

FINANČNI NAČRT IN PLAN TURIZMA BLED ZA LETO 2022

Predlagateljica:
Romana Purkart, v. d. direktorice

Marec 2022

Vsebina

1 Uvod	3
2 Osrednji projekti in programski cilji	4
2.1 Upravljanje blagovnih znamk	4
2.2 Upravljanje produktov in storitev zavoda	14
3 Kongresni urad in podpora velikim športnim dogodkom	19
4 Zaključek	20
Finančna tabela:	21

1 Uvod

»Strategija trajnostnega razvoja občine Bled 2030 Bled« je zelo jasno vpeljala sodobni pogled na razvoj turizma in vlogo zavoda za razvoj turizma. Glavni cilj je nadgradnja ponudbe v smeri višje kakovosti, bolj uravnotežene strukture nastanitev, butične ponudbe in razvoja avtentičnih doživetij, s čimer se bo krepila dodana vrednost.

V strategiji so navedeni **ukrepi za doseg ciljev**:

- Okrepitev destinacijskega managementa
- Izboljšanje konkurenčnosti in butičnosti produktov
- Kolektivna blagovna znamka Blejski lokalni izbor
- Bled kot zelena destinacija (ZSST)
- Prenova trženjskega modela – digitalno oglaševanje



Slika: Ključna področja dela

Poslovni načrt v največji možni meri sledi usmeritvam:

- Strategije trajnostnega razvoja blejskega turizma 2018-2025
- Strategije trajnostnega razvoja Občine Bled 2030
- Razvojnega načrta za Biosferno območje Julijske Alpe kot trajnostne turistične destinacije 2025

2 Osrednji projekti in programski cilji

Najpomembnejši parameter finančnega načrta je višina sredstev, ki jih bo občina namenila za delo zavoda. Ta so za leto 2022 v isti višini kot leto prej, torej EUR 925.000.

2.1 Upravljanje blagovnih znamk

EUR 259.000

- Promocijski materiali
- Oglaševanje (digitalno + klasično), sejemske predstavitve in borze
- Razpisi STO in MGRT
- Študijske skupine
- Blejski lokalni izbor

Skupnosti:

- Julijske Alpe
- Zelena shema
- Alpski biseri

2.1.1. Promocijski materiali

Izdaja prospektov, zgibank, zemljevidov: trganka, Mini Info,...

2.1.2. Oglaševanje in komuniciranje

Definirali smo tri ciljne javnosti: domačini, gostje, zaposleni v turizmu:



domačini, informacije preko:
bled.si
e-bled.si
blejske novice
lokalni in nacionalni mediji

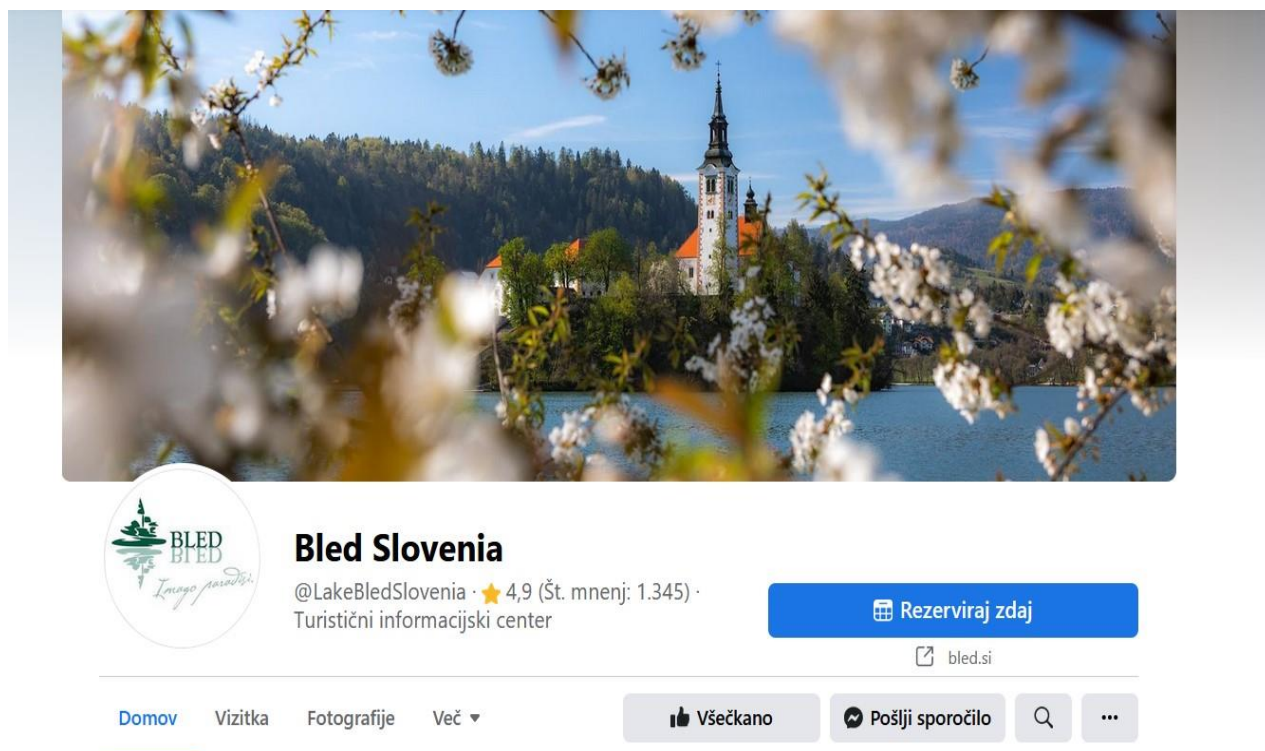


gostje, informacije preko:
bled.si
socialna omrežja
info pulti
ponudniki storitev in namestitev
promocijski material
vprašaj me, sem domačin
lokalno prebivalstvo



zaposleni v turizmu, informacije preko:
bled.si
blejske novice
promocijski material

