrepi tvorijo **celovit**, vključujoč in prihodnost usmerjen ekosistem, ki podpira gospodarsko dejavnost, naredi življenje v središču bolj privlačno ter postavi temelje za stalno, **podatkovno podprto** učenje pri oblikovanju politik.

5.1. Logika ukrepanja

Logika ukrepanja pojasnjuje, kako naj bi ukrepi v tem načrtu vodili od vloženih sredstev do konkretnih rezultatov. Na podlagi štirih strateških ciljev in treh področij ukrepanja, predstavljenih zgoraj, povezuje razpoložljive vire in orodja – javne razpise, mentorstvo in finančno podporo, namensko osebje, zbiranje podatkov in digitalne števce, PR in marketinška orodja ter projekte urbanega obnove – s ključnimi aktivnostmi na področjih trgovine, javnega prostora ter **podatkovno podprtega upravljanja mestnega središča**.

Na področju trgovine so aktivnosti usmerjene v aktivacijo praznih pritličnih prostorov in podporo novim ter vključujočim podjetjem preko ponavljajočih se javnih razpisov, prilagojenega mentorstva in proaktivnega privabljanja manjkajočih storitev. Na področju javnega prostora ukrepi izboljšujejo kakovost, varnost in uporabo ulic ter trgov, spodbujajo

trajnostno mobilnost ter vključujejo načela trajnosti in kulturne dediščine v urbanistično prenavo. Na področju podatkov pa mesto vzpostavlja stalni **“podatkovni cikel”** za spremljanje, kazalnike in evalvacijo politik, z uporabo orodij, kot so števci pešcev, izboljšane baze podatkov in preprosti digitalni kanali za povratne informacije.

Pričakuje se, da bodo te aktivnosti ustvarile rezultate, kot so bolj raznolika komercialna ponudba, bolje uporabljene in bolj prijazne ulice in trgi, večja vključenost prebivalcev in podjetnikov ter jasnejši podatki o tokovih obiskovalcev, poslovni uspešnosti in zadovoljstvu uporabnikov. Na dolgi rok prispevajo k privabljanju in zadrževanju prebivalcev in podjetij v mestnem središču, krepitvi kulturnega in socialnega življenja ter omogočanju stalnega, na dokazih temelječega prilagajanja politik za mestno središče. V tem okviru lahko štiri strateške cilje povzamemo tako:

Strateški cilji

1

Dejavno sodelovanje skupnosti

Prebivalci, trgovci, kulturni akterji in NVO-ji imajo resničen vpliv na prihodnost mestnega središča. Vključenost se zagotavlja preko stalnega dialoga, ne le enkratnih posvetovanj. Povezana je s trgovino in javnim prostorom (npr. skupnostno usmerjena uporaba ulic in trgov), medtem ko področje podatkov omogoča strukturirane načine zbiranja in uporabe povratnih informacij.

3

Privabljanje in zadrževanje prebivalcev v mestnem središču

Središče mora biti zaželeno mesto za bivanje, ne le obiskovanje. Ta cilj se osredotoča na vsakodnevno kakovost življenja, vključno z dostopom do storitev, varnostjo, udobjem v javnih prostorih in uravnoteženo mešanico funkcij. Ukrepi za javni prostor – prenova ulic glede na potrebe, občutljivost za spol, boljše upravljanje zunanjih površin – neposredno izboljšujejo vsakodnevno izkušnjo, medtem ko gospodarske dejavnosti prinaša storitve, ki podpirajo življenje v soseski. Podatki o tokovih in zadovoljstvu pokažejo, ali ti ukrepi res povečujejo privlačnost središča za prebivalce.

2

Spodbujanje gospodarske dejavnosti

Odporna in raznolika gospodarska osnova je ključna za živahno mestno središče. Intervencije na področju trgovine podpirajo nova in obstoječa podjetja, izboljšujejo izrabo pritličnih prostorov ter privabljajo manjkajoče vrste storitev preko ponavljajočih se razpisov, ki kombinirajo finančno podporo, mentorstvo in merila vključevanja. Kakovosten javni prostor povečuje promet pešcev in čas bivanja, medtem ko boljši podatki usmerjajo, kje in kako ciljno podpreti podjetja.

4

Uporaba podatkov za evalvacijo politik

Ta cilj v upravljanje mestnega središča vgrajuje stalni **“podatkovni cikel”**: določanje kazalnikov, zbiranje in analiza podatkov ter uporaba rezultatov za prilagajanje politik in transparentno komuniciranje. Področje **podatkovno podprtega upravljanja mestnega središča** vzpostavlja multidisciplinarno ekipo, izboljšuje baze podatkov, uvaja števce pešcev in povezuje ključne podatkovne vire. To omogoča bolj ciljno podporo trgovini, učinkovitejša vlaganja v javni prostor ter stalno učenje in bolj transparentno odločanje.

Skupaj štirje cilji in tri področja ukrepanja tvorijo **usklajen okvir**, v katerem vključenost skupnosti zagotavlja legitimnost, gospodarska dejavnost in privlačnost za prebivalce zagotavljata dolgoročno živahnost, **podatkovno podprta** evalvacija politik pa podpira učeč in prilagodljiv pristop k upravljanju mestnega središča kot živega, razvijajočega se prostora.



4 strateški cilji + 3 področja ukrepanja

STRATEGIC OBJECTIVE 1: DEJAVNO SODELOVANJE SKUPNOSTI

STRATEGIC OBJECTIVE 2: SPODBUJANJE GOSPODARSKE DEJAVNOSTI

STRATEGIC OBJECTIVE 3: PRIVABLJANJE IN ZADRŽEVANJE PREBIVALCEV V MESTNEM SREDIŠČU

STRATEGIC OBJECTIVE 4: UPORABA PODATKOV ZA EVALVACIJO POLITIK



PODROČJE UKREPANJA A –Gospodarske dejavnosti

Specifični cilj 1: Povezovanje zainteresiranih podjetij z praznimi prostori (ukrepi A1, A2, A7)

Ukrep	Povzetek	Rezultat
A1 – Kartiranje praznih prostorov (pritlični prostori) v mestnem središču	Ustvariti celovit, geografsko referenciran pregled vseh praznih pritličnih prostorov v mestnem središču in vzpostaviti sistem za redne posodobitve.	Hitrejša in boljše informirane odločitve o uporabi praznih prostorov, kar vodi do nižje stopnje praznih prostorov in bolj primerne uporabe na ključnih lokacijah.
A2 – Kartiranje zainteresiranih subjektov za opravljanje dejavnosti v mestnem središču	Zgraditi in vzdrževati digitalno bazo podjetnikov in organizacij, ki jih zanima odprtje ali širitev poslovanja v mestnem središču.	Izboljšano povezovanje med lastniki in potencialnimi najemniki ter bolj raznolika in odprta poslovna ponudba.
A7 – Namenska oseba za iskanje manjkajoče ponudbe in vsebin	Zaposliti namensko osebo, ki proaktivno privablja manjkajoče vrste trgovine, storitev in kulturne vsebine na ključne lokacije v mestnem središču.	Povečano število in raznolikost kakovostnih podjetij in vsebin v mestnem središču, bolj usklajeno z lokalnimi potrebami.

