

10. Sprejem soglasja k Poslovnemu načrtu Turizma Bled za leto 2021 z dodatkom

PREDLAGATELJ: župan Janez Fajfar
PREDSTAVNIK: direktor Turizma Bled Tomaž Rogelj

**PREDLOG SKLEPA: Občinski svet Občine Bled sprejme soglasje k Poslovnemu načrtu
Turizma Bled za leto 2021 z dodatkom.**



**Turizem Bled,
zavod za pospeševanje
turizma**

**Ljubljanska cesta 27
SI – 4260 Bled**

**T: 04 5780 500
info@visitbled.si
www.bled.si**

POSLOVNI NAČRT TURIZMA BLED

za leto 2021 z dodatkom¹

Predlagatelj:

Tomaž Rogelj, direktor

Avgust 2020

¹ vključuje tudi finančni načrt za leto 2022

Kazalo

1. Uvod	4
Uvodni nagovor	4
Gospodarsko in družbeno okolje ter trendi	5
Ključni vsebinski poudarki poslovnega načrta	6
2. Poslovni načrt za leto 2021	8
2.1. Upravljanje blagovnih znamk	8
2.1.1. BLED Imago Paradisi	8
2.1.2. Skupnosti - Povezovanje na regijski in mednarodni ravni	10
2.2. Upravljanje produktov in storitev zavoda	12
2.2.1. Organizacija prireditev	12
2.2.2. Zimski produkti:	13
2.2.3. Trajnostna mobilnost	14
2.2.4. Informiranje gostov	19
2.3. Kongresni urad Bled	20
2.3.1. M.I.C.E / Program dela KUB	20
2.3.2. Podpora velikim športnim tekmovanjem	21
2.4. Upravljanje zavoda in destinacije	21
2.4.1. Splošni stroški	21
2.4.2. Organizacija in status zavoda	22
2.4.3. Zaposleni	22
3. Finančni načrt	22
Finančna tabela	23

1. Uvod

Uvodni nagovor

Turizem je ena izmed panog, ki jih je epidemija covid-19 najbolj prizadela. Sprejeli smo dejstvo, da bo okrevanje postopno in v tem smislu je pripravljen tudi ta načrt.

V zadnjem času smo v delovanju in trženju stavili na trajnostno usmeritev in zeleno podobo. V spremenjenih razmerah imamo še več razlogov, da to usmeritev okrepimo. Zato bomo delovali v smeri:

- okrepljene dejavnosti v okviru zelene sheme;
- evolucije trženja;
- razvoja kolesarsko turističnega produkta;
- spremenjenega koncepta prireditev;
- fokusiranih odnosov z javnostmi za dvig splošne podobe Bleda v Sloveniji;
- mehke mobilnosti;
- nadaljnjega razvoja kakovostne lokalne ponudbe s projektom Bled Local selection;
- uvedbe novih tematskih poti;
- podpore lokalnim iniciatorjem turističnih produktov.

Priprava poslovnega načrta v tako nestabilnem okolju je težavno delo, predvsem, ker je prihodnost turistične panoge tako negotova. V načrtu so predstavljene glavne usmeritve in predlog namenske porabe sredstev. Če bo zaradi ukrepov povezanih z epidemijo prišlo do bistvenih sprememb pogojev delovanja in financiranja, bomo poslovni načrt ustrezno prilagodili. Vsekakor pa so trije glavni poudarki tega načrta: razvoj kolesarstva, spremenjeni koncept prireditev in nadaljevanje trajnostno usmerjene lokalne zgodbe.