Digitalni marketing



Digitalni marketing je osrednje orodje trženja destinacije. Poteka na več nivojih z vrsto digitalnih orodij, predvsem pa omogoča usmerjeno in targetirano trženje in oglaševanje ciljnim skupinam gostov. Digitalni marketing destinacije Bled vsako leto sledi izpostavljanju osrednjih prednosti Bleda pred ostalimi destinacijami, in sicer temelji na outdoor aktivnostih, predstavljanju naravne in kulturne dediščine, trajnostnega razvoja, promocije Blejskega lokalnega izbora in kulinarike. Vsako leto sproti aktivnosti uskladimo tudi z aktivnostmi skupnosti Julijske Alpe in Slovenske turistične organizacije.

Ciljne države: bližnje države EU + Velika Britanija + usmeritve in projekti STO.

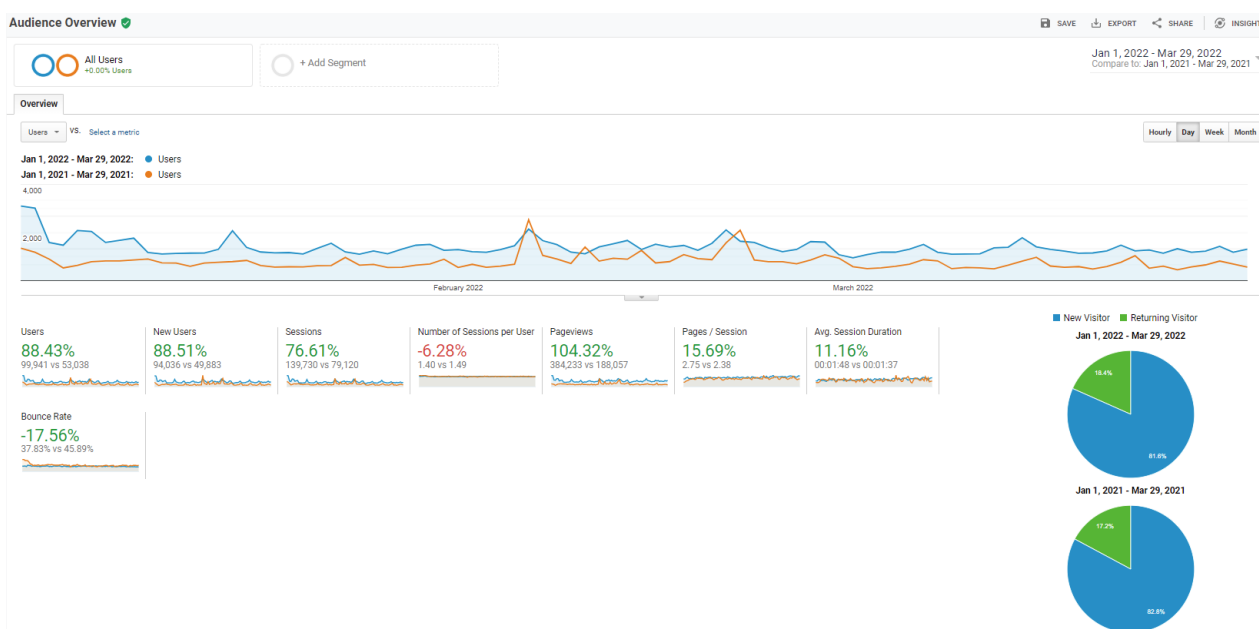
Orodja in mediji, ki jih uporabljamo:

- www.bled.si, socialna omrežja
- Oglaševanje preko Googla in FB
- Ažuriranje platforme Outdoor active in dodajanje novih vsebin
- Dodajanje novih ponudnikov nastanitev na vmesnik Julijskih Alp
- Sodelovanje v digitalni skupini skupnosti Julijske Alpe
- Sodelovanje s podjetjem Arctur, sodelovanje s podjetjem Forward
- Izdelava 360-stopinjskega sprehoda na Malo Ojstrico



- Optimizacija Yandex in Apple Maps profilov
- Optimizacija povezav Google my Business profila z ustreznimi UTM značkami
- Zakup orodja SEMRush, s pomočjo katerega bomo dobili podroben vpogled do številnih podatkov, ki nam bodo v pomoč pri naprednem odkrivanju možnosti izboljšav spletne strani na SEO področju
- Tehnična optimizacija novih spletnih podstrani (urejanje META opisov in naslovov),
- Optimizacija fotografij z lokacijskimi podatki na ključnih podstraneh
- Prijava na razpis STO 2022, vodenje aktivnosti in administracija v zvezi z razpisom
- Digitalno oglaševanje in ostale aktivnosti, ki bodo sofinancirane s strani razpisa STO 2022 (aktivnosti bodo prilagojene zahtevam razpisa)
- Pošiljanje tedenskih slovenskih Newslettrov in sezonskih Newslettrov na tuje naslove
- Sporočanje doseženih kazalnikov pri razpisu MGRT 2018/2019

Statistika digitalnih kanalov od 1. 1. do 29. 3. 2022 www.bled.si



Na spletni strani smo v prvem trimesečju leta 2022 zabeležili 53.038 obiskovalcev, kar je za 88 % več kot v istem obdobju leta 2021. Ustvarjenih je bilo 139.730 sej oz. 77 % več kot pa v letu 2021. V prvih treh mesecih leta 2022 je bilo 384.233 ogledov strani, kar je za 104 % več kot v lanskem letu.