Specifični cilj 2: Podpora podjetništvu, spodbujanje podjetij, ki prispevajo k oživljanju mestnega prostora, ter podpora njihovi vidnosti (ukrepi A3, A4, A5, A6)

A3 – Javni razpis za finančno in mentorsko podporo	Oblikovati in izvajati ponavljajoče se javne razpise, ki nudijo finančno podporo in mentorstvo za poslovne ideje, ki zapolnjujejo prazne zasebne prostore na ključnih križiščih.	Nova, inovativna in mestotvorna podjetja v praznih prostorih ter znatno zmanjšanje praznih prostorov na prioritetnih ulicah.
A4 – Motiviranje podjetij za zunanje/ skupne aktivnosti	Spodbujati podjetja k so-ustvarjanju zunanjih in skupnih aktivnosti (dogodki, pop-upi, programske ureditve ulic), ki aktivirajo javne prostore.	Bolj živahne ulice in trgi z večjim številom obiskovalcev, daljšim časom bivanja in močnejšim sodelovanjem med lokalnimi akterji.
A5 – Skupne PR in marketinške aktivnosti novih podjetij	Razviti enoten marketinški paket in skupne PR kampanje za promocijo novih in obstoječih podjetij v mestnem središču.	Močnejša, bolj usklajena podoba mestnega središča ter večja vidnost in doseg strank za sodelujoča podjetja.
A6 – Enostranska predstavitev (one-pager) in nalepka z relevantnimi informacijami za ponudnike	Pripraviti in distribuirati jednat informativni dokument in nalepko (vključno s QR kodo) z osnovnimi kontakti, podporami in možnostmi sodelovanja za ponudnike.	Ponudniki lahko hitro dostopajo do ključnih informacij, kar vodi v večje koriščenje podpornih ukrepov in skupnih aktivnosti.

PODROČJE UKREPANJA B – Javni prostor

Specifični cilj: Obnova po potrebah (B1 in B2)

Ukrep	Povzetek	Rezultat
B1 – Kartiranje obstoječih dejavnosti in prepoznavanje manjkajočih	Kartiranje vseh podjetij in organizacij v središču mesta, razvrstitev po dejavnosti in identifikacija vrzeli za usmerjanje obnove javnega prostora in privabljanje podjetij.	Jasno razumevanje koncentracij na trgu in vrzeli v storitvah, kar omogoča boljše ciljno usmerjene naložbe in privabljanje manjkajočih storitev.
B2 – Načrtovanje prenove ulic skladno s potrebami (vključujoč razlike spolov)	Prenova ključnih ulic in javnih prostorov glede na funkcionalne, varnostne in inkluzivne potrebe, s poudarkom na ženskah in ranljivih skupinah.	Varnejše, bolj vključujoče in privlačne ulice z izboljšano izkušnjo hoje ter višjo stopnjo zadovoljstva med prebivalci in podjetji.

PODROČJE UKREPANJA C – Podatkovno podprto upravljanje mestnega središča

Specifični cilj: Izboljšano upravljanje in sodelovanje v središču mesta na osnovi podatkov (C1 in C2)

Ukrep	Povzetek	Rezultat
C1 – Vzpostavitev multidisciplinarne ekipe za ukrepe	Ustanovitev stalne multidisciplinarne ekipe, ki usklajuje aktivnosti v središču mesta, povezuje sektorje in nadzoruje izvajanje CAN.	Bolj usklajene medsektorske intervencije, hitrejša in boljše odzivanje na težave ter učinkovitejša raba občinskih virov.
C2 – Merjenje vročih točk s števci pešcev	Namestitev števcov za pešce in vzpostavitev sistema za upravljanje podatkov za spremljanje tokov ter identifikacijo gnečnih mest za načrtovanje, dogodke in poslovne odločitve.	Odločitve na osnovi podatkov o oblikovanju ulic, dogodkih in naložbah, kar vodi v boljšo rabo javnega prostora in izboljšano varnost na prometnih območjih.

6.

Razdelan akcijski načrt

6.1. Cilji in ključne aktivnosti

A

Gospodarske dejavnosti

Specifični cilj 1: Povezovanje med zainteresiranimi podjetji in praznimi prostori (akcija A1, A2, A7)

Specifični cilj 2: Podpora podjetništvu, spodbujanje podjetij, ki oživljajo prostor, in povečanje njihove vidnosti (aktivnosti A3, A4, A5, A6)

A1

Kartiranje praznih poslovnih prostorov v središču mesta



Cilj

Zagotoviti celovit pregled vseh praznih prostorov v središču mesta in vzpostaviti zanesljiv sistem za stalno spremljanje in posodabljanje, ki služi tako notranjim potrebam kot potencialnim podjetnikom, ki iščejo pregled razpoložljivih poslovnih prostorov.



Ključni cilji

- Do Q4 2025 pripraviti celovit, georeferenciran zemljevid vseh praznih prostorov v središču mesta.
- Zagotoviti posodobitev podatkov dvakrat letno od leta 2026 dalje.



Nosilec

Vodja projekta (Mestna Občina Celje)



Ključni partnerji

Občinski GIS/IT oddelek; nepremičninske agencije; lokalna poslovna združenja; skupnosti in prebivalci.



Viri

2.000 €/leto + čas občinskih zaposlenih; GIS programska oprema; oprema za terensko delo.



Časovni okvir

Prvotni popoln zemljevid do Q4 2025; od 2026 naprej posodobitve dvakrat letno.



