

10. Sprejem soglasja k Poslovnemu načrtu Turizma Bled za leto 2018

PREDLAGATELJ: župan Janez Fajfar
PREDSTAVNIK: Matjaž Berčon, vršilec dolžnosti direktorja Turizma Bled

PREDLOG SKLEPA: Občinski svet Občine Bled sprejme soglasje k Poslovnemu načrtu
Turizma Bled za leto 2018.



**Turizem Bled,
zavod za pospeševanje
turizma**

**Ljubljanska cesta 27
SI – 4260 Bled**

**T: +386 (0)4 5780 500
info@dzt.bled.si
www.bled.si**

POSLOVNI NAČRT TURIZMA BLED

za leto 2018

Predlagatelj:

Matjaž Berčon, vršilec dolžnosti direktorja

4. december 2017

Uvod, predstavitev zavoda in izhodišča za pripravo poslovnega načrta

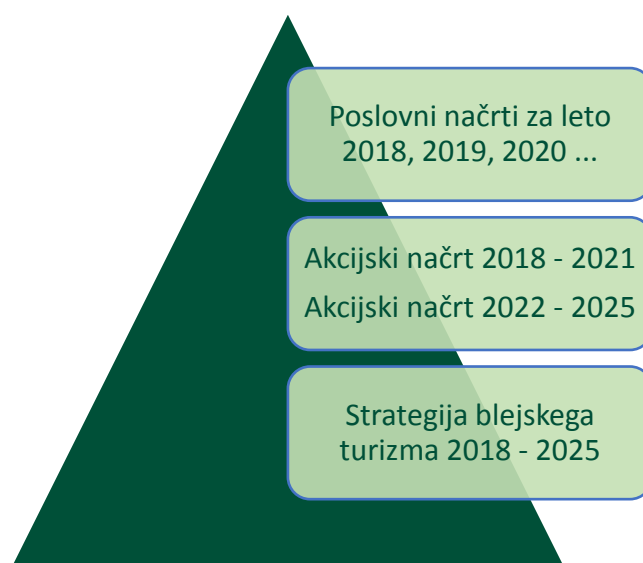
Leto 2017 je bilo v marsičem pomembno za nadaljnjo dejavnost zavoda. Zagotovo ga je najbolj zaznamovala izjemna rast turističnega obiska in soočenje s problemi, ki jih to prinaša. Tako je prišlo do priprave nove strategije in večjega povezovanja ter bolj usklajenega delovanja deležnikov, zlasti že v luči priprav na turistično sezono 2018.

Leto 2017 so zaznamovale tudi kadrovske spremembe z zamenjavo direktorja zavoda, prevzem začasnega vodenja in končno imenovanjem novega direktorja, ki bo svoje mesto prevzel predvidoma 1. 1. 2018. Poleg tega se je kolektiv razširil z vodjo kongresne dejavnosti in strokovno sodelavko predvsem za odnose z javnostmi.

Poslovni načrt za leto 2018 je pripravljen na osnovi posodobljene različice poslovnega načrta za leto 2017. Upošteva izhodišča nadaljnje rasti turistične panoge tako na Bledu kot širše v regiji. Upošteva krepitev dejavnosti zavoda v vlogi destinacijskega upravljavca in organizacije oziroma ponudbe novih programov ter storitev.

Poslovni načrt je konkretizacija izvedbenega dela nove Strategije blejskega turizma za naslednje srednjeročno obdobje od 2018 do 2025 s kratkoročnima akcijskima načrtoma, vsakim za štiriletno obdobje, pri čemer je prelom po letu 2021, ko naj bi bila zgrajena južna obvoznica mimo Bleda, kar bo bistveno vplivalo na podobo in ponudbo Bleda.

Obdobje debelih krav, ki smo mu priča, je potrebno izkoristiti za gradnjo trdnih temeljev in nadaljnjo rast, ko ta ne bo tako sama po sebi umevna. Turizem Bled bo tako v prvi vrsti krepil prepoznavnost blagovne znamke BLED, svojo povezovalno vlogo na destinaciji med različnimi deležniki in prevzemal različne razvojne pobude.



1. Ustanovitelji in statutarne zadeve

Turizem Bled, zavod za pospeševanje turizma, je bil ustanovljen leta 1999 z organizacijskim preoblikovanjem takratne Direkcije za turizem Bled s sprejemom Akta o preoblikovanju zavoda in pogodbo o ureditvi razmerij med ustanovitelji. Ustanovitelji zavoda so bili:

1. Občina Bled,
2. G&P hoteli Bled, hotelirstvo in turizem, d.o.o.,
3. Grand hotel Toplice Bled, hotelirstvo in turizem, d.o.o.,
4. Kompas hoteli Bled, d.o.o.,
5. Hotel Ribno, d.d.,
6. Hotel Krim Bled, d.o.o.,
7. Hotel Jelovica Bled, d.o.o.,
8. Ljubljanske mlekarnе, d.d.,
9. Casino Bled, d.d.,
10. TP Turizem in rekreacija Bled, d.d.,
11. Kompas Bled Turistično podjetje, d.d.,
12. Emona Globtour Ljubljana, d.d., ,
13. Albatros kongresno turistična agencija, Majda Zidanski s.p.,
14. M-tours Bled, d.o.o.,
15. Turistično društvo Bled,
16. Špecerija veletrgovina Bled, d.d.,
17. Živila Kranj, d.d.,
18. SKB Banka, d.d.,
19. Sportina Bled, d.o.o.,
20. Kanja Protect, d.o.o.,
21. leta 2001 se je naknadno pridružilo še podjetje Alpetour d.d.

V času priprave tega dokumenta so ustanovitelji zavoda še:

1. Občina Bled,

2. Sava Turizem d.d.,
3. Kompas hoteli Bled, d.d.,
4. Novi kondor d.o.o.,
5. *Hotel Jelovica Bled, d.o.o.,*
6. *Ljubljanske mlekarnе, d.d.,*
7. Casino Bled, d.d.,

8. Kompas Bled, Turistično podjetje, d.d.,
9. M Tours turistično podjetje, d.o.o.,
10. Alpetour d.o.o.,

11. Turistično društvo Bled,

12. Poslovni sistem Mercator d.d.,
13. Sportina Bled, d.o.o..

Dva izmed ustanoviteljev svoje dejavnosti na Bledu ne izvajata več in poteka prenos na drugi pravni osebi, v septembrski številki Blejskih novic pa je bil objavljen javni poziv za nove ustanovitelje. Pričakovati je, da se bo v kratkem struktura ustanoviteljev spremenila, s tem pa tudi ustanovni akt in razmerja med ustanovitelji.

Predlog novega akta je v usklajevanju, pričakovati je dokončno novelacijo v prvem trimesečju 2018. Končno soglasje k aktu mora podati tudi Občinski svet Občine Bled.