Gospodarsko in družbeno okolje ter trendi

Po napovedih Urada za makroekonomske analize in razvoj naj bi bruto domači proizvod v Sloveniji letos zaradi posledic epidemije v primerjavi z lanskim upadel za 7,6 odstotka, prihodnje leto pa naj bi porasel za 4,5 odstotka. Na Umarju tudi predvidevajo, da bo gospodarsko okrevanje prihodnje leto zelo postopno, v večini dejavnosti pa še ne bo dosežena predkrizna raven.²

Okrevanje v turizmu naj bi bilo postopno in bo zagotovo trajalo več let. Grafično napoved najbolje ponazarja znak poznane tržne znamke:



Negotove napovedi nam lajša spoznanje, da smo ljudje socialna bitja, ki bomo vedno hrepeneli po družabnih izkušnjah, ki jih pridobimo na potovanjih in bo zaradi tega okrevanje mogoče hitrejše.

Zaenkrat se svet poudarjeno preusmerja v digitalno obliko. Na karto digitalizacije naj bi stavile tudi destinacijske organizacije in zato temu trendu sledimo tudi na Bledu:

- v promociji z aktivnostmi digitalnega oglaševanja, s katerim tako domače kot tuje goste z bližnjih držav nagovarjamo k dopustu in aktivnostim na Bledu;
- s konceptom digitalne kartice gosta;
- s sodobnimi pripomočki za vodenje in informiranje, kot je na primer platforma OutdoorActive in prenovljena spletna stran;
- z digitalizacijo kulturne dediščine.

S temi aktivnostmi združujemo resnično in virtualno ter sledimo trendom.

Možno je tudi, da bodo stvari krenile v drugo smer. Vsak trend zaseje tudi seme nasprotnega trenda in mnogi se že upirajo vse večji digitalizaciji družbe. Zaradi pandemije smo spoznali, da ne potrebujemo vedno več stvari, temveč cenimo izkušnje, ki jih doživimo z bližnjimi in lokalnim prebivalstvom. To naj bi dalo življenju smisel. Potovanja naj bi med drugim dale življenju barvitost in doživetja, obiskovalcem pomagale uresničiti želje, zaradi katerih so zapustili dom in varnost. V tem smislu želimo tudi v letu 2021 okrepiti svoje aktivnosti na področju:

- Bled Local selection;
- Zelene sheme.

² <https://www.delo.si/gospodarstvo/novice/umar-napoveduje-7-6-odstotni-upad-bdp-za-2021-pa-4-5-odstotno-rast-323915.html>

Ključni vsebinski poudarki poslovnega načrta

Obsežen program dejavnosti za leto 2020, ki ga zaradi krize nismo mogli v celoti uresničiti, smo prečistili in ga bomo spremenjenega poskušali realizirati v letu 2021. Že v uvodu smo omenili, da so trije glavni poudarki tega načrta:

- razvoj kolesarsko turističnega produkta,
- spremenjen koncept prireditev,
- nadaljevanje trajnostno usmerjene lokalne zgodbe.

Program smo prvotno zastavili v dveh variantah: v standardni in ambicioznejši izvedbi. Standardna varianta izhaja iz finančnega okvira milijon evrov prihodkov in je zaradi omejenega obsega sredstev pač »standardna«.

Ker se v zavodu zavedamo, da je hitra odzivnost na spremembe v turizmu in strukturi gostov bistvenega pomena, smo v tem načrtu poudarili razvoj kolesarskega produkta. Zavedamo se, da bo potrebno z manj doseči več, zato smo izbrali kolesarskega gosta, ki je znan kot dober gost. Standardni program z dodatnimi sredstvi za kolesarski produkt je za nas v zavodu tisti minimum, ki si ga želimo izvesti v letu 2021.