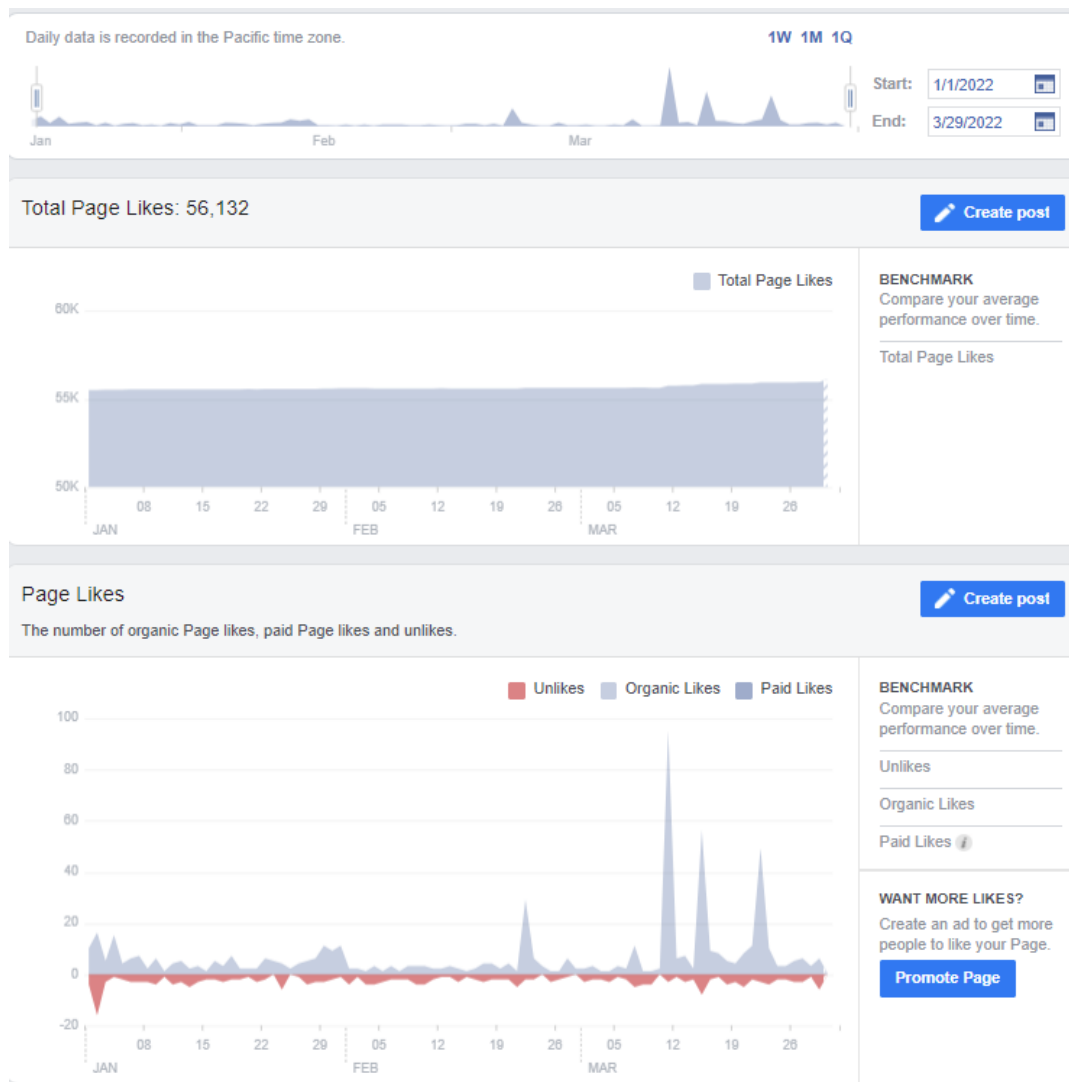
Country ?	Acquisition		
	Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?
	99,941 % of Total: 100.00% (99,941)	94,089 % of Total: 100.06% (94,036)	139,730 % of Total: 100.00% (139,730)
1. Slovenia	39,742 (39.27%)	34,415 (36.58%)	58,462 (41.84%)
2. Italy	10,356 (10.23%)	10,059 (10.69%)	13,717 (9.82%)
3. Hungary	10,208 (10.09%)	10,062 (10.69%)	14,030 (10.04%)
4. Germany	8,506 (8.41%)	8,279 (8.80%)	11,075 (7.93%)
5. Austria	5,039 (4.98%)	4,884 (5.19%)	6,375 (4.56%)
6. Croatia	4,184 (4.13%)	3,946 (4.19%)	5,833 (4.17%)
7. United States	3,884 (3.84%)	3,838 (4.08%)	4,361 (3.12%)
8. United Kingdom	3,691 (3.65%)	3,570 (3.79%)	5,401 (3.87%)
9. France	1,838 (1.82%)	1,783 (1.90%)	2,303 (1.65%)
10. Netherlands	1,152 (1.14%)	1,103 (1.17%)	1,514 (1.08%)

Največ uporabnikov je v letošnjem letu stran obiskalo iz Slovenije (39 % - sem spadajo tudi turisti, ki so bili ta čas v Sloveniji), Italije (10 %), Madžarske (10 %), Nemčije (8 %), Avstrije (5 %), Hrvaške (4 %), ZDA (4 %), Združenega kraljestva (4 %), Francije (2 %) in Nizozemske (1 %).