2. Zaposleni

Trenutno je v zavodu poleg direktorja sedem zaposlenih, od tega ena za določen čas, in ena pogodbeno sodelavka. Vsi delujejo na sedežu zavoda, Ljubljanska cesta 27, Bled, v prostorih Javnega zavoda Triglavski narodni park.

Status	Delovna področja
mandat	direktor
nedoločen čas	svetovalec direktorja za podr. turist. produktov in tržne politike
nedoločen čas	svetovalec direktorja za podr. informacijskega sistema
nedoločen čas	poslovni sekretar, svetovalec
nedoločen čas	svetovalec direktorja za podr. tržnega komuniciranja in prodajnega sistema
nedoločen čas	svetovalec direktorja za podr. tržnega komuniciranja in prodajnega sistema
nedoločen čas	informator
določen čas do 14.4.2018	svetovalec direktorja za podr. kongresno in poslovno-športne dejavnosti
s. p. pogodba do 31.7.2018	implementacija CRS sistema; nadomeščanje porodniškega dopusta

Po podatkih AJ PES (2015) imajo primerljive turistične organizacije na širši destinaciji naslednje število zaposlenih in letni promet:

- Kranjska Gora (7 zaposlenih, 629.792 €)
- Bohinj (6 zaposlenih, 784.214 €)
- Radovljica (6 zaposlenih, 619.107 €)
- Kranj (13 zaposlenih, 1.153.443 €)

3. Organi zavoda

Organi zavoda so:

- svet,
- direktor,
- programski svet,
- občni zbor vseh članov.

Po potrebi se za vodenje posameznih stalnih ali občasnih projektov ali reševanje posebne problematike na predlog direktorja lahko imenujejo projektni sveti. Njihovo sestavo, način imenovanja in dela določa statut zavoda.

Svet zavoda ima devet članov, ki jih imenujejo ustanovitelji, delavci, turistična društva in občni zbor. Svet zavoda:

1. sprejema statut zavoda in njegove spremembe, vse s soglasjem Občine Bled,
2. s soglasjem Občine Bled sprejema programe dela in razvoja zavoda ter spremlja njihovo izvrševanje,
3. določa letni finančni načrt zavoda na podlagi letnega programa dela s soglasjem Občine Bled,
4. sprejema letni obračun in poročilo direktorja o poslovanju zavoda,

5. odloča o uporabi dobička in kritju izgube,
6. imenuje direktorja s soglasjem Občine Bled,
7. imenuje revizorja, kolikor se svet zavoda odloči za revizijo računovodskih izkazov ali je takšna revizija predpisana,
8. obravnava mnenja programskega sveta zavoda,
9. daje direktorju soglasje k pridobitvi, odtujitvi ali obremenitvi nepremičnin in mnenje k temeljnim usmeritvah zaposlovanja,
10. daje direktorju soglasje za sklepanje pravnih poslov v skladu s statutom zavoda,
11. odloča o pristopu novih ustanoviteljev,
12. odloča o vlaganju sredstev zavoda zaradi pridobitve deleža oziroma delnic v družbi ali ustanovitvi drugega zavoda s soglasjem Občine Bled,
13. odloča o povezovanju zavoda v skupnost zavodov s soglasjem Občine Bled,
14. opravlja druge, z zakonom, to pogodbo ali statutom določene, pristojnosti in naloge.

Svet zavoda je dolžan imenovati revizorja, če zahteva revizijo računovodskih izkazov Občina Bled.

V skladu z Aktom o ustanovitvi je predsednik sveta župan Občine Bled. Na podlagi prvega odstavka 11. člena Zakona o integriteti in preprečevanju korupcije pa je županska funkcija postala nezdržljiva s predsedovanjem svetu zavoda občinskega zavoda. V skladu z obstoječimi akti in statutom seje sveta zavoda vodil namestnica predsednika Jana Špec (predstavnica turističnih društev v občini).

Poleg nje so člani sveta zavoda še Lili Ošterbenk Janša (predstavnica zaposlenih), Mojca Krašovec (predstavnica ustanoviteljev izmed hotelskih družb in igralnice), Barbara Klinar (predstavnica trgovskih podjetij), Martin Merlak (predstavnik turističnih agencij) in Anton Omerzel (predstavnik Občine Bled). Sabini Rešek in Dietmarju Terseglavu se 5. 12. 2017 izteče mandat, vendar organ, ki bi imenoval nova člana, ne obstaja, saj zavod na podlagi odločbe Ustavnega sodišča nima članstva, ki bi se sestalo na občnem zboru.

Direktor vodi delo in poslovanje zavoda ter ga predstavlja in zastopa s pooblastili, določenimi v statutu:

1. vodi delo in poslovanje zavoda skladno s sprejeto poslovno politiko, plani in programi razvoja ter sklepi sveta zavoda,
2. zavod predstavlja in zastopa s pooblastili, določenimi v naslednjem členu
3. odgovarja za zakonitost dela zavoda,
4. izvršuje sklepe sveta zavoda,
5. predlaga svetu zavoda sprejem sklepov iz njegove pristojnosti,
6. predlaga takojšen sklic seje sveta, če posebne okoliščine to zahtevajo,
7. skrbi za pravilno vodenje poslovnih knjig, za pravočasno sestavo letnega poročila in pripravo finančnega načrta,
8. pripravlja letno poslovno poročilo, na zahtevo sveta zavoda pa tudi medletna poročila po stanju in poslovanju zavoda,
9. poroča o delu zavoda svetu in programskemu svetu,
10. odloča o zaposlovanju v skladu s smernicami sveta zavoda,
11. predlaga uporabo dobička in pokrivanje izgube,
12. sprejema splošne akte zavoda, razen tistih, ki so v pristojnosti drugih organov,
13. opravlja druge naloge, določene s predpisi, aktom o ustanovitvi, tem statutom ali sklepom sveta zavoda.

Programski svet spremlja in usmerja strokovne zadeve s področja dejavnosti zavoda. V njem se zagotavlja sorazmerna zastopanost članov posameznih, s turizmom povezanih, dejavnosti. Sestavo, pristojnosti in način dela programskega sveta določa statut.

Občni zbor sestavljajo vsi člani in ustanovitelji zavoda. Pristojnosti in način dela občnega zbora določa statut, vendar zaradi odločne Ustavnega sodišča tega organa ni možno konstituirati in ne deluje.

4. Pravni status zavoda

Zavod ima status zasebnega zavoda, ki deluje v javnem interesu. V skladu s 15. členom ZSRT je Turizem Bled leta 2004 od Ministrstva za gospodarstvo pridobil status, da deluje v javnem interesu na področju spodbujanja turizma. Status je potrebno obnoviti vsakih pet, zadnjo odločbo za dobo petih let je zavod prejel v letu 2014.