Odgovornosti

- Vodja projekta: koordinacija, dodelitev nalog, spremljanje napredka.
- GIS/IT oddelek: integracija baze podatkov, kartiranje, posodobitve.
- Nepremičninske agencije: posredovanje podatkov o nepremičninah.
- Poslovna združenja in prebivalci: povratne informacije in dodatni vpogledi.
- Terenska ekipa: izvedba dokumentacije na terenu.



Naloge

- Določiti meje središča mesta in kategorije prostorov.
- Zbrati in preveriti podatke o nepremičninah (občinski, zasebni, spletni) in jih preveriti s terenskimi anketami.
- Izvesti terenske ogleda z geo-označenimi fotografijami.
- Vključiti deležnike za potrditev in dopolnitev podatkov.
- Integrirati podatke v GIS in objaviti rezultate.
- Od leta 2026 naprej vzdrževati posodobitve dvakrat letno.



Pričakovani rezultati

- Geo-referenciran GIS prikaz praznih prostorov.
- Konsolidirana baza s podatki o lastništvu, tehničnimi in vizualnimi podatki.
- Poročilo deležnikov s predlogi za rabo.
- Podjetniki bodo hitreje našli poslovne prostore.
- Prazne nepremičnine bodo hitreje oddane ali prodane.

A2

Kartiranje zainteresiranih subjektov za opravljanje dejavnosti v mestnem središču

**Cilj**

Vzpostaviti bazo podjetnikov in organizacij, ki želijo odpreti ali razširiti dejavnost v središču mesta, zmanjšati stopnjo praznih prostorov, spodbujati raznolikost ter omogočiti boljše povezovanje z lastniki praznih poslovnih prostorov.

**Odgovornosti**

- Ekipa za gospodarski razvoj: koordinacija in ocena kandidatov.
- Marketing/komunikacije: oblikovanje in izvedba kampanj.
- Poslovna združenja: ozaveščanje.
- Inkubator Savinjske regije, d.o.o: mentorska podpora.
- Občinski oddelki: usklajevanje s strategijo mesta.

**Ključni cilji**

- Do konca leta 2025 vzpostaviti digitalno bazo z vsaj 50 zainteresiranimi podjetji.
- Do leta 2027 zmanjšati stopnjo praznih prostorov na manj kot 5 % na ciljnih območjih.

**Naloge**

- Določiti zaželene kategorije poslovanja in ciljne profile.
- Vzpostavitev spletnega obrazca za preverjanje interesa in ciljna kampanja.
- Zbirati kontakte prek poslovnih dogodkov in mreženja.
- Izvesti intervjuje in ogleda lokacij s potencialnimi podjetniki.
- Zagotoviti informacijske pakete in priložnosti.
- Določiti prednostna podjetja in vzdrževati posodobljeno bazo.
- Objaviti seznam prednostnih kandidatov s spremljevalnimi načrti.

**Nosilec**

Ekipa za gospodarski razvoj.

**Ključni partnerji**

Poslovna združenja;
Inkubator Savinjske regije, d.o.o.;
nepremičninske agencije; gospodarske
zbornice; organizatorji dogodkov.

**Viri**

1.500 €/leto + čas zaposlenih;
kampanjski materiali; digitalna orodja.

**Časovni okvir**

2025 – do dosežene stopnje praznih
prostorov <5 %.

**Pričakovani rezultati**

- Digitalna baza z najmanj 50 podjetji do konca 2026.
- Ciljni profili (personas) in seznam prioritarnih kandidatov.
- Gradiva za ozaveščanje in poročila o udeležbi na dogodkih.
- Uspešno povezovanje podjetnikov z lastniki praznih prostorov.

A3

Javni razpis za finančno in mentorsko podporo

**Cilj**

Spodbuditi podjetniške pobude z javnimi razpisi, ki ponujajo finančno pomoč in mentorstvo, osredotočeno na oživljanje praznih zasebnih prostorov na ključnih križiščih v središču mesta.

**Ključni cilji**

- Prvi razpis objaviti do Q2 2025 in letno podpreti vsaj 2 podjetji.
- Do leta 2027 doseči stopnjo praznih prostorov <5 % na ključnih križiščih v središču mesta.

**Nosilec**

Občinska ekipa za gospodarski razvoj.

**Ključni partnerji**

Sponzorji in investitorji; poslovni mentorji; gospodarske zbornice; ocenjevalna komisija.

**Viri**

50.000 €/leto;
občinski proračun;
mentorski čas.

**Časovni okvir**

2026 – do dosežene stopnje praznih prostorov <5 %.

**Odgovornosti**

- Ekipa za gospodarski razvoj: koordinacija, oblikovanje poziva in spremljanje.
- Ocenjevalna komisija: transparenten izbor.
- Mentorji: krepitev kompetenc izbranih podjetij.
- Sponzorji: finančna podpora.

**Naloge**

- Določiti cilje, merila upravičenosti in sistem ocenjevanja.
- Pripraviti promocijski načrt in načrt izvajanja.
- Promovirati razpise prek večkanalnih kampanj.
- Pridobiti finančne sponzorje in mentorje.
- Izvesti razpis in izbor.
- Pridobiti sponzorje, mentorje in vzpostaviti evalvacijske komisije.
- Razglasiti prejemnike in zagotoviti podporne pakete.
- Spremljati napredek in poročati.

**Pričakovani rezultati**

- Letni javni razpis od 2026 naprej.
- Najmanj dve podprti podjetji na leto.
- Finančni in mentorski paketi.
- Javne predstavitve in objave v medijih.
- Več uspešnih podjetij, ki oživljajo prostor.

A4

Motiviranje podjetij za zunanje/skupne aktivnosti

**Cilj**

Spodbuditi podjetja, da razširijo dejavnost zunaj svojih prostorov in sodelujejo v skupnih pobudah v središču mesta, kar poveča vidnost in živahnost.

**Ključni cilji**

- Do konca 2026 vključiti vsaj 30 % podjetij v skupne zunanje aktivnosti.
- Od leta 2026 naprej letno organizirati najmanj 4 skupne dogodke.

**Nosilec**

Zavod Celeia Celje.

**Ključni partnerji**

Lokalna poslovna združenja; kulturne in turistične institucije; občinski oddelki za dovoljenja.

**Viri**

Ure zaposlenih; manjši proračun za spodbude in promocijo.

**Časovni okvir**

Od 2026 naprej, neprekinjeno.