Page ?	Pageviews ? ↓	Unique Pageviews ?	Avg. Time on Page ?
	384,233 % of Total: 100.00% (384,233)	245,639 % of Total: 100.00% (245,639)	00:01:02 Avg for View: 00:01:02 (0.00%)
1. /sl/informacije/spletne-kamere/	26,745 (6.96%)	17,161 (6.99%)	00:01:37
2. /en/information/webcam/	17,669 (4.60%)	11,223 (4.57%)	00:01:06
3. /	13,330 (3.47%)	8,427 (3.43%)	00:00:54
4. /en/	9,273 (2.41%)	4,710 (1.92%)	00:00:35
5. /hu/mit-nézzunk-meg-és-mit-csináljunk/látnivalók/	6,630 (1.73%)	2,801 (1.14%)	00:00:55
6. /sl/kaj-videti-poceti/znamenitosti/	6,482 (1.69%)	3,185 (1.30%)	00:00:56
7. /en/what-to-see-do/attractions/	6,227 (1.62%)	3,343 (1.36%)	00:00:50
8. /it/informazioni/webcam/	4,340 (1.13%)	2,630 (1.07%)	00:01:04
9. /de/	4,106 (1.07%)	2,136 (0.87%)	00:00:36
10. /de/sehenswertes-und-aktivitaten/sehenswuerdigkeiten-/	3,524 (0.92%)	1,793 (0.73%)	00:00:49

Največ obiska so imele podstrani o spletni kameri, prva vstopna stran in znamenitosti oz. prva stran, ki se odpre, ko kliknemo na »Kaj videti in početi«.

FB stran Bled Slovenia:



Število všečkov naše Facebook strani se je od 1. 1. do 29. 3. 2022 povečalo s 55.665 na 56.132 oz. za 467.

2.1.3. DigiRikli (razpis MGRT)

S projektom DIGIRIKLI BLED Turizem Bled želi narediti naslednji korak v smeri ustvarjanja edinstvenih doživetij kulture na inovativen način, z uporabo sodobnih orodij digitalizacije. Z razvojem tovrstnih doživetij bomo nadgradili obstoječa doživetja za glavne ciljne skupine gostov in v destinacijo privabili nove obiskovalce.



Implementacija vsebine in končni prikaz mobilne aplikacije ARikli.



Projekt DIGIRIKLI BLED predstavlja prvi korak oz. začetek sistematičnega pristopa k razvoju in oblikovanju novih unikatnih doživetij z digitalnim inoviranjem kulturne dediščine. Začenjamo s pomembno osebnostjo Bleda - Arnoldom Riklijem, začetnikom zdraviliškega turizma na Bledu.



V okviru projekta smo **digitalizirali prve tri enote kulturne dediščine, povezane z Arnoldom Riklijem** in na tej podlagi **pripravili nov integralni turistični proizvod – Po poteh Arnolda Riklija**, ki bo pomembno obogatil nabor obstoječih nosilnih turističnih proizvodov destinacije. Prve tri enote kulturne dediščine Arnolda Riklija, ki smo jih digitalizirali, so:

- ➔ Rikljijevo zdravilišče, vilo ki jo je dal zgraditi Arnold Rikli
- ➔ Spomenik Arnoldu Rikliju na Straži
- ➔ Vremensko hišica s spominsko ploščo Arnoldu Rikliju v Zdraviliškem parku na Bledu.



Naš cilj je, da v okviru projekta razvijemo celovit produktni koncept dediščine Arnolda Riklija, ki bo predstavljal podlago za razvoj edinstvenih, zelenih, butičnih doživetij, prilagojenih željam in interesom glavnih ciljnih skupin gostov, pod skupnim imenom »**Po poteh Arnolda Riklija**«. V okviru tega projekta smo pripravili edinstveno doživetje, ki vključuje digitalizirane enote kulturne dediščine Arnolda Riklija. V marcu poteka testiranje aplikacije in objava v spletni trgovini. V fazi prijave produkta na poziv STO za edinstvena doživetja bomo pripravili komunikacijske elemente in izpolnili kriterije za prijavo na poziv.



2.1.4 Blejski lokalni izbor

Nadaljevanje in razvoj produkta v vseh smereh in ravneh, končni cilj je vzpostavitev verige slovenskih izdelkov in storitev, ki se prodajajo on line in v fizičnih trgovinah na destinacijah. V preteklih dveh letih smo uspešno vzpostavili in razvili sistem certificiranja izdelkov pod znamko Bled Local Selection in skupno pridobili nabor 131 certificiranih izdelkov in jedi 35 različnih ponudnikov.



V letu 2022 načrtujemo ponovno ocenjevanje treh kategorij prvega nivoja (rokodelski izdelki, prehranski in živilski izdelki, jedi in pijače, postrežene na gostinski način) in prehod na drugi nivo ocenjevanja za dve novi kategoriji, to so nastanitveni obrati in vodena gastronomska doživetja.