Knjigovodstvo se tako v osnovi vodi po načelih kot velja za tržne subjekte, hkrati pa se prikazuje poslovanje tudi po sistemu denarnega toka. Zavod se sicer uvršča med subjekte s področja gostinstva in turizma, prav tako uporablja panožno kolektivno pogodbo za te dejavnosti.

5. Dejavnosti zavoda

Akt o preoblikovanju zavoda in pogodbo o ureditvi razmerij med ustanovitelji določa, da v okviru registriranih dejavnosti zavod zagotavlja:

- oblikovanje celovite turistične ponudbe območja občine,
- informiranje obiskovalcev v okviru turistično-informacijskega centra,
- promocijo turistične ponudbe,
- sooblikovanje turistične ponudbe Slovenije in njene promocije,
- vključevanje aktivnosti turističnih društev s statusom društev, ki delujejo v javnem interesu,
- organizacijo in izvajanje prireditev, povezanih s turizmom,
- spodbujanje razvoja in urejanje objektov turistične infrastrukture na območju občine.

V aktu je zapisano, da zavod s svojo dejavnostjo ne bo konkuriral ustanoviteljem.

6. Cilji Poslovnega načrta za leto 2018

Osnovni cilj je uresničiti zastavljene aktivnosti v predvidenih finančnih (prihodkovnih in odhodkovnih) okvirih. Pri tem je potrebno zagotavljati tekočo likvidnost zavoda, ki se je v zadnjem obdobju stabilizirala in ne predstavlja večjega tveganja.

Na srečanjih deležnikov turizma na Bledu je Občina Bled oblikovala načelno zavezo, da se 2/3 prilivov v občinski proračun iz naslova turistične takse nameni za dejavnost zavoda,

turističnih društev in razvoj turistične promocije ter drugih nalog s področja spodbujanja turizma. V letu 2017 je ocenjen prihodek turistične takse 1.200.000,00 EUR, kar zaokroženo pomeni 800.000,00 EUR za spodbujanje dejavnosti turizma, od tega 25.000,00 za razpis za turistična društva, 25.000,00 za članarino združenjem Alpine Pearls in Povezanost v Alpah ter ostale aktivnosti občine na področju turizma. Za dejavnost in program Turizma Bled ostane razlika 750.000,00 EUR. Poleg tega Turizem Bled načrtuje 300.000,00 EUR lastne realizacije.

7. Vsebinska struktura poslovnega načrta

Programsko delo zavoda je razdeljeno na štiri področja:

- 1) **Upravljanje zavoda in destinacije** poleg klasičnega poslovanja obsega nove projektne ideje, raziskave, nadzor kakovosti turistične ponudbe, izvajanje strategije, odnose z javnostmi in povezovanje znotraj destinacije;
- 2) **Upravljanje blagovnih znamk**, ki se navezuje na razvoj znamke Bled, Imago paradisi in krepitev prepoznavnosti Bleda v turističnem pogledu s pomočjo trženja, produkcijo promocijskih materialov, odnosov z javnostmi in podobnimi aktivnostmi, ter povezovanje na regijski in mednarodni ravni, zlasti Julijske Alpe in Alpine Pearls;
- 3) **Storitve zavoda**, ki obsega informacijsko podporo destinaciji v okviru obeh infocentrov in Feratela, prireditve, razvojne produkte ter storitve, ki jih izvaja zavod;
- 4) **Kongresni urad Bled**, ki obsega podporo na kongresnem področju in velikim športnim prireditvam z mednarodno udeležbo.



1) Upravljanje zavoda in destinacije

1.1. Organizacijske aktivnosti pri upravljanju zavoda

Najpomembnejše dejstvo pri vodenju zavoda je imenovanje in pričetek dela novega direktorja s polnim mandatom, predvidoma 1. 1. 2018.

Nadaljevati je potrebno optimizacijo delovnih procesov z bolj ciljnim usmerjanjem dela zaposlenih za doseganje strateških ciljev zavoda in s tem vseh deležnikov turizma na Bledu ter povečevanjem izvajanja storitev, ki bogatijo ponudbo Bleda z zasledovanjem uravnavanja sezonskih neravnovesij in iskanjem novih, predvsem stabilnih tržnih segmentov z višjo dodano vrednostjo.

Zagotoviti je potrebno popolno konstituiranje vseh organov upravljanja in nadzora v zavodu, med drugim tudi redne seje sveta zavoda in sestanke projektnih skupin.

1.2. Implementacija Strategije blejskega turizma 2018 – 2025

Izhodišča za pripravo nove strategije so bila pripravljena v obliki povzetkov vseh dosedanjih strategij, poslovnih načrtov in modelov ter delavnic in izobraževanj od leta 1997 dalje. Iz teh gradiv izhaja analiza stanja, dodani so izsledki aktualne ankete in združeni s siceršnjimi razvojnimi načrti občine na eni strani, predvsem povezanih z izboljšanjem javne infrastrukture, ter načrti posameznih turističnih ponudnikov.

Nova strategija bo do konca izdelana v prvem trimesečju 2018, ko naj bi jo marca na svoji seji sprejel tudi Občinski svet Občine Bled. Del strategije bo tudi akcijski načrt. Turizem Bled bo glavni nosilec aktivnosti akcijskega načrta, za kar bo potrebno veliko usklajevanja z drugimi deležniki.

1.3. Izvedba ankete o turistični ponudbi Bleda

Na osnovi lanske ankete bo pripravljena nova, ki bo bolj celovito zajela profil in potrebe (in potrošnjo) gostov na Bledu, poleg tega je potrebno temeljito analizirati tudi obstoječo turistično ponudbo in pričakovanja različnih deležnikov (tudi občanov), kar je sicer tudi ena izmed aktivnosti iz akcijskega načrta strategije. Del ankete mora biti nevtralna aktivnost »skrivnostnih nakupov«, katerih namen je soočenje s ključnimi izzivi pri oblikovanju ponudbe.

1.4. Povezovanje turističnih deležnikov in upravljanje destinacije

Bled je pomembna in vplivna blagovna znamka v širšem prostoru, vendar jo je potrebno krepiti tudi na destinaciji med vsemi deležniki. Močna zavest daje tudi močne temelje uspešnemu delu za skupne cilje. Zato je potreben nadaljnji dialog z različnimi deležniki na destinaciji na vseh ravneh, ki je bil začel v letu 2017.

Pomemben dogodek je srečanje vsega turističnega gospodarstva, predvidoma 17. 5. 2018 pred sezonskim otvoritvenim vikendom, takoj po Novem letu je načrtovano srečanje gostincev in trgovcev, medtem ko so bili sobodajalci nagovorjeni v okviru srečanja TD Bled.