**Odgovornosti**

- Zavod Celeia Celje: oblikovanje spodbud in olajšati dovoljenja.
- Poslovna združenja: mobilizacija in participacija.
- Organizatorji dogodkov: koordinacija logistike.
- Podjetja: sodelovanje in skupna promocija.

**Naloge**

- Izvesti ankete za identifikacijo interesov podjetij.
- Pripraviti program spodbud in predstaviti njegove koristi.
- Načrtovati skupne dogodke (tržnice, festivali, sezonske kampanje).
- Organizirati mreženje in delavnice.
- Poenostaviti postopke za pridobivanje dovoljenj.
- Spremljati, evalvirati in deliti primere dobrih praks.

**Pričakovani rezultati**

- **Najmanj štiri skupni dogodki letno od 2026 dalje.**
- **Najmanj 30 % udeležba podjetij.**
- **Program spodbud in zbirka primerov dobrih praks.**
- **Več obiskovalcev v mestu.**
- **Javni prostor bo bolje izkoriščen.**

A5

Skupne PR in marketinške aktivnosti novih podjetij

**Cilj**

Podpreti vidnost novih podjetij z usklajenimi PR in marketinškimi aktivnostmi, vključno s skupnimi družbenimi omrežji, enostranskimi predstavitvami (one-pagerji) in nalepkami.

**Odgovornosti**

- Komunikacijski urad/Zavod: strategija, kampanje, spremljanje.
- Oblikovalci: vizualna identiteta in postavitve.
- Podjetja: aktivno sodelovanje v kampanjah.

**Ključni cilji**

- Do Q2 2025 vzpostaviti enotno marketinško kampanjo (branding, družbena omrežja, enostranski predstavitveni listi, nalepke).
- Do 2027 s skupnimi PR aktivnostmi podpreti več kot 20 novih podjetij.

**Nosilec**

Občinski komunikacijski urad in/ali
Zavod Celeia Celje.

**Ključni partnerji**

Oblikovalski studii;
PR strokovnjaki;
sodelujoča podjetja.

**Viri**

Skupni občinski proračun;
stroški oblikovanja in tiskanja;
čas zaposlenih.

**Časovni okvir**

2025–2027

**Naloge**

- Pripraviti smernice znamčenja in predloge.
- Oblikovati kampanje in ustvariti centraliziran digitalni koledar vsebin.
- Pripraviti enostranske predstavitve z informacijami o podjetjih.
- Tiskati in distribuirati gradiva.
- Organizirati skupne PR dogodke.
- Spremljati rezultate kampanj.
- Izvesti skupne kampanje na družbenih omrežjih in na terenu.
- Spremljati rezultate kampanj in prilagajati strategijo.

**Pričakovani rezultati**

- **Enotna marketinška orodja.**
- **Najmanj 20 podprtih podjetij do 2027.**
- **Hashtag kampanje, one-pagerji in distribucija nalepk.**
- **Redna poročila o učinkih marketinških kampanj.**
- **Več podjetij, ki oživljajo prostor.**
- **Manj zaprtij podjetij.**
- **Optimizacija delovnega časa podjetij.**
- **Več obiskovalcev v središču mesta.**

A6

Enostranska predstavitev (one-pager) in nalepka z relevantnimi informacijami za ponudnike

**Cilj**

Zagotoviti hitro referenčno orodje z relevantnimi kontakti, podporo in informacijami o sodelovanju za ponudnike v središču mesta.

**Odgovornosti**

- Koordinacijski urad: vsebina in posodobitve.
- Oblikovalske agencije: postavitve in vizualizacija.
- Poslovna združenja: diseminacija do članov.

**Ključni cilji**

- Do Q4 2024 za vse ponudnike v mestnem središču izdelati enostransko predstavitev in razdeliti nalepke z informacijami.
- Letno posodabljanje informacije.

**Naloge**

- Opredeliti vsebino.
- Oblikovati one-pager in nalepko.
- Tiskati in distribuirati gradiva.
- Zagotoviti digitalno različico z QR kodo.
- Letno posodabljanje.

**Nosilec**

Občinski koordinacijski urad.

**Ključni partnerji**

Oblikovalske agencije;
poslovna združenja;
občinski oddelki.

**Viri**

Stroški tiska in oblikovanja;
čas občinskega osebja.

**Pričakovani rezultati**

- **One-pager in nalepka distribuirana vsem ponudnikom.**
- **Digitalni vir z QR kodo.**
- **Letne posodobitve.**
- **Podjetniki in potencialni podjetniki bodo hitreje našli informacije.**

**Časovni okvir**

Neprekinjeno od 2024.

A7

Namenska oseba za iskanje manjkajoče ponudbe in vsebin

**Cilj**

Pridobiti manjkajoče vrste trgovine, storitev in kulturnih vsebin za krepitev živahnosti v središču mesta.

**Odgovornosti**

- Projektni koordinator: opredelitev nalog in nadzor.
- Namenska oseba- headhunter: aktivno iskanje, rekrutiranje, uvajanje.
- Združenja in lastniki: podpora.

**Ključni cilji**

- Do Q2 2024 zaposliti namensko osebo za pridobivanje novih ponudnikov.
- Do 2026 zagotoviti zaveze vsaj 10 novih podjetij.

**Naloge**

- Opredeliti vrzeli v ponudbi.
- Zaposliti osebo za iskanje ponudnikov (headhunterja).
- Razviti strategijo in gradiva za nagovarjanje.
- Vključevati potencialna podjetja.
- Spremljati napredek in prilagajati aktivnosti.

**Nosilec**

Projektni koordinator.

**Ključni partnerji**

Lokalna oblast; poslovna združenja; lastniki nepremičnin.

**Viri**

Plača in operativni proračun namenske osebe; občinski čas za koordinacijo.

**Pričakovani rezultati**

- **Bolj raznolika in kakovostna ponudba.**
- **Najmanj 10 novih podjetij do 2027.**
- **Gradiva za nagovarjanje, dogovori in poročila.**

**Časovni okvir**

Neprekinjeno od 2024.

B

Javni prostor

Specifični cilj: Obnova na podlagi potreb

B1

Kartiranje obstoječih dejavnosti in prepoznavanje manjkajočih



Cilj

Zagotoviti celovit pregled podjetij in organizacij v središču mesta, prepoznati vrzeli ter razviti strategije za privabljanje manjkajočih subjektov.