Pred ocenjevanji bomo organizirali usposabljanja za vseh pet kategorij ponudbe, zainteresiranim pa omogočali konzultacije z zunanjo svetovalko, preko katerih ponudnikom zagotovimo strokovno pomoč pred prijavo izdelkov in jedi v sistem certificiranja in po samem ocenjevanju pri nadgradnji celostne grafične podobe izdelkov in umestitvi zgodbe izdelka v blejsko okolje. Nadgradnja sistema in prehod na drugi nivo ocenjevanja zahtevata vzpostavitev modela mreženja lokalnih akterjev, novih projektnih in delovnih skupin, oblikovanje ocenjevalnih dokumentov za dve novi kategoriji ter vzpostavitev vizualne podobe KBZ za nove kategorije ponudbe. Ocenjujemo, da bomo glede na predvideno časovnico ocenjevanja zaključili v mesecu juliju,

septembra pa na svečanem dogodku podelili plakete novim prejemnikov certifikatov pod znamko BLS.

Glede na pozitiven odziv udeležencev na lanskoletni študijski turi z ogledom dobrih praks KBZ Bohinjsko, tudi v letošnjem letu načrtujemo izvedbo študijske ture, z ogledom praks ene od kolektivnih blagovnih znamk v Sloveniji. Z dnem 28.1.22 smo se vključili tudi v Mrežo kolektivnih blagovnih znamk, vzpostavljenih po modelu Izvorno slovensko, v okviru katere bomo sooblikovali model platforme za informiranje, komuniciranje, trženje, prodajo, logistiko, distribucijo in evalviranje certificirane ponudbe, sodelovali pri skupnih raziskovalnih aktivnosti in si medsebojno izmenjevali izkušnje in znanje z ostalimi koordinatorji/koordinatoricami in ponudniki znotraj kolektivnih blagovnih znamk, vzpostavljenih po modelu Izvorno slovensko. Na spletni strani bled.si vodimo register certificirane ponudbe, katerega bomo skušali na inovativen način umestiti v tiskano verzijo, bodisi v obliki brošure ali interaktivnega zemljevida. Znamko Bled Local Selection bomo promovirali na vseh naših kanalih in jo vključili v vse promocijske brošure Bleda. Ponudnikom bomo omogočili sodelovanje in predstavitev na naših dogodkih in jih spodbujali k aktivni udeležbi in prodaji izdelkov v okviru blejske tržnice. Ena od planiranih aktivnosti v tem oziroma naslednjem letu je tudi vzpostavitev spletne trgovine za prodajo izdelkov pod znamko BLS.

2.1.5. Skupnosti

Zelena shema slovenskega turizma

Bled je četrto leto del destinacij, ki so združene v tej nacionalni certifikacijski shemi. Sledenje trajnostnemu razvoju zahteva nenehno izobraževanje, spremljanje novosti, sodelovanje na delavnicah. Sodelovanje v zeleni shemi je prepleteno praktično z vsemi dejavnostmi Turizma Bled, od produktov in storitev do sodelovanja v skupnostih. Aplikacija je narejena tako, da spremlja vse pomembnejše projekte tako občine kot ostalih zavodov ter seveda turističnega gospodarstva.

Skupnost Julijske Alpe

Skupnost Julijske Alpe ima za svoje delovanje ustanovljene 4 centre, in sicer: za identiteto, trženje, razvoj in upravljanje.

Priprava projektov

Priprava projektov za črpanju sredstev iz programov EU in Sklada za okrevanje in razvoj nove finančne perspektive 2021-2027 (stroški zunanjih izvajalcev)

Juliana Trail

Sofinanciranje izdaje vodnikov JT, priprava in izdaja zgodb Juliana Trail, vsebinska nadgradnja, vstopne table, table na postajah JPP, trasiranje novih pristopnih etap.

Juliana Bike

Označitev poti modre tablice (PZS), pregled poti (2x-3x letno) zunanji izvajalec.

Juliana Ski Tour

Priprava predstavitve produkta (tici, zainteresirana tur. gospodarstvo), pomoč pri odprtih vprašanjih (zunanji izvajalec).

Juliana - plezališča

V letu 2022 se v sodelovanju s PZS in projektom OSP (Opremljanje slovenskih plezališč) pripravi projektna naloga s postavitvijo ciljev ureditve in pravilne ter varne opreme v izbranih naravnih

plezališčih v Julijskih Alpah. V načrtu je **modelna rešitev za plezališča v JA**, ki bo vsebovala naslednje informacije:

- Popis plezališč na območju JA
- Ugotoviti stanje (legalno, lastniki...)
- Kakšna dovoljenja so potrebna
- Naravovarstveno stanje
- Kdo je lahko skrbnik
- Kdo je upravljalec
- Zavarovanje.

2.2 Upravljanje produktov in storitev zavoda EUR 438.500

2.2.1. Prireditve



V letošnjem letu je za prireditve na voljo manj denarja kot v predkoronskih letih, ker je tudi proračun nižji. Zato smo se odločili, da večino denarja namenimo osrednjim prireditvam poleti, ki bodo zgoščene od konca maja do septembra.

Pri organizaciji prireditev letos še bolj kot pretekla leta sodelujemo z Zavodom za kulturo, saj so stroški prireditev visoki za oba zavoda, želimo pa, da skupaj pripravimo prireditve na nivoju, ki si ga Bled zasluži. Letošnje leto bo prvo leto, ko bomo poletne prireditve – upamo, lahko izpeljali kot pred korono. Javna zavoda - Zavod za kulturo in Turizem Bled ter občina Bled smo se zato odločili, da obiskovalci letos, v upamo prvem pravem pokoronskem poletju, ne smejo dobiti občutka, da so zaradi pomanjkanja denarja prireditve na Bledu okrnjene. Poleg tega je leto 60 let slovenske popevke, ki bo tudi rdeča nit visokokakovostnih dogodkov na Bledu.