Izhodišča za boljše upravljanje z destinacijo zlasti v času vrhunca poletne turistične sezone so bila oblikovana na razširjeni seji sveta zavoda, skupaj z Občino Bled, MIR, Infrastrukturo Bled, turističnimi društvi:

OBČINA BLED:

- namestiti informacijsko tablo na vhodu na Bled, ki obvešča glede prostih mest na javnih parkiriščih;
- novo parkirišče pri Infrastrukturi;
- treba je upoštevati absorpcijsko (nosilno) sposobnost Bleda – določiti drugačne cene parkiranja za hotelske goste, avtobuserje;
- občinski svetniki naj se opredelijo do tega problema (omejitve nastanitvenih kapacitet v OPN);
- prevozi od parkirišč do gradu in skozi mestno središče;
- namestiti dovolj stranišč;
- enosmerna cesta do kampa in izvoz preko Kolodvorske na novo obvoznico;
- zakon o Bledu

MIR Bled, Bohinj, Železniki:

- razbremeniti redarstvo neredarskih nalog;
- nameniti dodatna sredstva za dodatno redarsko in komunalno službo v višini 200-300.000 EUR v občinskem proračunu;
- kdor ne plačuje turistične takse, se ga imenuje;
- uvesti »pajka« za odstranjevanje nepravilno parkiranih vozil v visoki sezoni;

INFRASTRUKTURA BLED

- napisati zaokrožena pravila eko obnašanja, ki se jih da na spletno stran;
- izdelati informacijski material, ki ga dobi gost Bleda in opozoriti, da je Bled trajnosten, kje se lahko parkira, kopa – le-ta naj bo tudi pripomoček redarski službi (letak kot se deli v hostlih);
- namestiti pitnike, obveščati goste o pitni vodi na Bledu;

TURISTIČNO DRUŠTVO BLED (in ostali: B. Bela, Ribno, Zasip)

- akcija »ask me I am local«, v kateri je župan pripravljen sodelovati kot ambasador, lahko se jih nagradi z letno kartico;
- pregledati odlok o javnem redu in miru ter ga ustrezno dopolniti;
- število privatnih sobodajalcev se je v zadnjih letih zelo povišalo, treba bo drugače začeti z njimi komunicirati;

TURIZEM BLED

- prireditve za stacionarne goste in ne za enodnevne obiskovalce;
- ne velikih prireditev v času visoke sezone;
- če se ne dobi podatkov od turističnih oddajalcev, se prijavi »skriti gost« (zagotoviti fond denarja) in tako razkrije kršitelje.

Vsak od deležnikov bi moral pripraviti ukrepe, saj se s takim stanjem v visoki turistični sezoni ne smemo sprijazniti. Potrebno bo delati na kakovosti in na tak način dvigniti cene.

2) Upravljanje blagovnih znamk

2.1. BLED Podoba raja (Imago paradisi)

Identiteta Bleda je osnoven marketinški pogoj za njegovo uspešno trženje, uresničevanje zastavljenih ciljev in doseganje njegove dolgoročne vizije. Blagovna znamka Bled je in mora postati simbol naše profesionalnosti, vrhunske kakovosti in odličnih zmogljivosti; vse bolj pa tudi simbol urejenega, zaupanja vrednega partnerja. Njeno dosledno uresničevanje in uporaba zagotavljajo kakovosten razvoj in usklajeno gradnjo turističnega produkta Bled. Imago paradisi je krovna znamka vsem turističnim znamkam, ki se pojavljajo in tržijo na Bledu, zato si bomo prizadevali za njegov nadaljnji razvoj in prepoznavnost.

Trženje se vse bolj usmerja v uporabo digitalnih orodij, zato je za leto 2018 predvidenih več digitalnih kampanj, tako poleti kot pozimi. Zavod bo še naprej skrbel za redne aktivnosti oziroma objave na družabnih omrežjih, v katere je vključen:

- Facebook (<https://www.facebook.com/LakeBledSlovenia>, <https://www.facebook.com/TasteBled/>, <https://www.facebook.com/OberkrainerfestBled/>, <https://www.facebook.com/BledWinterSwimmingCup/>),
- Twitter (<https://twitter.com/BledSlovenia>),
- Instagram (<https://www.instagram.com/bledslovenia/>)
- Youtube (<https://www.youtube.com/user/turizembled>).

Občasno se izvajajo nagradne igre preko socialnih omrežij. Na drugi strani klasičnega oglaševanja tako skoraj ni več. Bled se pojavlja le v ciljno usmerjenih publikacijah, predvsem tujih. Pomembna je sezonskost, saj poletne promocije zaradi prezasičenosti praktično ne izvajamo več. Lokalno smo kot oglaševalci prisotni na blejskih dogodkih in festivalih oziroma v primeru lastnih prireditev. Glavne aktivnosti so usmerjene v zimske mesece in ponudbo, ki pomeni potencial novih segmentov gostov.

Podobno velja za sejemske nastope, ki se v letu 2018 izvajajo po programu in v sodelovanju z STO ter na osnovi usklajenega dogovora v okviru skupnosti Julijske Alpe. Za samostojne nastope se zaradi razmeroma visokih stroškov praviloma ne odločamo več.

Med tiskanimi promocijskimi materiali so predvidene »Mini informacije«, »Koledar prireditev Festivalsko poletje«, tematski letaki za Narodnozabavno Hit parado in zimsko ponudbo, promocijske vrečke, tujejezični vložni listi, zemljevid trganka, zemljevid Bleda ...

Vzporedno s pripravo nove strategije bo osvežena spletna stran www.bled.si, ki ji bomo v uredniškem smislu dali več pozornosti in ponovno oživili njen tržni potencial za oglaševalce, saj gre za eno najbolj obiskanih spletnih strani v Sloveniji.

Bled v letu 2018 vstopa v Zeleno shemo slovenskega turizma - Slovenia Green. Shema do danes združuje že 22 destinacij in 13 ponudnikov z uspešno pridobljenim znakom Slovenia Green. Zelena shema slovenskega turizma (ZSST) je celovito zasnovan nacionalni sistem za pospeševanje razvoja trajnostnega turizma v Sloveniji na vseh stebrih trajnostnega razvoja, okoljskem, družbenem in ekonomskem.

Shema, katere lastnik je Slovenska turistična organizacija, je namenjena tako destinacijam kot tudi ponudnikom turističnih nastanitev in turističnim agencijam. Na Bledu smo se pridružili destinacijam, ki svojo trajnostno poslovanje na področju turizma presojujejo z mednarodnimi orodji Green Destinations Standard in ETIS, kar nam bo omogočilo tako nacionalno kot mednarodno primerljivost in vidnost. Na poti do znaka Slovenia Green, ki bo predvidoma trajala do konca letošnjega leta, bomo prek različnih aktivnosti zbirali podatke o trajnosti našega turističnega razvoja ter osveščali lokalno prebivalstvo, gospodarstvo, obiskovalce in preostale deležnike o pomenu trajnostnega turizma.