Odgovornosti

- Občina: opredelitev okvira in konsolidacija podatkov.
- Poslovna združenja in nevladne organizacije: vključevanje deležnikov.
- Terenska ekipa: preverjanje podatkov.



Ključni cilji

- Do Q4 2025 razviti celovito bazo obstoječih dejavnosti.
- Do leta 2026 opredeliti najmanj 3 prednostne vrzeli, ki jih je treba odpraviti.



Naloge

- Opredeliti kategorije za razvrščanje.
- Zbrati in potrditi podatke o subjektih.
- Izvesti raziskave in preverjanje na terenu.
- Analizirati razporeditev in identificirati vrzeli.
- Pripraviti vizualni prikaz njihove prostorske razporeditve.
- Razviti strategijo za zapolnitev vrzeli.
- Posvetovati se z deležniki in objaviti poročilo.



Nosilec

Občinski oddelek za gospodarski razvoj in prostorsko načrtovanje.



Ključni partnerji

Poslovna združenja; NGO; prebivalci; gospodarske zbornice.



Viri

Čas občinskih zaposlenih; orodja za raziskave in analize.



Pričakovani rezultati

- **Baza obstoječih subjektov do Q4 2025.**
- **Vizualni zemljevidi razporeditve.**
- **Strategija za privabljanje manjkajočih subjektov.**
- **Bolj raznolika in kakovostna ponudba.**
- **Več ljudi bo prišlo v središče mesta.**



Časovni okvir

2024 – neprekinjeno.

B2

Načrtovanje prenove ulic skladno z zaznanimi potrebami

**Cilj**

Preoblikovati ulice tako, da bodo izpolnjevale funkcionalne, varnostne in vključujoče potrebe, s poudarkom na ženskah in ranljivih skupinah.

**Ključni cilji**

- Do leta 2026 izvesti najmanj 1 pilotni projekt prenove.
- Zagotoviti $\geq 70\%$ zadovoljstvo prebivalcev in podjetij na prenovljenih območjih.

**Nosilec**

Občinski oddelek za urbanistično načrtovanje.

**Ključni partnerji**

Zagovorniške skupine za ženske; lokalna podjetja; policija in varnostni organi.

**Viri**

Občinski sredstva za načrtovanje in investicije; evropsko ali državno sofinanciranje.

**Časovni okvir**

2025 – neprekinjeno.

**Odgovornosti**

- Oddelek za urbanizem: načrtovanje in koordinacija.
- Policija: varnostni standardi in spremljanje.
- Podjetja: sodelovanje v pobudah varnih točk.
- Zagovorniške skupine: strokovni vpogled z vidika spolov.

**Naloge**

- Pregled obstoječe infrastrukture.
- Posvetovanje s prebivalci, posebej z ženskami in starši.
- Priprava načrta prenove z ukrepi za varnost in dostopnost.
- Opredeliti vsebinske in varnostne potrebe, vključno z vidiki spola.
- Izvedba pilotnih projektov na visoko tveganih območjih.
- Obveščanje javnosti.
- Spremljanje učinkov in zadovoljstva.

**Pričakovani rezultati**

- Pilotni projekt prenove do leta 2026.
- $\geq 70\%$ zadovoljstvo prebivalcev in podjetij po prvih treh letih prenove.
- Celovit, holističen načrt prenove.
- Javni prostor bo učinkoviteje uporabljen za ljudi.
- Boljša izkušnja za prebivalce in podjetja.
- Bolj usklajeni posegi v središču mesta.
- Več ljudi bo obiskovalo središče mesta.

C Podatkovno podprto upravljanje mestnega središča

Specifični cilj: Izboljšano podatkovno podprto upravljanje središča mesta

C1 Vzpostavitev multidisciplinarne ekipe



Cilj

Vzpostaviti multidisciplinarno ekipo, ki bo koordinirala ukrepe, povezovala različne poglede in zagotavljala dolgoročno trajnost ukrepov v središču mesta.



Odgovornosti

- Predsednik: koordinacija, reševanje izzivov, določanje dnevnega reda.
- Člani: področni rezultati, povezovanje med ekipami.
- Zaposleni na občini: tehnična in analitična podpora.



Ključni cilji

- Do Q1 2026 oblikovati ekipo z vsaj 5 različnimi strokovnimi področji.
- Izvajati letne evalvacije učinkovitosti ekipe.



Naloge

- V ekipo vključiti ≥ 5 strokovnih področij.
- Določiti vloge, način dela in metode.
- Uskladiti delovne načrte med področji.
- Izvajati letne preglede.



Nosilec

Mestni menedžer (predsednik).



Ključni partnerji

Občinski oddelki (prostorsko načrtovanje, gospodarski razvoj, kultura, turizem, sociala); prebivalci; nevladne organizacije; akademska sfera.



Viri

Čas zaposlenih; manjši proračun za srečanja in analize.



Časovni okvir

Ekipo vzpostavljena do Q1 2026; neprekinjeno.



Pričakovani rezultati

- Pravilnik o delovanju in seznam članov.
- Letni delovni načrt in usklajena poročila.
- Letna ocena učinkovitosti.
- Bolj usklajeni posegi v središču mesta.
- Hitrejši in bolj ciljani odzivi na težave.
- Javni prostor bo učinkoviteje uporabljen.
- Boljša izkušnja za prebivalce in podjetja.
- Stabilnejše, dolgoročne izboljšave v središču mesta.
- Učinkovitejša uporaba občinskih virov.

C2

Merjenje vročih točk s števci pešcev

**Cilj**

Spremljati promet pešcev, prepoznati območja z visoko aktivnostjo, kar usmerja urbanistično načrtovanje in razvoj podjetništva.

**Ključni cilji**

- Do Q2 2026 namestiti najmanj 5 števcov pešcev na ključnih lokacijah.
- Do konca 2026 pripraviti izhodiščno poročilo o številu obiskovalcev (footfall).

**Nosilec**

Občinski oddelek za javni prostor in IT.

**Ključni partnerji**

Tehnološki ponudniki; varnostni organi; lokalni deležniki.

**Viri**

10.000 €/leto za opremo in vzdrževanje; čas zaposlenih za analizo.

**Časovni okvir**

2026, z nadaljnjimi posodobitvami

**Odgovornosti**

- Občina: dovoljenja in koordinacija dobaviteljev.
- IT oddelek: upravljanje baze podatkov.
- Dobavitelji: tehnologija in namestitve naprav.
- Deležniki: komunikacijska podpora.