Ambicioznejša varianta predvideva višje prihodke in izraža željo po okrepitvi sledečih segmentov delovanja:

- močna podpora razvoju kolesarsko turističnega produkta v znesku 100.000 evrov (SM 232);
- razvoj in podpora produktom, ki bodo na edinstven način predstavili dediščino kraja (Okusi Bleda na pletni, dan z graščaki, Arnoldom Riklijem, blejskimi športniki...) v znesku 20.000 evrov (SM 251);
- razvoj in podpora tematskim potem (Dežela ljudskih pravljic, Pot impresionistov, energetske poti, naravoslovne poti...) v znesku 20.000 evrov (SM 231);
- promocija: izvedba 30.000 evrov vredne image kampanje za Bled, ki bo temeljila na pozitivnih odzivih gostov, ki so odkrili, da Bled ponuja marsikaj dobrega in odstopa od odtujene podobe preteklih let. S fokusiranimi odnosi z javnostmi želimo vplivati na dvig splošne podobe Bleda v Sloveniji (SM 111);
- vzpostavitev spletne trgovine in razvoj dodatnih področij v okviru Bled Local selection v znesku 15.000 evrov. Še bolj ambiciozna napoved bi vključevala tudi vzpostavitev skupne trgovine kolektivnih blagovnih znamk Julijske Alpe v Ljubljani (SM 118).

Ambicioznejšo varianto bi lahko realizirali, če bo šlo turizmu bolje od trenutnih pričakovanj. Sicer bomo te dodatno načrtovane aktivnosti realizirali v letu 2022. Ob zaključku priprave tega poslovnega načrta smo od Občine Bled dobili navodilo za pripravo proračuna občine Bled za leto 2022, tako da s tem finančnim dodatkom izpolnujemo tudi to zahtevo.

Tako v okviru standardne kot ambicioznejše variante bomo izvajali osnovni nabor funkcij destinacijske organizacije:

- **informacijsko turistično dejavnost**, ki ostaja v dosedanji strukturi in izvedbi;
- **promocijo in trženje turistične ponudbe**: ta funkcija bo doživela postopno spremembo. Klasična šola trženja zagovarja čim večjo prodajo z optimizacijo štirih P (price, product, place, promotion). To lahko v posameznih primerih pripelje do zelo odbitih promocij, ki spodbujajo prihod na destinacijo tudi v času epidemije. To je klasična marketinška poteza in način, kako še naprej v največji meri izkoriščati ekosistem turizma, dokler gre. Lahko pa

naredimo tudi drugače, boljše. Začne s priznanjem, da pri marketingu ne gre samo za prodajo, temveč za spreminjajoče se vrednote. Kako lahko destinacijska organizacija ustvari vrednost za svoj kraj, ljudi, ki tu živijo, študirajo, delajo ali so obiskovalci? Tudi tako, da s spremembo trženja iz načela 4 P v načelo 4 W prispeva k: ustvarjanju premoženja (economic **w**ealth), ohranjanju trajnostnega okolja (environmental **w**ellness), ustvarjanju dobrega počutja (social **w**ell-being) in poudarjanju modrosti (human **w**isdom).

- **razvoj in upravljanje celovitih turističnih proizvodov:**

- nadaljnji razvoju kartice gosta;
- nadaljnji gradnji kolektivne blagovne znamke Bled Local selection;
- uresničevanju zelene sheme;
- spodbujanju mehke mobilnosti.

- **razvoj in vzdrževanje turistične infrastrukture:**

- nadaljnji prenovi pohodnih poti in dodatni opremi (klopi, zemljevidi);
- razvoju kolesarske destinacije;

- **organiziranje in izvajanje prireditev:**

- uvedba novega koncepta prireditev.

- **upravljanje z destinacijo:** posledica krize so tudi spremenjene vrednote. Namesto maksimizacije števila prihodov gostov in dobička želimo zagovarjati kvaliteto doživetja za gosta in kvaliteto življenja za domačina. Postalo je jasno, da ne moremo nadaljevati s trženjem oziroma promocijo samo z namenom spodbujanja rasti, ker bi breme neskončne rasti postalo pretežno za kraj in domačine. Lokalno okolje tega ne bi več preneslo. Upravljanje z destinacijo pomeni, da vključimo tudi ostale deležnike, vključno s prebivalci, da bi si povrnili zaupanje in pojasnili, zakaj je turizem potreben in koristen. Zahvaljujoč epidemiji covid-19 se ves svet zaveda ranljivega gospodarskega pomena turizma. V tem smislu bomo:

- izvajali izobraževanje deležnikov, ki je pomemben instrument za dvig kvalitete:
 - s področja zelene sheme na temo trajnostnega razvoja destinacije, vključevanja ponudnikov v certifikacijski sistem, za izboljšanje podobe destinacije in posameznega ponudnika storitve oz. namestitve;
 - v okviru razpisa MGRT za nadgradnjo znanja in kompetenc ponudnikov turističnih namestitvenih kapacitet s področja zagotavljanja kakovosti storitev;
 - organizirali dve strokovni ekskurziji za deležnike blejskega turizma v destinaciji, ki slovita po dobrem upravljanju z destinacijo;
 - v okviru Bled Local selection izvedli študijsko turo »Od vrat do vrat« in priredili delavnice za nove partnerje v projektu.
- Aktivno sodelovali v pripravi novega razvojnega načrta Občine Bled in novega razvojnega načrta skupnosti Julijske Alpe;
- ozaveščali lokalno javnost o pomenu turizma za Bled;
- sodelovali v dveh EU programih:
 - »Carrying capacity methodology for tourism«. Namen projekta je priprava metodologije za izračun nosilne zmogljivosti destinacije na področju turizma. S to metodologijo bomo lahko v prihodnje lažje upravljali turistične tokove in sprejemali ustrezne razvojne ukrepe;
 - V okviru EU »MED projekta SusTowns« bomo pripravili akcijski načrt za trajnostni turizem s poudarkom na mobilnosti, izpostavili prednosti železnice ter poiskali rešitve za »last mile«;

- izvedli skupne projekte z vsemi štirimi turističnimi društvi na Bledu (profiliranje destinacije Bohinjska Bela kot centra za plezalni turizem, označitev in oprema pohodne pot ob Savi od Šobca do Bohinjske Bele, profiliranje Ribna kot kolesarske destinacije....).

2. Poslovni načrt za leto 2021

Poslovni načrt v nadaljevanju predstavljamo po štirih glavnih vsebinskih sklopih:

- Upravljanje blagovnih znamk
- Upravljanje produktov in storitev
- Kongresni urad Bled
- Upravljanje zavoda in destinacije

2.1. Upravljanje blagovnih znamk

STROŠKOVNO MESTO	TURIZEM BLEED PLAN 2021	REALIZACIJA 2019	Osnovni plan 2020	Plan E	Plan 2021 standardni	Plan 2021 Standardni s kolesarskim produktom	Plan 2022 (ambicioznejši plan)
	UPRAVLJANJE BLAGOVNIH ZNAMK (konto 41330265)		263.500,00	221.855,92	277.850,00	277.850,00	332.850,00
	Bled Imago paradisi (znamka Bled)	230.109,56	181.000,00	170.531,56	200.850,00	200.850,00	250.850,00
111	Blagovna znamka	16.232,30	22.000,00	3.250,00	10.000,00	10.000,00	40.000,00
112	Promocijski materiali	50.770,31	33.000,00	4.150,00	24.350,00	24.350,00	24.350,00
113	Oglasevanje v klasičnih medijih	8.087,63	15.000,00	168,56	5.000,00	5.000,00	5.000,00
114	Samostojne sejemske, borzne in druge predstavitve	11.192,77	15.000,00	2.963,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
115	Študijske skupine in obiski novinarjev	7.220,53	11.000,00	2.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
116	Digitalno trženje	23.363,24	35.000,00	19.500,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
117	Razpis MGRT Digitalizacija kulturne dediščine	87.738,55	-	11.750,00	104.000,00	104.000,00	104.000,00
118	Bled Local selection	25504,23	50.000,00	19.500,00	20.000,00	20.000,00	40.000,00
119	Razpis STO Promocija vodilnih destinacij			106.750,00	0,00	0,00	0,00
	Skupnosti	58.779,48	82.500,00	51.324,36	77.000,00	77.000,00	82.000,00
121	Zelena shema	1.595,30	4.500,00	1.712,03	3.500,00	3.500,00	8.500,00
122	Skupnost Julijske Alpe	39.897,26	55.000,00	40.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
123	Pohodništvo in kolesarjenje (GI2)	2.397,27	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
124	Alpine Pearls in ostalo	4.131,64	6.000,00	3.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
125	Skupne sejemske, borzne in druge predstavitve	10.758,01	15.000,00	6.612,33	7.500,00	7.500,00	7.500,00