Sprejem tujih študijskih skupin (novinarji, agenti, tour operaterji, snemalne ekipe) temelji na principu selekcije in pričakovane dodane vrednosti, torej bomo povabili in sprejeli skupine v skladu s poslovno usmeritvijo in strategijo razvoja destinacije. Ekipe na Bled prihajajo na tri načine: v okviru povabila in izbora STO, preko uveljavljenih profesionalnih PR organizacij ali po našem lastnem izboru.

Neposredni stroški aktivnosti/sprejema ekip so doslej znašali okrog 5.000 EUR, so bistveno nižji od učinka, ki ga od obiskov ekip upravičeno pričakujemo in po izkušnjah tudi dobimo ter tudi bistveno nižji od oglaševanja v tiskanih in spletnih medijih.

V letu 2016 smo sprejeli 100 ekip, približno enaka številka se obeta v letu 2017 in tudi predvidevanja za leto 2018 so v teh okvirih.

Objave novinarskih ekip spremljamo in med drugim tudi pripravimo izčrpno poročilo. Enako sledljivost želimo zagotoviti tudi pri touroperaterjih in agentih, torej ali vključijo Bled v svojo ponudbo in koliko gostov rezervira namestitev na Bledu.

2.2. Julijske Alpe in druge povezave

Bled je član združenja Julijske Alpe, v okviru katerega se izvajajo skupne promocijske aktivnosti: skupni sejamski nastopi, PR sprejemi in predstavitve, promocijski materiali (brošure, karte,..), priprava skupnih produktov, sodelovanje na projektih ... Združevanje aktivnosti pod enotno blagovno znamko Julijske Alpe ima predvsem vrsto prednosti: gre za širšo destinacijo in s tem prepoznavnost ter več ponudbe (privlačnosti) za goste; trženjske aktivnosti so zaradi večjega števila partnerjev in sofinancerjev lahko večje, spleta pa se

vsakemu partnerju posebej (Bled prispeva praviloma med 20 in 25 % za posamično aktivnost):

Skupnost JULIJSKE ALPE: Plan sejmi in borze 2018

Datum	Naziv sejma	Predviden strošek JA,	Predv. BLED
9.1. - 14.1.	Vakantiebeurs Utrecht	3.729	1.290
11.1. - 14.1.	Ferienmesse Dunaj	2.685	714
1.2. - 4.2.	Vakantie Salon Bruselj	3.365	884
6.2. - 7.2.	IMTM Izrael	2.780	728
21.2. - 25.2.	FREE München	3.171	1.079
7.3. - 10.3.	ITB Berlin	2.914	963
november	WTM London	4.994	1.651
18.1. - 21.1.	Regiontour Brno	650	170
25.1. - 28.1.	IFT Bratislava	650	170
15.2. - 18.2.	Holiday World Praga	600	157
13.1. - 21.1.	CMT Stuttgart	244	64
20.1.-21.1.	Adventure Travel Show London	244	64
2.3 - 4.3.	Fiets & Wandelbeurse Utrecht	244	64
marec	Salun du Randenneurs Lyon	244	64
april	Bike fest Willingen	244	64
avgust	Eurobike Friedrichshafen	244	64
september	Expo Bici Padova	244	64
september	Tour Natour Düsseldorf	244	64
oktober	Alpin Tag Köln	244	64
SKUPAJ SEJMI IN BORZE		27.734	6.731

Plan druge aktivnosti

	Promocijske aktivnosti Benelux	5.922	1.550
	Promocijske aktivnosti Vel.Britanija	9.000	2.355
	Promocijske aktivnosti Češka/Slovaška	9.000	2.355
	promocijske aktivnosti Italija	8.400	2.198
	Digitalno oglaševanje	5.000	1.309
	PR - MGM Optima	12.000	3.140
	CGP, katalog JA - projekt	Financiranje iz EU projekta	
	Spletna stran JA - projekt		
	Julijske Alpe - projekt (trasiranje, alpikacija, zgodbe, trženjska strategija, ostalo)		
	Koordinacija (zaposlitev = 2-letni projekt)		
	Članarina JA	20.000	5.234
	SKUPAJ OSTALE AKTIVNOSTI	69.322	18.142
	SKUPAJ JA 2018	97.056	24.873

V bližnji prihodnosti si bomo prizadevali za našo aktivnejšo in pomembnejšo vlogo v okviru Julijskih Alp. Ugled in pozicija Bleda sta se v zadnjem obdobju prej oslabila, čeprav predstavlja najmočnejšo destinacijo v združenju. Koncept tovrstnega združevanja izrazito podpira nova strategija slovenskega turizma na državni ravni. Strategija prehaja na predstavljanje in trženje makroregij, kje spada pod okrilje t.i. Alpske Slovenije. Ta nova strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 - 2021 predvideva razdelitev na tržno logične turistične makroregije, ki so osnovane na geografsko zaokroženih enotah in si delijo enako ali podobno ponudbo oziroma produkte ter so prepoznavne na globalni ravni. V tej skupnosti se bomo predstavljali v okviru združenja Julijske Alpe.

Destinacija Bled je tudi članica združenja Alpine Pearls, ki šteje 25 članov, od leta 2008, lani se je pridružil še Bohinj. Med rednimi aktivnostmi je udeležba na letni skupščini, aktivno sodelovanje v združenju, skupna promocija, video predstavitev, študijske skupine. Po uspešni skupščini 2017 in izvedbi projekta GEMS na Bledu, maja ali junija 2018 ponovno gostimo GEMS, pri čemer so aktivnosti preko občine sofinancirane z 8.000,00 EUR nepovratnih sredstev EU projekta.

V okviru destinacijskega pristopa k promociji se izvede tudi izjemno veliko stikov z javnostmi, katerih glavna naloga je praviloma organizacija in izvedba (sprejem, vodenje, predstavitev/promocija destinacije in produktov) študijskih obiskov novinarjev, agentov in drugih zainteresiranih subjektov iz tujine. Na to dejavnost so v veliki meri vezane tudi odločitve glede oglaševanja in udeležbe na sejmih ali predstavitvah.

Poleg vseh promocijskih aktivnosti upravljanje blagovnih znamk spremlja močna razvojna komponenta. V pripravi je kar nekaj projektov, ki jih je potrebno že na samem začetku ustrezno ciljno oblikovati in usmeriti ter nato pripeljati do izvajanja. Veliko aktivnosti v okviru Julijskih Alp je vezanih na geografski položaj in prekrivanje z območje Triglavskega narodnega parka. S to povezavo (UNESCO MAB območja; razvojna regionalna in čezmejna sredstva za zavarovana območja) je tudi praktično edini način do dostopanja do različnih dodatnih (nepovratnih) virov financiranja.

