

Sporočilo za javnost Skupnosti Julijskih Alp:

PREDLOGI UKREPOV DESTINACIJE JULIJSKE ALPE ZA OMILITEV POSLEDIC EPIDEMIJE COVID-19 NA PODROČJU TURIZMA

Skupnost Julijskih Alp je pripravila nabor predlogov ukrepov za omilitev posledic epidemije Covid-19 na področju turizma. Prvi sveženj predlogov je naslovila na Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, drugega Slovenski turistični organizaciji.

Turistična regija Julijske Alpe (občine Bled, Bohinj, Bovec, Brda, Gorje, Kobarid, Jesenice, Kanal ob Soči, Kranjska Gora, Radovljica, Tolmin in Žirovnica), katere večji del predstavlja Triglavski narodni park, je eno najpomembnejših in od turizma bolj odvisnih območij v Sloveniji. V letu 2019 je regija ustvarila:

- 4.055.485 nočitev, kar predstavlja dobro četrtino (25,7 %) vseh prenočitev v Sloveniji in
- več kot 200 milijonov EUR prihodkov neposredno v gostinstvu in hotelirstvu.

S pandemijo koronavirusa se je turistična dejavnost na območju Julijskih Alp 16. marca 2020 v celoti ustavila, nastanitvene zmogljivosti vsakodnevno prejemajo odpovedi rezervacij za naslednje mesece, podjetja pa so ostala brez prihodkov. Turistična podjetja so v primerjavi z drugimi panogami zaradi epidemije še posebej prizadeta, saj globalni trg potovanj ne bo hitro okrevljal. Julijske Alpe so zelo odvisne od razmer na svetovnem trgu, saj 84 % gostov predstavljajo tuji turisti. Zaradi trenutnega položaja je na območju Julijskih Alp:

- ogroženih 2.000 delovnih mest v turizmu ter še najmanj toliko v povezanih dejavnostih;
- Med najbolj izpostavljenimi so občine Kranjska Gora (54 % vseh delovnih mest je v panogi gostinstvo in turizem), Bled (cca 40 % delovnih mest) in Bohinj (cca 30 % vseh delovnih mest);
- ob predpostavki 20-odstotne realizacije tujih gostov in 20-odstotne rasti domačih glede na

leto 2019 je moč oceniti, da bi v letu 2020 lahko prišlo tudi do 60-odstotnega upada nočitev (iz 4 na 1,5 mio nočitev), kar pomeni več kot 100 mio EUR izpada prihodkov turističnega gospodarstva in za okvirno 3 mio EUR manj prihodkov iz naslova turistične takse v občinske proračune.

Razmere so resne, vendar se turistično gospodarstvo Julijskih Alp zaveda, da moramo ta čas kar najbolj izkoristiti za drugačen, še bolj zeleni zagon dejavnosti po zaključku epidemije. Na ravni direktorjev turističnih organizacij Julijskih Alp smo vzpostavili 'tim za prenovo' (Re-Set tim), ki dnevno spremlja razmere in usmerja ponudnike. Pripravili smo tudi nabor najnujnejših ukrepov, ki jih bomo izvedli sami in ukrepe, kjer potrebujemo pomoč in podporo ministrstva za gospodarski razvoj, drugih ministrstev ter Slovenske turistične organizacije. Predlogi ukrepov so predstavljeni v prilogah.

Močno verjamemo, navkljub novim izzivom, pred katere smo zdaj vsi postavljeni, da zdajšnja situacija nikakor ne sme zavreti naših razvojnih aktivnosti – ravno nasprotno: moramo jih še okrepiti.

Pri tem apeliramo na pristojne, da se tega zavedajo in da v Sloveniji naredijo vse, da se vzpostavi pozitivno in spodbudno razvojno okolje – da pospeši, podpre in omogoči potrebne razvojne in trajnostne premike, v skladu s široko sprejeto vizijo. Močno verjamemo, da je to čas, ki ga moramo na polno izkoristiti.