**Naloge**

- Opredeliti cilje in izbrati ustrezne lokacije.
- Izbrati tehnologijo in dobavitelje.
- Pridobiti dovoljenja.
- Namestiti števce na ključnih lokacijah.
- Varno zbirati in upravljati podatke.
- Izvesti analize in poročanje.

**Pričakovani rezultati**

- **Pet nameščenih števcov do Q2 2026.**
- **Izhodiščno poročilo do konca 2026.**
- **Letne posodobitve podatkov o prometu pešcev.**
- **Boljše razumevanje aktivnosti pešcev in vročih točk v središču mesta.**
- **Odločitve na podlagi podatkov pri oblikovanju javnega prostora in upravljanju ulic.**
- **Bolj strateška postavitev storitev, dogodkov in uličnih aktivnosti.**
- **Močnejša podlaga za podporo ali privabljanje podjetij na območja z visoko aktivnostjo.**
- **Izboljšana varnost in upravljanje množic na prometnih lokacijah.**
- **Učinkovitejša poraba občinskih sredstev v središču mesta.**

6.2. Izvajalski okvir

1. Vloge in odgovornosti ključnih deležnikov

Mestna občina Celje

- Vodilna institucija in glavni koordinator CAN.
- Odgovorna za strateške odločitve, dodelitev občinskih virov ter usklajevanje z lokalnimi politikami in predpisi.
- Skrbi za skladnost z Razvojno strategijo starega mestnega jedra, Celostno prometno strategijo in drugimi relevantnimi strategijami.

Mestni manager

- Dnevno upravljanje izvajanja CAN.
- Nadzor kartiranja, koordinacija javnih razpisov ter spremljanje kazalnikov in poročanje deležnikom.

Zavod Celeia Celje (Zavod za kulturne prireditve in turizem)

- Vodilni partner za trženje ter kulturne in turistične aktivnosti.
- Koordinira dogodke, celostno podobo in skupne kampanje s podjetji.
- Podpira aktivacijo javnega prostora s kulturnim programom.

Ekipa za gospodarski razvoj (občinski oddelek)

- Vodi aktivnosti, povezane s pridobivanjem novih podjetij, finančnimi spodbudami in podporo inkubacije.
- Sodeluje z Inkubatorjem Savinjske regije, d.o.o., poslovnimi združenji in nepremičninskimi agencijami.

Inkubator Savinjske regije, d.o.o in poslovna združenja

- Zagotavljajo mentorstvo, podjetniško usposabljanje in priložnosti za mreženje.
- Delujejo kot prva kontaktna točka za podjetnike, ki jih zanimajo poslovne priložnosti v mestnem središču.

Lokalna podjetja in podjetniki

- Neposredni upravičenci podpornih shem in ključni akterji pri izvajanju skupnih aktivnosti.
- Pričakovano je sodelovanje v skupnih PR aktivnostih, zunanjih dogodkih in soustvarjanju ponudbe mestnega središča.

Združenja prebivalcev in nevladne organizacije

- Zagotavljajo vključevanje prebivalcev v procese odločanja.
- Podajajo povratne informacije o prenovi javnih površin in skupnostnih aktivnostih.

Zunanji strokovnjaki (urbanisti, analitiki podatkov, IT strokovnjaki)

- Zagotavljajo tehnično podporo pri kartiranju, zbiranju podatkov, spremljanju prometa pešcev ter načrtovanju prenov.

2. Mehanizmi upravljanja in koordinacije

URBACT Lokalna skupina (ULG)

- Osrednji organ za odločanje in koordinacijo v času izvajanja podpore URBACT.
- Združuje občinske oddelke, Zavod Celeia Celje, poslovna združenja, NVO, prebivalce in strokovnjake.
- Sestaja se četrtletno za pregled napredka, odobritev prilagoditev in zagotavljanje medsektorskega usklajevanja.

Usmerjevalni odbor (po zaključku podpore URBACT)

- Vzpostavljen kot stalna koordinacijska struktura v okviru Mestne občine Celje.
- Vodi ga upravitelj mesta; vključuje predstavnike Zavoda Celeia Celje, Oddelka za gospodarski razvoj ter organizacij podjetnikov in prebivalcev.
- Odgovoren za dolgoročni nadzor, mobilizacijo virov in usklajevanje z bodočimi strategijami mesta (npr. nova strategija mestnega središča 2026–2027).

Operativne ekipe

- Tematske delovne skupine za vsa tri področja (Gospodarske dejavnosti, Javni prostor in Podatkovno podprto upravljanje mestnega središča).
- Vsako skupino vodi pristojni občinski oddelek v sodelovanju s partnerji (npr. Ekipa za gospodarske dejavnosti in podatkovno podprto upravljanje mestnega središča, Oddelek za urbanizem, itd.).
- Zagotavljajo konkretne rezultate, poročajo Usmerjevalnemu odboru in predlagajo prilagoditve.

3. Spremljanje in trajnost

Spremljanje in evalvacija

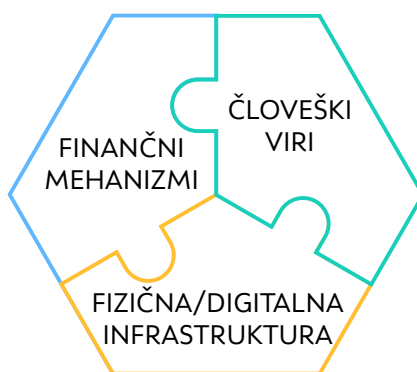
- Mehanizmi zbiranja podatkov (števci pešcev, kartiranje praznih prostorov, ankete deležnikov) bodo vključeni v občinske IT-sisteme.
- Letna poročila o napredku bodo predstavljena Usmerjevalnemu odboru in Mestnemu svetu.

Trajnost po zaključku podpore URBACT

- Občina se zavezuje financirati ključne kadrovske pozicije (npr. mestni manager, »headhunter« za podjetja) tudi po zaključku projekta.
- Zavod Celeia Celje zagotavlja nadaljevanje trženjskih in kulturnih aktivnosti aktivacije javnega prostora.
- Usmerjevalni odbor zagotavlja kontinuiteto in pripravlja vključitev ukrepov v novo Strategijo mestnega središča 2026–2027.