In nenazadnje, ravno vključevanje in razvoj takratne turistične mreže gorenjskih občin (RDO Gorenjska) ter povezava s Triglavskim narodnim parkom je omogočila investicijo in vzpostavitev osrednjega Infocentra Triglavska roža Bled in uspešno kandidiranje za EU sredstva.

3) Storitve zavoda

3.1. Organizacija prireditev



Zelena nit letnih prireditev je predvsem »festivalsko poletje« in gastronomska ponudba na Jezerski promenadi. Poleg tega se v (so)organizaciji Turizma Bled odvija še nekaj drugih prireditev. Številni organizatorji izvajajo športne in rekreacijske dogodke. Razvojna usmeritev zavoda in vsebinska dodana vrednost pa je usmerjena predvsem v zimski čas, ko se odvijajo dogodki pod okriljem blagovne znamke »zimski pravljica«. Do sedaj znani ali tradicionalni dogodki na Bledu za leto 2018 so:

10.2.	Zimsko plavanje
11.2.	Pustovanje
21.-23.3.	Blejski vodni festival
Marec/april	Mladinsko šahovsko prvenstvo
	Velikonočni dogodki
18.- 20. 5.	Uvod v letno sezono: <ul style="list-style-type: none">• Svetovni dan čebel• Harmonike ob Blejskem jezeru
8.-10.6.; 15.-17.6.	Veslaška tekmovanja
junij	Festival Bled
22.-24.6.	Blejski kolesarski festival
1.7.	Riklijev pohod
7.7.	Bled v belem
14.7.	Nočna 10ka na Bledu
16.7.-22.7.	Blejski dnevi
23.7.-5.8.	Okarina etnofestival
6.8.-19.8.	Okusi Bled
24.8.	Labodje jezero
1.9.	Triatlon Bled
2.9.	Originalni Bolle tek okoli jezera
7.-9.9.	Evropsko veteransko prvenstvo v plavanju
10.11.	Jesenska narodnozabavna HIT parada
11.11.	Martinovo na Bledu
17.-30.11.	Svetovno šahovsko prvenstvo

Novost letošnje zime je park ledenih skulptur z blejskimi motivi, ki pa je finančno zahteven in močno odvisen od vremenskih pogojev. Na podlagi letošnjih izkušenj bo oblikovan predlog glede nadaljnjih postavitvev.

Velik poudarek pri določanju prireditvenega programa je v sodelovanju z občino in drugimi organizatorji preusmerjanje bolj obremenjujočih dogodkov izven glavne turistične sezone. Tako je npr. prestavljen termin kolesarskega festivala na konec junija iz avgusta, za 2019 je predviden premik termina Nočne 10ke ... Projekt Okusi Bled bo časovno skoncentriran z namenom obogatitve gastronomske ponudbe in razbremenitve obstoječih gostinskih lokalov, vendar bo glasbeni program zgolj kot dopolnitev in ne osrednja vsebina dogodkov na Jezerski promenadi.

3.2. Zimskošportni produkti

Zavod je koordinator sistema Ski-pass Slovenske Alpe, sistema enotne smučarske vozovnice z vključenim avtobusom. Kombinirana smučarska vozovnica Ski-pass je osnovni element naše zimske ponudbe na Bledu. Sistem deluje od decembra do sredine marca. Sistem prevozov na smučišča, ki je vključen v ceno ski-passa je zaenkrat edini način, kako v sedanji konkurenci v tem delu Evrope, Bled pozimi lahko ohrani svoj produkt in goste – smučarje. Na Bledu lahko kljub slabšim pogojem za smučarje svojim gostom ponudimo kakovostno smučanje.

Zavod prevzema urejanje smučarsko-tekaških prog v sodelovanju s partnerji za obogatitev zimske ponudbe, v teku so dogovori za tekaško-smučarski avtobus na Pokljuko.

Sicer bomo podprli tudi zimske produkte na Straži in v Ledeni dvorani v organizaciji Infrastrukture Bled. Pri tem je potrebno poudariti, da smo v letu 2017 s 30.000 EUR sofinancirali nakup novega športnega poda za prekritje ledene ploskve, kar omogoča večjo uporabnost dvorane za različne namene.

Pokal Bleda v zimskem plavanju se bo v letu 2018 odvijal v dosedanjih okvirih, v teku pa so dogovori z mednarodno zvezo, da bi Bled uvrstili na svoj koledar dogodkov, kar zagotavlja tudi 500 mednarodnih udeležencev, izvedba svetovnega prvenstva pa 1.500 v trajanju ene teden. Prav tako so stiki navezani z organizatorji portoroškega novoletnega skoka v morje zaradi večje popularizacije dogodka na Bledu.

3.3. Trajnostna mobilnost

V infocentrih se oddajajo klasična, gorska in električna kolesa, s katerimi se gostje lahko gibajo trajnostno po Bledu in okolici. V letu 2017 sta Turizem in Občina Bled vzpostavila začetek mreže izposojevalnic koles na Bledu in okolici ter povezovanje s sosednjimi občinami. Upravljavca celotnega sistema je Turizem Bled. V letu 2018 občina predvideva nakup še dveh postaj, v nadaljevanju naj bi se sistem širil. Sistem že deluje na Jesenicah in v Kranjski Gori ter Kranju. Računamo na sodelovanje Radovljice (zlasti ŽP Lesce) in Gorij (zlasti Vintgar).



V sodelovanju z občino in Direkcijo RS za infrastrukturo bodo pred poletjem oz. z odprtjem severne obvoznice, v okviru katere bo zgrajena tudi nova kolesarska poveza od Ljubljanske do Kolodvorske ceste, na novo označene kolesarske povezave skozi in po občini (sistem daljinskih, regionalnih in lokalnih povezav).

Pri tem je pomembno dejstvo, da je občina prevzela ključne aktivnosti za čim hitrejšo izgradnjo kolesarske povezave do Bohinja. V ta namen bodo porabljena nepovratna sredstva iz t. i. Dogovora za razvoj regij v višini pribl. 1,25 mil. EUR, 0,75 mil. pa bo dodala iz lastnega proračuna. Občina bo nov pristop k označevanju kolesarskih povezav tako s prometnimi znaki kot talnimi znaki implementirala tudi v okviru obstoječih občinskih cest (npr. del prenovljene Cankarjeve ceste). Na ta način bodo zagotovljena bistveno boljša izhodišča za trženje Bleda kot kolesarske destinacije.