Dogodki do konca maja:

- Razstave Zavoda za kulturo na različnih prizoriščih
- Velikonočne prireditve: koncert, sejem, lova na pirhe (Zavod za kulturo)
- Prvomajska veslaška regata
- Koncerti v FD
- Razstave v Triglavski roži
- Čistilna akcija
- Otvoritev Medgeneracijskega centra

- Poslovni tek trojk

Poletje 2022

Poletje začnemo 28. maja s „poletno uprizoritvijo“ Legende o potopljenem zvonu

Junij:

Mednarodno srečanje folklornih skupin na Bledu z večernim koncertom v FD, nastopi na različnih lokacijah in skupnim nastopom na Jezerski promenadi
Retro Automobiles Touring Experience Spring
Nočna desetka
20-26.6 Zavod Abeceda, delavnica kompozicije in improvizacije

Osrednji del poletja:

1- 19.7. Festival Bled
20.7.-5.8. izobraževanje za dirigente pod vodstvom maestra Georga Pehnivaniana
22.07. petek POLICIJSKI ORKESTER + Anika Horvat
23.07. sobota BIG BAND BLED + Alenka Godec + Oto Pestner + 50 let lučk Andreja Vidica na Bledu
24.07. nedelja PRIMOŽ GRAŠIČ kvartet + Uroš Perić

29.07. petek BLED JAZZ SELECTION + Kristina Oberžan
30.07. sobota SAMUEL LUCAS s 6 člansko skupino glasbenikov
31.07. nedelja JAZZ PUNT BIG BAND Tolmin + Tanja Srednik + Tjaša Fajdiga + godalni orkester GŠ Idrija - poklon Mojmirju Sepetu

05.08. petek DRUŠTVO MRTVIH PESNIKOV
06.08. sobota - CARMEN
07.08. nedelja ROK 'N' BAND

Ostale poletne prireditve:

Kulinarični dogodki na promenadi, razstave, dogodki v sodelovanju z društvi.

S potapljači smo se dogovorili, da bomo Legendo o potopljenem zvonu letos uprizorili dvakrat – poleti in za božič. Poleti lahko naredimo tudi dve uprizoritvi ali več, če bo to potrebno.

Zimska pravljica, hit parada: ponovno v neokrnjeni izvedbi.



2.2.2. Zimski produkti

V letošnjem letu smo ob ugodnih snežnih razmerah poskrbeli za ureditev tekaških prog na Bledu. Preko aplikacije outdooractive, dostopne na naši spletni strani bled.si, so si obiskovalci lahko ogledali trase prog in poiskali informacijo o trenutnem stanju prog. Vse do 20.3.22 obratuje tudi zimski prevoz – Bled Winter Shuttle, pri čemer je prevoz organiziran vsak dan (enkrat dnevno) do Vogla in Krvavca, med tednom prav tako enkrat dnevno vozimo na Pokljuko. Kot novost smo uvedli novo linijo, in sicer brezplačen zimski shuttle Zatrnik-Pokljuka. Tako gostom kot domačinom omogočamo brezplačno parkiranje na parkirišču pod Blejskim gradom. Avtobus vozi med vikendi, štirikrat dnevno, z možnostjo prevoza v obe smeri. Možnost koriščenja brezplačnega parkirnega prostora omogočamo preko aplikacije, s katero voznik na avtobusu potnikom validira vhodni listek in jim omogoči izhod iz parkirišča v roku 16 ur. Vsak uporabnik dodatno prejme tudi brezplačen kupon za uporabo tekaških prog na Pokljuki in 20% popust pri izposoji opreme. Na področju trajnostne mobilnosti bomo gradili tudi tekom naslednje zimske sezone. Glede na statistiko prepeljanih potnikov in odzivov uporabnikov bomo po koncu letošnje sezone naredili evalvacijo in pripravili predlog izboljšav za zimske prevoze v sezoni 22/23. Blejski zimski smučarski avtobus je bil pretekla leta vzpostavljen v tesni povezavi z produktom Ski pass JA, v katerega žal letos nista vključena niti smučišče Vogel niti Kranjska Gora. V naslednji zimski sezoni bomo prilagodili produkt zimskega avtobusa potrebam glede na ponudbo zimskih aktivnosti v okoliških centrih.

Urejanje tekaških prog ostaja v načrtu tudi za zimo 2022/2023.

2.2.3. Pohodniške poti

V občini Bled je več kot 200km pohodnih poti, za katere skrbimo Turizem Bled, turistična društva ter strokovni sodelavci JP Infrastruktura Bled in zunanji strokovnjaki. Z urejanjem pohodnih poti bomo nadaljevali tudi v letošnjem letu, v načrtu so poleg rednega vzdrževanja tudi menjave nekaterih označb.

2.2.4. Informiranje gostov

Turizem Bled sofinancira delovanje TIC na promenadi in v Infocentru Triglavsko roža.

2.2.5. Vprašaj me, sem domačin

Skupaj z Občino Bled in ostalimi partnerji tudi letos načrtujemo projekt Vprašaj me, sem domačin.

Koncept: Ask me I'm local oziroma Vprašaj me, sem domačin, je del destinacijskih ukrepov Bleda pri zagotavljanju osebne varnosti in informiranosti domačinov in gostov ter zavarovanja naravne in kulturne dediščine v času povečanega ali izjemno povečanega turističnega obiska, ki ga na Bledu pričakujemo med 15. junijem in 15. septembrom 2022 oziroma med 20. julijem in 20. avgustom 2022. V projekt so vključeni informatorji, reditelji, redarji in policisti. Osrednje območje delovanja je Jezerska promenada oziroma območje od Grajskega kopališča do Grand

hotela Toplice. 2. prioriteto območje je območje od parka nad Jezersko promenado do vključno glavne Avtobusne postaje Bled, saj na AP Bled ni info centra.