6.3. Viri

Izvajanje celostnega akcijskega načrta zahteva kombinacijo:



prilagojenih vsakemu tipu aktivnosti. Medtem ko nekatere aktivnosti zahtevajo neposredno financiranje (npr. sheme finančne podpore, prenova infrastrukture), so druge odvisne predvsem od strukturnih in organizacijskih izboljšav (npr. boljše upravljanje, upravljanje podatkov, povezovanje podjetij).

1. Potrebni viri

Kadrovski viri	• Upravljavec mesta in podporno osebje občine (koordinacija, spremljanje, poročanje). • Namenski »headhunter« za pridobivanje manjkajočih poslovnih dejavnosti. • Projektni vodje v Ekipi za gospodarski razvoj, Oddelku za projekte in IT-oddelku. • Osebje Zavoda za kulturne prireditve in turizem za trženje in kulturno aktivacijo. • Zunanji strokovnjaki (urbanizem, IT/analitika podatkov, mentorstvo).
Fizična infrastruktura	• Občinski prostori za koordinacijo in srečanja ULG. • Javni prostori in prazni prostori v mestnem središču za aktivacijo in pilotne aktivnosti. • Digitalna infrastruktura: spletne baze, GIS-sistemi, marketinške platforme, števcji pešcev.
Investicijski in poslovni izdatki	• Investicijski stroški: projekti prenove ulic, namestitvev števcjev pešcev, oblikovanje/tisk gradiva, digitalne platforme, razpis za mestotovorne ideje. • Tekoči poslovni izdatki: plače (headhunter, upravljavec mesta), letni proračuni za marketinške kampanje, mentorstvo podjetij, spremljanje. • Strukturne spremembe: odloki o oglaševanju in rabi javnega prostora, sistem nadomestil za prazne prostore, trajnostne prakse javnega naročanja (nizki stroški, visok učinek).

2. Inovativne finančne rešitve

Za dopolnitev občinskega in državnega proračuna bodo raziskani inovativni modeli financiranja:

- Sofinanciranje s strani zasebnega sektorja: partnerstva z lokalnimi podjetji, gospodarskimi zbornicami in lastniki nepremičnin za podporo marketingu, dogodkom in aktivaciji prostorov.
- Crowdfunding in sponzorstva: kampanje za konkretne projekte (npr. kulturni dogodki, natečaji za prenovo ulic).
- Javno-zasebna partnerstva: prenova izbranih praznih ali strateških objektov s soudeležbo investicij.
- Fundacije in filantropija: financiranje za projekte kulturne dediščine, trajnosti in podjetništva mladih.

3. Potencialni viri financiranja

Nacionalni javni viri – Slovenija (resorna ministrstva)

- **Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport**
Podpora podjetništvu, inovacijam, turizmu in kreativnim industrijam, vključno z:
 - spodbudami za MSP in start-upe,
 - programi za gostinstvo, trgovino in turistične produkte v mestnem središču,
 - podporo poslovni infrastrukturi (coworking, inkubatorji).
- **Ministrstvo za kohezijo in regionalni razvoj**
Upravljanje evropskih kohezijskih sredstev (ESRR, ESS+ in drugi instrumenti) ter celostnih teritorialnih naložb. Relevantno za:
 - celostne urbane razvojne projekte in regeneracijo mestnega središča,
 - trajnostne mobilnostne ukrepe in izboljšave javnega prostora,
 - pilotne in demonstracijske projekte s socialnimi, ekonomskimi in prostorskimi učinki.
- **Ministrstvo za naravne vire in prostor**
Pristojno za prostorsko načrtovanje in urejanje prostora. Relevantno za:
 - načrtovanje in izvajanje izboljšav javnih prostorov v zgodovinskem jedru,
 - regeneracijo degradiranih območij in začasne rabe praznih zemljišč in objektov,
 - vključevanje podnebno odpornega oblikovanja v prenove ulic (B.3).
- **Ministrstvo za kulturo**
Relevantno za programe kulturne aktivacije in revitalizacijo dediščine, vključno z:
 - kulturnimi in umetniškimi intervencijami v javnem prostoru,
 - podporo kulturnim institucijam in NVO pri aktivaciji praznih pritličnih prostorov,
 - projekti, ki povezujejo kulturno dediščino s sodobnimi kreativnimi industrijami.
- **Ministrstvo za javno upravo / Ministrstvo za digitalno preobrazbo**
Relevantno za digitalizacijo, odprte podatke in pametna mesta:
 - sofinanciranje digitalnih participativnih platform in e-storitev (A.1, A.2),
 - pilotni projekti z uporabo podatkov v realnem času (števci pešcev, nadzorne plošče) za upravljanje centra (B.1),
 - krepitev kompetenc občinskih zaposlenih na področju digitalnih orodij in odločanja na podlagi podatkov.

Evropski viri

- **Evropski sklad za regionalni razvoj (ESRR)**
 - Podpira urbano regeneracijo, trajnostno mobilnost in digitalizacijo.
 - Relevantno za aktivnosti: prenova ulic, števci pešcev (B.1), digitalne platforme za kartiranje (A.1, A.2), marketinške kampanje (A.5).
- **Evropski socialni sklad (ESS+)**
 - Podpira krepitev zmogljivosti, razvoj veščin in podjetništvo.
 - Relevantno za aktivnosti: javni razpisi z mentorstvom (A.3), programi usposabljanja prek Inkubatorja Savinjske regije, d.o.o., vključevanje prebivalcev in NVO (A.4).
- **Drugi EU programi za urbana vprašanja**
 - **Evropska urbana pobuda (EUI):** sofinanciranje pilotnih projektov s področij trajnosti, vključevanja in inovacij v upravljanju.
 - **Horizon Europe / dediščina Horizon 2020:** priložnosti za podatkovno podprto politiko, digitalne inovacije v urbanizmu in rešitve pametnih mest.
 - **Urban Innovative Actions (UIA):** testiranje novih modelov upravljanja mestnega središča.
 - **Programi Ustvarjalna Evropa:** podpora dediščini in kulturnim dogodkom v mestnem središču.