Zavod je že pristopil k nadgradnji in prenovi označitve pohodniških poti na Bledu in okolici. Spomladi 2018 bodo vzpostavljene nove oznake in na novo vzpostavljena krožna pot po osamelcih nad jezerom. Koncept poti je izdelan na 4 težavnostnih ravneh, vključno z namigi za izlete v visokogorje z Bleda kot izhodiščne točke. Pohodništvo je poleg kolesarstva drugi steber trajnostne mobilnosti po Bledu in okolici.

Občina je izvedla javno naročilo za nakup 10 polnilnic za električna vozila, ki bodo postavljene v večji meri v okviru hotelov, nekaj jih bo tudi na javnih parkiriščih, poleg že obstoječih. Tako bo na Bledu spomladi 2018 15 polnilnic. V promocijske namene in za lastne

potrebe (poltovorno vozilo) ob ustrezni pridobitvi nepovratnih sredstev bo električno vozilo kupil tudi zavod (prim. Kavalir v Ljubljani ali Kranvaj v Kranju).

Koncept trajnostne mobilnosti podpirajo zlasti izkušnje partnerjev združenja Alpine Pearls. Zato je potrebno nadaljnje vplivanja na čim hitrejšo integracijo javnih potniških prevozov na državni in mednarodni ravni. Ena ključnih šibkih točk Bleda je tako npr. dostopnost z vlakom in njegova povezljivost z avtobusnimi linijami. Na drugi strani je potrebno vsaj v času visoke turistične sezone zagotoviti lokalne javne prevoze, kar bosta predvidoma soorganizirala občina in Zavod za kulturo. Dobra praksa pa so zagotovo hop-on/hop-off povezave proti Radovljici in Pokljuki.

3.4. Informacijska podpora

Informiranje gostov na destinaciji pod okriljem zavoda bo v letu 2018 potekalo prek dveh turistično-informacijskih centrov, pri čemer se sredstva za to dejavnost povečujejo zaradi povečanega obsega obiskovalcev zlasti v TIC:

- Infocenter Triglavsko roža Bled kot lastna storitev zavoda,
- TIC v okviru TD Bled.

Delo v infocentru obsega dajanje informacij, prodajo izdelkov, izposajo gorskih in električnih koles, rezervacijo namestitev preko sistema Feratel, prodajo Ski pass kart, skrb za urejenost prostora in naročanje manjkajočih tiskovin in prodajnih izdelkov. Večji poudarek bo na prodajnih aktivnostih različnih produktov in storitev, kar posledično pomeni tudi večjo realizacijo tržnih prihodkov. Dnevno se beleži statistika obiska po državah prihoda in sproti spremljala prejem in predaja promocijskih materialov.

V 2018 je na področju informacijskih tehnologij in podpore trženju načrtovana posodobitev spletnih strani, razvoj mobilnih aplikacij za pohodništvo in kolesarstvo ter večja usmeritev v razvoj orodij za digitalni marketing ter neposredno ponudbo za ciljne skupine, ki jih bomo opredelili z novo strategijo (persone slovenskega/blejskega turizma).

Vzpostavljen rezervacijski sistem Feratel gostom omogoča rezervacijo nočitev, aktivnosti in turističnih paketov prek spletne strani www.bled.si in omogoča prodajo oziroma rezervacijo omenjenih v turistično informacijskih centrih. Cilj v letu 2018 je širjenje mreže partnerjev in povečano število ustvarjenih rezervacij. V tem okviru bo poskrbljeno tudi za aktivno podporo in izobraževanje vseh vključenih partnerjev. V dveh do treh letih je potrebno za 5-6-krat povečati obseg realizacije iz tega naslova, da se bo projekt sam financiral. V letu 2018 je načrtovano vsaj 50% povečanje realizacije iz tega naslova. Ponudnikom bomo aktivneje pomagali pri uporabi sistema in implementaciji t.i. channel managerjev za upravljanje med različnimi rezervacijskimi sistemi.

NAVIGACIJA

- Nastanitve
- Dodatne storitve
- Paketi

VAŠA POIZVEDBA

Prihod: 22. nov 2017
 Odhod: 25. nov 2017
 Noč: 3

Zasedenost: Nastanitve za 3 odrasli

SPREMI

FILTRIRAJ REZULTATE

VRSTA NASTANITVE

- hotel (9)
- apartma (32)
- turistična kmetija (2)
- zasebna soba (2)
- penzion (2)
- počitniška hiša (3)

OPREMLJENOST

- hišne živali dobrodole (14)
- sauna (14)
- parkirišče za avtomobile (32)
- notranji bazen (4)
- družinam prijazni (19)
- dostopno za invalide (8)

49 RAZPOLOŽLJIVIH NASTANITEV

Prikaz seznama

Prikaz zemljevide

RAZVRSTI PO

Skupna cena
Kraj

Kategorije
Možno rezervirati

Ocene
Zvezdice

Ime

Stran 1 2 3 4 5

EUR

Apartmenti Gregorc



apartma Bled

★★★★☆

4,7 / 5

52 Ocene

GARANCIJA NAJBOLJŠE CENE

od 115,62
na bivanje v EUR
Brez oskrbe

IZBERI

Bohinjaška Bela 8, SI-4203, Bohinjaška Bela

Nahajeno se v idilčni majhni vasi Bohinjaška Bela, ki je le 4 km oddaljena od Bleda v smeri proti Bohinju, na obrobju [več...](#)

Apartmenti Jenny



apartma Bled

★★★★☆

GARANCIJA NAJBOLJŠE CENE

od 262,62
na bivanje v EUR
Brez oskrbe

IZBERI

Levstikova 10, SI-4260, Bled

Na Bledu, 3 minute hoje od centra Bleda in Blejskega jezera, na zelo mirni lokaciji se nahaja nova visokopriščna [več...](#)

Apartmenti Katja



apartma Bled

★★★★☆

od 185,62
na bivanje v EUR
Brez oskrbe

IZBERI

Jelovška c.7, SI-4260, Bled

Apartment Katja se nahaja v mirni soseski, v priložju družinska hiša. Do

4) Kongresni urad Bled

Kongresni urad Bled v okviru zavoda Turizem Bled je uradno pričel delovati 15.3.2017 z zaposlitvijo vodje urada. Urad je ob podpori Občine Bled ustanovilo osem ustanovnih partnerjev, poleg Turizma Bled še, Sava Turizem d.d., Novi kondor družba za hotelirstvo in nepremičnine d.o.o., Kompas hoteli Bled d.d., Hotel Jelovica Bled d.o.o., Višja šola za gostinstvo in turizem Bled, Zavod za kulturo Bled in Infrastruktura Bled d.o.o. Na mesto Novega kondorja je vstopila družba Epidos d.o.o. (Hotel Ribno), na mesto Hotela Jelovica Bled pa družba Zorn HJB d.o.o. V teku so dogovori še z družbo Blejski otok d.o.o.