2.1.1. BLEED Imago Paradisi

Blagovna znamka

Navdih, lepota, mir, spoštovanje, vrednost, ostajajo vrednote destinacije Bleda, ki jim še naprej sledimo, da lahko uresničujemo temeljno obljubo, ki smo si jo zadali – Imago paradisi/Podoba raja. Sredstva v okviru te postavke so namenjena izdelkom in storitvam, kot so zastave Bled Imago paradisi, nalepke, letaki, tablice, oblikovanje, prevodi, plakate, oblačilna podoba in sofinanciranje lokalnih projektov. V planu 2022 oz ambicioznejši varianti so tu predvidena sredstva v višini 30.000 evrov za image kampanjo Bled.

Promocija in produkcija promocijskih gradiv

Glede na spremenjeno strukturo gosta in spremljanje tekoče situacije, za leto 2021 napovedujemo edicijo namenjeno potrebam slovenskega gosta. Tudi za naslednjo zimsko sezono bomo izdali Zimski časopis. V okviru razpisa STO smo v letu 2020 izdali nov Image katalog Bleda (slo, ang, nem, ita), za katerega bomo po potrebi bomo pripravili vložne liste v ostalih jezikih. Izdali bomo posebno edicijo, ki bo odsevala našo zeleno in trajnostno naravnost ter posebnosti kraja - med drugim tudi z Lokalnim blejskim izborom. Seveda bomo ohranili klasičen nabor tiskovin: zemljevid - trganko in Mini informacije, promocijske vrečke, mape in ostalo.

Oglaševanje v klasičnih medijih

Klasičnega oglaševanja je vedno manj, vseeno pa obstaja velik segment gostov, ki sledi klasičnim medijem: televiziji, radiu, tiskanim časopisom, revijam. Bled se bo pojavljal le v ciljno usmerjenih slovenskih lokalnih medijih.

Samostojne predstavitve

V ospredju bodo delavnice na naših strateških trgih ter v sodelovanju z našimi partnerji. Prilagajali se bomo situaciji in se v skladu s smernicami udeleževali borz/sejmov tako doma kot v tujini.

Študijske skupine in novinarji

Planirana so sredstva v višini EUR 7.500. Manjši znesek kot v preteklosti omogoča predvsem dobro sodelovanje s turističnim gospodarstvom.

Digitalno trženje

Sredstva za ta namen so planirana v znesku EUR 25.000. Trženje bo tudi v letu 2021 večinoma podprto z uporabo digitalnih orodij predvsem zaradi zahtev, navad in obnašanja turistov. Precejšen del sredstev je namenjen vzdrževanju obstoječe strukture, ki je nujno potrebna za to dejavnost: vzdrževanje spletne strani, prilagoditve strani, prevodi besedil, vzdrževanje platforme Outdooractive, svetovanje pri izvedbi digitalnih kampanj.

Turizem Bled bo v letu 2021 še naprej skrbel za redne aktivnosti oziroma objave na družabnih omrežjih, v katere je vključen: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube in LinkedIn. Skrbeli bomo za pošiljanje tedenskih poročil na slovenski trg in občasna poročila za tuje trge.

Razpis MGRT Digitalizacija kulturne dediščine

Iz pregleda razvitih integralnih turističnih proizvodov je razvidno, da ti izhajajo predvsem iz bogatih naravnih vrednot destinacije in kulturne dediščine destinacije. S tem projektom želimo 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. V okviru tega projekta bomo 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 jih bomo digitalizirali so:

- Riklijevo zdravilišče, vilo ki jo je dal zgraditi Arnold Rikli
- Spomenik Arnoldu Rikliju na Straži
- Vremenska 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«.