Kot kažejo odzivi na globalni ravni, je zdaj naloga DMMO-jev (lokalnih in nacionalnih), da ne podležejo zgolj kriznim razmeram, temveč da ohranijo vizijo in ta čas izkoristijo za re-set pristopov. Kot je pred nekaj dnevi zapisal CEO Skift Rafat Ali: »Po tem turizem ne bo – in ne sme biti nikoli več enak.«

Izpostavljamo 5 ključnih ukrepov v podporo turističnemu gospodarstvu, ki jih predlagamo Vladi RS:

1. podaljšanje ukrepov iz prvega korona zakona za turistično gospodarstvo za vsaj 3 mesece po po prenehanju veljavnosti obstoječih ukrepov oz. od razglasitve konca epidemije v Sloveniji;
2. uvedbo ukrepov za hitro in enostavno premagovanje likvidnostnih težav v turizmu (npr. prilagoditev kreditnih linij SPS/ SID banke, izplačila iz proračuna za EU projekte v 30 dneh...);
3. uvedbo ukrepov, ki bodo spodbudili preživljanje počitnic doma in pritegnili prve tuje turiste v poletni in jesensko-zimski sezoni (npr. regres v obliki vavčerjev za počitnice doma, promocija..);
4. preusmeritev prioritet obstoječe in nove kohezijske politike v ključne naložbe, ki bodo pomagale zagnati trajnostni turizem in bodo hkrati stimulirale potrošnjo;
5. podporo turističnim destinacijskim organizacijam, ki bodo v tem času na terenu pomagale turističnemu gospodarstvu do spodbud in jih usmerile v nov, bolj trajnosten koncept zelene, butične in 5* ponudbe (priložnost za »Re-set«).

4 ključne ukrepe v podporo destinacijskim zavodom (DMMO) in turističnemu gospodarstvu, ki jih predlagamo Slovenski turistični organizaciji:

1. JAVNI RAZPISI ZA SOFINANCIRANJE PROMOCIJE TURISTIČNE PONUDBE (za vodilne destinacije in turistično gospodarstvo): predlogi tehničnih in vsebinskih sprememb, glede na spremenjene razmere.
2. DODATNE PARTNERSKE AKTIVNOSTI: potreba po dodatnih skupnih promocijskih aktivnostih na ravni Julijskih Alp
3. UVESTI KLJUČNA PRIPOROČILA IN PODPORO ZA TURISTIČNE PONUDNIKE: skupni nagovor in informiranje turističnih deležnikov, na ravni Slovenije, s strani STO
4. RE-SET PRISTOPOV NA RAVNI SLOVENIJE IN DESTINACIJ: vzpostavitev pozitivnega in razvojno naravnane podpornega okolja za trajnostni razvoj turizma v destinacijah.

Predlogi INTERNIH UKREPOV – na ravni Julijskih Alp, destinacij in ponudnikov:

1. Stimulacije v času krize s strani destinacijskih zavodov za turizem
 - Brez provizij pri rezervacijah preko destinacijskih rezervacijskih sistemov
 - Zamrznitev članarin oziroma sofinanciranja razvojno-promocijskih aktivnosti, za čas kriznih razmer
2. Svetovanje, pomoč in priporočila ponudnikom
 - Tekoče informiranje ponudnikov (s strani posameznih destinacij, preko e-novic), z vsemi aktualnimi informacijami.
 - Razvojne agencije na območju vam nudijo svetovanje/strokovno podporo
3. Način koriščenja oziroma prilagoditve ukrepov iz prvega korona interventnega zakona (status zaposlenih, črpanje spodbud ipd.)
 - Pomoč pri dostopanju do likvidnostnih kreditov

4. Povezovanje & izobraževanje – skupaj & virtualno naslavljam aktualne teme
 - Angažiranje in usposabljanje zaposlenih po turističnih podjetjih, ki trenutno nimajo dela (webinarji ...).
 - Virtualno mreženje & izobraževanje med ponudniki