Cilj Kongresnega urada je mednarodna promocija in trženje Bleda kot kongresne destinacije in destinacije za motivacijska potovanja, pridobivanje mednarodnih in drugih poslovnih srečanj in dogodkov na Bled. Delovanje urada je neprofitno, saj zainteresiranim organizatorjem dogodkov svoje storitve nudi brezplačno in nepristransko.



Delovni načrt urada za leto 2018 zajema aktivnosti, ki so potrjene s strani ustanovnih članov in zajema aktivnosti za promocijo Bleda kot destinacije za mednarodne kongrese in konference, vladne dogodke in večje športne dogodke / evropska ali svetovna prvenstva in pokali. Marketing zajema vsebinsko in digitalno promocijo na spletu in novičnik. V letu 2017 je bila vsebinsko nadgrajena spletna stran urada, s tedenskim novičnikom in vsebinami, ki se objavljajo na spletni strani in družabnih omrežjih (v letu 2017 vzpostavljen profil Bled Convention Bureau na Facebook, LinkedIn, Instagram in Twitter profilu). Nadgradnja v letu 2018 bo vzpostavitev mesečnika, ki bo v digitalni verziji poslan na naslove klientov, partnerjev in tujih organizatorjev dogodkov.

V letu 2018 urad načrtuje obisk tujih borz, ki so ključnega pomena za promocijo destinacije v industriji srečanj. To so: Conventa 2018, IMEX Frankfurt in IBTM Barcelona. Po izkušnjah 2017 so bili sestanki na teh borzah kvalitetni in uspešni, zato bo urad nadaljeval s sodelovanjem na teh borzah, tudi v sodelovanju s Kongresnim uradom Slovenije. Poleg borz se bo Kongresni urad udeležil tudi dogodka, ki ga bo Kongresni urad ciljno organiziral v Nemčiji za tuje organizatorje dogodkov.

Kongresni urad Bled se je v letu 2017 priključil mednarodnemu združenju ICCA (International Congress and Convention Association). S tem je pridobil dodano vrednost pri promociji na tujih trgih, prepoznavnost in veljavo. Kongresni urad Bled bo nadaljeval s promocijo preko kanala ICCA, kar pomeni rabo in vključevanje izvedenih dogodkov v podatkovno bazo ICCA, udeležba na ICCA kongresu in uporabo podatkovne baze ICCA za iskanje potencialnih dogodkov za Bled.

Ključnega pomena za promocijo destinacije so se v letu izkazali obiski klientov na Bledu. Tudi v letu 2018 se načrtujejo ogledni obiski Bleda in sicer v sklopu oglednega obiska (FAM Trip) ob Conventi za pribl. 20 – 30 klientov, pomladnega in zimskega oglednega obiska, ki ju bo urad izpeljal skupaj s Kongresnim uradom Slovenije in dva ciljno usmerjena ogledna obiska za organizatorje dogodkov iz Velike Britanije in Nemčije. Na ta način bo urad na Bled pripeljal pribl. 120 klientov, ki bodo preverjeno uveljavljeni klienti z zgodovino uspešno izpeljanih dogodkov.

Finančni načrt je usklajen z aktivnostmi delovnega načrta 2018, ki ga potrди projektni svet kongresnega urada, pri tem odhodki predvidevajo zaposlitev vodje urada in druge splošne stroške v višini 45.000 EUR, kar je sofinancirano iz postavke turistične takse, in sofinanciranje ustanovnih partnerjev, ki za izvajanje aktivnosti prispevajo enak sorazmeren delež v skupni višini 42.347,00 EUR.

V okviru tega področja se v letu 2017 predvideva tudi finančna in organizacijska podpora velikim športnim prireditvam:

- Svetovni pokal v biatlonu za leta 2018, 2019 in 2020 (vložek za posamično leto 10.000 EUR)
- Kandidatura za Svetovno prvenstvo v biatlonu 2021 ali 2023 (pričakovanih 90.000 nočitev; vložek v štirih letih 100.000 EUR)
- Evropsko veteransko prvenstvo v plavanju, skokih v vodo, daljinskem in sinhronem plavanju ter vaterpolo 2018 (vsi udeleženci (6.000) spijo na Bledu, realiziranih 30.000 nočitev; vložek 30.000 EUR; na Bledu se izvaja daljinsko plavanje na jezeru)
- Svetovno prvenstvo za mladince, člane do 23 let ter člane v neolimpijskih disciplinah v veslanju 2020 (pričakovanih več kot 25.000 nočitev; vložek 50.000 EUR; pomeni tudi odskočno desko za nov EP in SP v obdobju do 2030)

Finančni pregled poslovnega načrta

PRIHODKI	
Odstopljen delež turistične takse Občine Bled	750.000,00 €
Tržni in drugi lastni prihodki zavoda	300.000,00 €
SKUPAJ PRIHODKI	1.050.000,00 €
ODHODKI	
Upravljanje blagovnih znamk	180.000,00 €
<i>Plači zaposlenih (2)</i>	60.000,00 €
<i>BLED Imago paradisi (splošni katalogi, sejmi, spletna stran, oglaševanje, digitalni marketing, razvoj blagovne znamke ...)</i>	90.000,00 €
<i>Julijske Alpe in druge povezave (JA, zelena shema ...)</i>	30.000,00 €
Upravljanje produktov in storitev zavoda	580.000,00 €
<i>Plače zaposlenih (3)</i>	90.000,00 €
<i>Organizacija prireditev (letne & zimske)</i>	200.000,00 €
<i>Zimskošportni produkti (skibus & skipass, tekaške proge)</i>	40.000,00 €
<i>Trajnostna mobilnost (izposoja koles, urejanje pešpoti, označevanje kolesarske, tematski zemljevid, hop-on/hop-off, članarina GIZ, nakup električnega avta ...)</i>	125.000,00 €
<i>Informacijska podpora (sofinanciranje TRB/TIC, upravljanje Feratel, razvoj mobilnih app ...)</i>	125.000,00 €
Delovanje kongresnega urada Bled	165.000,00 €
<i>M.I.C.E. (program dela KUB, plača 1 zaposlen)</i>	100.000,00 €
<i>Podpora velikim športnim tekmovanjem (veteransko prvenstvo plavanje, SP biatlon 2018, kandidatura SP biatlon 2021/22)</i>	65.000,00 €
Upravljanje zavoda in destinacije	125.000,00 €
<i>Splošni stroški (plača direktorja, materialni in drugi splošni stroški, amortizacija ipd.)</i>	95.000,00 €
<i>Priprava in izvajanje strategije ter destinacijski PR (anketa, strategija, sodelovanje z deležniki, del plače)</i>	30.000,00 €
SKUPAJ ODHODKI	1.050.000,00 €