6.4. Analiza tveganj

A – Gospodarske dejavnosti

A1 Kartiranje praznih poslovnih prostorov	Vrsta tveganja: tehnično / operativno Stopnja tveganja: ● srednja	Omilitveni ukrepi: uporaba zanesljivih GIS/ digitalnih orodij, validacija podatkov z deležniki, redne posodobitve.
A2 Kartiranje zainteresiranih subjektov za razvoj poslovnih modelov	Vrsta tveganja: tehnično / operativno Stopnja tveganja: ● srednja	Omilitveni ukrepi: standardizacija zbiranja podatkov, preverjanje izvedljivosti predlogov, varovanje osebnih podatkov, redno posodabljanje registra.
A3 Javni razpis za finančno in mentorsko podporo za zapolnitev praznih zasebnih poslovnih prostorov	Vrsta tveganja: finančno Stopnja tveganja: ● visoka	Omilitveni ukrepi: transparentna dodelitev sredstev, diverzifikacija virov financiranja, pogodbe s jasnimi pogoji, redne revizije.
A4 Motiviranje podjetij za izvajanje dejavnosti zunaj prostorov in sodelovanje v skupnih aktivnostih	Vrsta tveganja: vedenjsko / kadrovsko Stopnja tveganja: ● srednja	Omilitveni ukrepi: zagotavljanje spodbud, jasna merila, sodelovanje z občinskimi organi, vključevanje podjetij v usposabljanja/mentorstva..
A5 Skupne PR in marketinške aktivnosti novih podjetij	Vrsta tveganja: vedenjsko / operativno Stopnja tveganja: ● srednja	Omilitveni ukrepi: priprava komunikacijskih smernic, vključitev profesionalnih PR ekip, spremljanje javnega mnenja, sprotna prilagoditev kampanj.
A6 Enostranska predstavitev (one-pager) in nalepka z relevantnimi informacijami za ponudnike v mestnem središču	Vrsta tveganja: operativno / pravno Stopnja tveganja: ● nizka	Omilitveni ukrepi: preverjanje informacij pred objavo, vzpostavitev protokolov posodabljanja, digitalna dostopnost, preverjanje skladnosti z GDPR in pravili blagovnih znamk.
A7 Namenska oseba za iskanje manjkajoče ponudbe in vsebin	Vrsta tveganja: kadrovsko / vedenjsko / pravno Stopnja tveganja: ● srednja	Omilitveni ukrepi: določitev kompetenc in KPI-jev, zagotovitev sredstev, etične smernice, izogibanje odvisnosti od ene osebe, redno poročanje.

B – Javni prostor

B1
Kartiranje obstoječih dejavnosti in prepoznavanje manjkajočih

Vrsta tveganja:
tehnično / operativno

Stopnja tveganja:
● srednja

Omilitveni ukrepi:
standardizirane metode klasifikacije, validacija z deležniki, redno posodabljanje, transparentna objava za preprečevanje pristranskosti.

B2
Načrtovanje prenove ulic glede na vsebinske potrebe (vključno s potrebami na podlagi spola)

Vrsta tveganja:
pravno / finančno / vedenjsko

Stopnja tveganja:
● visoka

Omilitveni ukrepi:
vključujoča javna posvetovanja (z upoštevanjem spola in ranljivih skupin), zagotovitev sredstev, pravna skladnost javnih naročil, pilotno testiranje pred celovito izvedbo.

C - Podatkovno podprto upravljanje mestnega središča

C1
Vzpostavitev multidisciplinarnih ekip

Vrsta tveganja:
kadrovsko / organizacijsko

Stopnja tveganja:
● srednja

Omilitveni ukrepi:
jasne vloge in odgovornosti, močna koordinacija, strukturirani komunikacijski kanali, redni pregledi, institucionalna podpora.

C2
Merjenje vročih točk (pešcev) v mestnem jedru s števci pešcev

Vrsta tveganja:
tehnično / finančno / zasebnost

Stopnja tveganja:
● srednja

Omilitveni ukrepi:
zanesljive naprave, skladnost z GDPR, sredstva za vzdrževanje, kombiniranje kvantitativnih in kvalitativnih podatkov.

7.

Priloge

Javni razpis za dodelitev pomoči za razvoj gospodarstva v Mestni občini Celje

https://moc.celje.si/images/Datoteke/JAVNI_RAZPISI/2024/09-september/spodbujanje-gospodarstva-2024/razpis.pdf

Javni razpis za sofinanciranje obnove stavb in sakralne dediščine v Mestni občini Celje

https://moc.celje.si/images/Datoteke/JAVNI_RAZPISI/2024/03-marec/javni-razpis-sofinanciranje-obnova-stavb-sakralne-dediscnine/RAZPISNA-DOKUMENTACIJA.pdf
<https://moc.celje.si/zakljuceni-projekti?start=36>

Strategija razvoja starega mestnega jedra Celja

https://moc.celje.si/images/Projekti_v_teku/smj/Strategija_razvoja_SMJ_30_1_2015.pdf

Odlok o določitvi območij oziroma objektov v Mestni občini Celje, na katerih se izvajajo vzdrževalna dela

<https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/115487>

Odlok o oglaševanju

https://moc.celje.si/images/akti/Odlok_o_oglasovanju_v_MOC_NPB1_15_5_2014.pdf

Odlok o uporabi javnih površin

https://moc.celje.si/images/Datoteke/NPB_MOC/NPB_OOPK/JAVNE_POVRSINE/2022_02_01_NPB.pdf

Odlok o nadomestilu za uporabo stavbnega zemljišča v Mestni občini Celje

https://moc.celje.si/images/akti/Odlok_o_nadomstilu_za_uporabo_stavbnih_zemlji_za_obmoje_MOC_NPB2.pdf

Strokovne podlage za projekt urbanizacije starega mestnega jedra Celja

<https://drive.google.com/file/d/1oodWBxkhcKmtUYquwzMyD6ERjahLsWf3/view?usp=sharing>

Celostna prometna strategija Mestne občine Celje

https://moc.celje.si/images/Projekti_v_teku/CPS/publikacija-CPS-CE-low-res.pdf

Izkoristite potencial mestnega središča

Povezave do potrebnih informacij, dovoljenj in sofinanciranj Mestne občine Celje



Celje – mesto, kjer se zgodbe rojevajo in sanje oživijo. Zgrabite svoj pogum, izkoristite mrežo priložnosti, ki v Mestni občini Celje čakajo na vaše ideje ter skupaj z nami ustvarjajte razgibano prihodnost mestnega utripa.

Naj bo ta spletna stran vaš kompas v svetu priložnosti – zbrali smo ključne informacije, pomembne kontakte in smernice, ki predstavljajo prostor za vaš posel, podpora za vaš začetek ali oder za vaše dogodke.



Zgornja grafika je one-pager, o katerem govorimo na strani 19.