Cilj projekta je »mehko upravljanje destinacije«, kar pomeni, da se zavedamo, da morata gost in domačin informacijo najprej imeti in dobiti na primeren način, šele nato posežemo po sankcijah. Delo informatorjev in rediteljev je v pomoč redarjem in policistom, predvsem pa je za izgled in vtis, ki ga kraj pušča tako pri domačinih kot gostih pomembno, da so informacije podane na strokoven, kompetenten in prijazen način.

Javni zavod Turizem Bled: Objavi razpis, poskrbi za opremo (info material, obleka) informatorjev in rediteljev, organizira izobraževanje, organizira nadzor nad delom in vrednotenje dela, poskrbi za plačilo informatorjem in rediteljem. Vodi interno komunikacijo in komunikacijo z ostalimi javnostmi.

MIR: Sodeluje pri izobraževanju informatorjev in rediteljev, zagotovi v času njihovega dela na terenu vedno dosegljivo telefonsko številko in odziv. Deluje v skladu s predpisi občine in zakonodajo.

PP Bled: Sodeluje pri izobraževanju informatorjev in rediteljev. Deluje v skladu s predpisi občine in zakonodajo.

TD Bled: Sodeluje pri izobraževanju informatorjev in rediteljev. Informatorji in reditelji delo vsak dan začnejo in končajo v TIC – u na Jezerski promenadi, kjer podajo tudi svoje pripombe in predloge o delu in dnevnih izkušnjah. TD Bled vodi evidenco dela in mesečno poroča Turizmu Bled.

Koordinacijo med Turizmom Bled, TD Bled, PP Bled, Občino Bled in MIR opravlja JZ Turizem Bled. Koordinacijo dela informatorjev in rediteljev opravlja TD Bled.

Celotno obdobje: 15.6.2022-15.9.2022

Osrednje obdobje z več ekipami: 20.7.2022-20.8.2022

2.2.6. Kartica gosta

20.3.22 je prenehala delovati zimska kartica gosta, ki je ponudnikom poleg brezplačnih prevozov do bližnjih smučišč Krvavca in Vogla ter Pokljuke, ponujala tudi vrsto ugodnosti na področju mobilnosti, aktivnosti, znamenitosti in gostinskih storitev. Aprila bo začela delovati poletna kartica gosta 2022, v okviru katere načrtujemo zagotovitev čim več ugodnosti za goste, ki bivajo na Bledu 3 dni ali več. Sodelovali bomo tudi z drugimi destinacijami na območju Julijskih Alp in v nabor ugodnosti vključili tudi sosednja območja. K sodelovanju v partnerski shemi kartice JA:Bled bomo skušali privabiti še več nastanitvenih obratov ter pred poletjem organizirati predstavitve kartice in ugodnosti v hotelih ter s tem spodbuditi receptorje k izdajanju kartic in jih predvsem informirati o aktualni ponudbi na destinaciji.

3 Kongresni urad in podpora velikim športnim dogodkom

EUR 90.850

3.1. Kongresni urad Bled

Program dela predvideva udeležbo na borzah in workshopih, predvsem borze Conventa v Ljubljani, ki bo tudi v letošnjem letu izvedena v avgustu ter na drugih izbranih dogodkih. Informacije o udeležbi na dogodkih si izmenjujemo z deležniki na destinaciji in Kongresnim uradom Ljubljana z namenom, da smo kot destinacija zastopani v čim večji meri. Za udeležence Convente bomo organizirali dvodnevni fam trip, pri izvedbi katerega bomo sodelovali s partnerji KUB. Sodelovali bomo pri aktivnosti Kongresnega urada Slovenije in podpirali dejavnosti Slovenskega ambadorskega programa. Skupaj s partnerji KUB bomo pripravili vsebino novičnikov z aktualnimi novostmi in informacijami na destinaciji in predlagali kongresne ambasadorje/ambasadorke za leto 2022. Z obstoječimi ambasadorji bomo vzpostavili stik preko destinacijskega srečanja oziroma dogodka za lokalne ambasadorje, v okviru katerega bi pripravili poldnevno doživetje na destinaciji z namenom mreženja in spoznavanja ponudbe. V sodelovanju s Kongresnim uradom Slovenije bomo pripravili sistem enotnega poročanja statističnih podatkov o kongresni dejavnosti na destinaciji. Načrtujemo izvedbo internega fam tripa, na katerem bi DMC-jem pokazali nekatera doživetja Bleda, ki jih morda še ne poznajo in s tem spodbudili trženje Bleda za incentive potovanja in spremljevalni program za udeležence kongresov v Ljubljani. Na spletno stran bled.si/srečanja bomo dodali nekaj vsebin in ob podpori partnerjev vnašali termine kongresov in mednarodnih dogodkov na Bledu. Glede na preteklo dogajanje na področju delovanja KUB in dileme glede poslanstva urada, bi bilo smiselno skupaj z novim vodstvom zavoda in partnerji urada pripraviti smernice za prihodnja leta in začeti s pripravo strategije MICE Bled do leta 2030.

3.2. Podpora športnim prireditvam

Turizem Bled sofinancira večja športna tekmovanja, ki so pomembna za blejsko turistično gospodarstvo.