5. Okrepitev razvojnih aktivnosti – vzpostavitev »re-set tima Julijske Alpe

6. Interventni zakon in sobodajalci: kako v primeru popoldanskih s.p.-jev

7. Vračanje/nevračanje denarja iz naslova rezervacij
Izjemno aktualno in pereče je tudi vprašanje glede vračanja/nevračanja denarja iz naslova rezervacij. Ponekod v Evropi so že uspeli uveljaviti rešitev, po kateri se denarja za nepovračljive rezervacije ne vrača oziroma rezervacije v hotelih ni možno več stornirati, lahko pa kupec/turist dobi vavčer ali pa povračilo denarja brez obresti v določenem obdobju.

8. Cenovna politika: Ne nižajte cen (!)

Eden najbolj aktualnih izzivov po zaključku karantene in vzpostavitvi povpraševanja bo zagotovo prava cenovna politika.

Pretekle krizne zdravstvene (npr. SARS), naravne (npr. nedavna suša v Avstraliji), finančno-ekonomske (npr. 2008) krize kažejo, da je nižanje cen najslabša možna rešitev – že kratkoročno, sploh pa dolgoročno.

9. Direktne rezervacije: Naredimo vsi skupaj vse, da gosta spodbudimo k direktni rezervaciji
V paketu komunikacijskih sporočil, ki jih pripravljamo, vam bomo pomagali s konkretnimi nagovori (predlogi, priporočili).

10. V času karantene navdihujemo in sporočamo: 'Don't cancel, postpone', 'Stay home, but travel tomorrow'.

V času karantene (ko je vse zaprto) ne izvajamo klasičnih promocijskih in prodajno naravnanih kampanj, seveda pa to ne pomeni, da ne moremo/ne smemo komunicirati.

Sporočila, ki jih je oblikovala UNWTO, so: 'Don't cancel, postpone', 'Stay home, but travel tomorrow'. V Sloveniji se je uveljavil #ostanidoma oziroma #stayhome.

V tem obdobju je tako izjemno pomembno, da ohranjamo stik s trgi, ciljnim gosti in tudi z našimi stalnimi gosti – pri tem pa je pomemben pravi ton komunikacije: v tem času želimo inspirirati, spodbujati ljudi k sanjarjenju, skozi motive narave, outdoor aktivnosti (narava v ospredju, oseba in ne skupine ljudi v naravi), spodbujamo pozitivne občutke in podajanjem pozitivnih sporočil. Ob tem in skozi to podpiramo trajnostni, zeleni, odgovorni in k lokalni skupnosti naravnani karakter naše skupne destinacije Julijskih Alp.

Na ravni Skupnosti Julijskih Alp smo pristopili k oblikovanju video vsebin (krajši film) in drugih sporočil, ki jih bomo podelili v kratkem z vami, da jih boste tudi vi lahko vključili preko svojih družbenih omrežij, spletnih strani in druge komunikacije.

11. Okrepitev promocijskih aktivnosti po zaključku karantene: Okrepiliv bomo krovno komunikacijo po ponovni vzpostavitvi potovanj – pod skupno znamko Julijske Alpe

12. Stalni gosti: Krepiti komunikacijo s stalnimi gosti

13. Kratke lokalne verige: Spodbujajmo kratke lokalne dobavne verige in krepimo destinacijske kolektivne blagovne znamke, ki izpostavljajo najboljšo lokalno ponudbo

Gastronomska regija Julijske Alpe

Kratke lokalne verige in povezovanje preko kolektivnih blagovnih znamk so naša velika skupna priložnost! Če se v tem povežemo in ta pristop kar najbolj poosebimo vsi – tudi vi, ponudniki, v vaši komunikaciji pa preko vas tudi gostje – bomo uspešnejši, vrednost v lokalnem okolju bo večja, gostje pa bolj zadovoljni.