4 Zaključek

Uresničevanje plana spremljamo skozi redno delo, zadovoljstvo gostov na destinaciji bomo merili s pomočjo anket, ki jih bomo ponudili gostom na različne načine: v fizični obliki in preko spleta, gostje pa destinacijo in posamezne ponudnike ocenjujejo preko spletnih platform, kot sta npr. tripadvisor in booking;

Eno izmed orodij za merjenje ciljev je tudi število nočitev in dolžina bivanja. Glede na to, da še vedno vsi hoteli niso odprti, je realni cilj čim bolj približati se številu nočitev iz leta 2019, prav tako pa je cilj tudi postopno zviševanje dobe bivanja, na kar lahko vpliva tudi kartica gosta in dodatna ponudba na destinaciji. Podatki za zadnje leto pred epidemijo:

276	DE	Nemčija	44629	114021	10,3
826	GB	Velika Britanija	35060	110230	10
380	IT	Italija	39660	79354	7,2
		Združene države			
840	US	Amerike	36099	74644	6,8
528	NL	Nizozemska	16405	55899	5,1
348	HU	Madžarska	24622	55867	5,1
705	SI	Slovenija	23116	44483	4
203	CZ	Češka	13735	37054	3,4
376	IL	Izrael	10324	35844	3,3
191	HR	Hrvaška	17919	33461	3,1
56	BE	Belgija	11024	32137	2,9
250	FR	Francija	13465	31089	2,8
410	KR	Južna Koreja	27928	29807	2,7
36	AU	Avstralija	12740	27685	2,5
40	AT	Avstrija	13371	27058	2,4
158	TW	Tajvan	22424	24720	2,2
688	RS	Srbija	8223	23598	2,1
724	ES	Španija	8330	20426	1,8
616	PL	Poljska	8493	19718	1,8
		ostali:		224822	
		skupaj:		1101917	

Nočitve in obisk po državah v letu 2019.

Pričakujemo, da se bo število nočitev v letošnjem letu ponovno približalo številki milijon, kar pa bo seveda odvisno od situacije doma in v svetu ter od tega, koliko nastanitvenih kapacitet bo odprtih.

Finančna tabela:

JZ TURIZEM BLEED PLAN 2022	plan 2021	realizacija	plan 2022	I 22/21
		22.10. - 31.12.2021		
A. PRIHODKI	1.067.500,00	166.378,27	1.092.400,00	102
Prihodki Občina Bled	925.000,00	132.989,10	925.000,00	100
Prihodki MGRT, EU sredstva	57.000,00	0,00	0,00	-
Prihodki STO	39.500,00	25.406,36	50.000,00	127
Prihodki od prodaje blaga in storitev:	33.000,00	4.398,94	88.400,00	268
- trženje oglasnega prostora	1.500,00	109,83	20.400,00	1.360
- sofinanciranje dejavnosti PR	19.600,00	1.355,34	0,00	-
- prodaja blaga in storitev v trgovini TNP	3.000,00	1.453,88	6.000,00	200
- razpis vodenje	3.500,00	565,00	0,00	-
- trženje prireditvev, programov	1.500,00	351,02	55.000,00	3.667
- sofinanciranje gospodarstvo	3.500,00	175,00	5.000,00	143
- drugo	400,00	388,87	2.000,00	500
Prihodki od najemnin prostora na prireditvah	10.000,00	1.860,00	25.000,00	250
Drugi prihodki	3.000,00	1.723,87	4.000,00	133
B. ODHODKI IN DRUGI IZDATKI	1.067.499,00	167.243,36	1.092.400,00	102
Plače in drugi izdatki zaposlenim	257.866,85	45.781,85	258.000,00	100
Prispevki delodajalcev za socialno varnost	36.846,78	7.170,95	37.000,00	100
Dodatno pokojninsko zavarovanje	805,00	805,00	4.200,00	522
Stroški materiala	30.000,00	5.816,41	35.000,00	117
Stroški storitev:	706.980,37	102.346,31	723.200,00	102
- strošek storitev v zvezi z opravljanjem dejavnosti	91.380,37	4.076,00	96.000,00	105
- stroški storitev organizacije prireditvev	70.000,00	18.917,98	115.350,00	165
- stroški sofinanciranja prireditvev	104.600,00	0,00	61.350,00	59
- urejanje tekaških prog	6.000,00	4.332,41	6.000,00	100
- stroški oglasov, promocije	147.700,00	19.753,25	137.500,00	93
- skupnost Julijske Alpe	60.000,00	8.810,20	60.000,00	100
- digitalne storitve	63.000,00	2.566,86	31.000,00	49
- stroški komunalnih in prevoznih storitev	5.000,00	1.995,42	37.000,00	740
- stroški storitev TIC	46.000,00	13.522,92	52.000,00	113
- stroški reprezentance, daril	10.000,00	2.263,03	10.000,00	100
- stroški najemnin	5.500,00	1.366,74	6.000,00	109
- povračila stroškov v zvezi z delom (študentsko delo, sejnine, službene poti)	20.000,00	6.536,02	25.000,00	125
- stroški intelektualnih storitev	50.000,00	11.187,42	55.000,00	110
- stroški drugih storitev	10.000,00	1.236,04	8.000,00	80
- stroški članarin, naročnin	4.800,00	691,26	5.000,00	104
- stroški zavarovanj	3.000,00	271,25	3.000,00	100
- investicije, vzdrževanje in obnove	10.000,00	4.819,51	15.000,00	150
Amortizacija	30.000,00	4.628,46	30.000,00	100
Drugi odhodki	5.000,00	694,38	5.000,00	100