Razpis STO Promocija vodilnih destinacij

Aktivnosti na področju trženja bomo pokrili v okviru razpisa Slovenske turistične organizacije za prihodnje leto. Razpis je napovedan, niso pa znane podrobnosti o razpisu, tako da bomo poslovni načrt novelirali, ko bodo znani pogoji. Podobno smo naredili v letu 2020.

Odločili se bomo predvsem za oglaševanje s področja aktivnosti na Bledu, zime ter MICE. Predvidevamo tudi oglaševanje nove A. Rikli aplikacije. Poudarek v promociji bomo dali slovenskemu trgu in sledečim izbranim državam: Hrvaška, Italija, Madžarska, Avstrija, Nemčija, Nizozemska, Belgija in Češka. Izbor bomo prilagajali glede na stanje ukrepov. Glede trgov se prilagajamo situaciji z odprtjem mej. Z blejskimi hotelirji in drugimi ponudniki nastanitve se bomo posvetovali, iz katerih krajev so večinoma prihajali slovenski gostje in temu smiselno prilagodili oglaševanje.

Prvenstveno bomo promocijo izvajali z digitalnimi mediji, izjemoma tudi klasično, na lokalnih radijskih postajah in časopisih, na jumbo plakatih in avtobusih.

Bled Local selection

V standardni izvedbi so sredstva za ta namen planirana v znesku EUR 20.000. V letu 2021 bomo nadaljevali z aktivnostmi v akcijskem načrtu, ki vključuje izvedbo delavnic in ocenjevanje obstoječih področij (rokodelski izdelki, prehranski in živilski izdelki ter jedi in pijače postrežene na gostinski način) in izvedbo študijske ture Od vrat do vrat. Nadaljevali bomo z individualnim svetovanjem ponudnikom. V okviru ocenjevanja in vpisa novih ponudnikov v register so predvidena še sredstva za fotografa, tekstopisca, prevajalce, najem prostora in administratorja za vnos na splet. Turizem Bled bo organiziral tudi dodatna izobraževanja s primerom dobrih praks in promocijsko kampanjo, s fotografiranjem in izvedbo digitalne promocije.

V ambicioznejši varianti predlagamo dodatnih EUR 5.000 za vzpostavitev spletne trgovine, 10.000 EUR za razvoj dodatnih področij ocenjevanja (vodena doživetja in nastanitve) ter EUR 5.000 za pripravo dogodka na temo BLS v okviru Evropske gastronomske regije 2021.

2.1.2. Skupnosti - Povezovanje na regijski in mednarodni ravni

V standardni izvedbi so na podlagi novega »Razvojnega načrta za Biosferno **območje Julijske Alpe** kot trajnostne turistične destinacije 2025« povečana sredstva za skupnost Julijskih Alp.

Zelena shema

Zelena shema je orodje:

- za certificiranje, primerjavo in hitrejši razvoj destinacij in ponudnikov na področju trajnostnega turizma;
- za pospeševanje razvoja inovativnih turističnih produktov višje dodane vrednosti, ki temeljijo na ustrezni valorizaciji narave in kulture ter trajnostnih principih.

V okviru Zelene sheme bomo zasledovali cilje in naloge, kot jih moramo v skladu s shemo, predvsem je to priprava na ponovno certificiranje, ki je obvezno na vsake tri leta. Sami nameravamo v obliki izobraževanj in ostalih aktivnosti še več pozornosti nameniti izobraževanju lokalnega prebivalstva, predvsem pa ponudnikov storitev in namestitev, zato je v ambicioznejši varianti načrta predvideno EUR 5.000 za ta izobraževanja. Želimo si, da bi se več namestitvenih objektov vključilo v certifikacijski sistem. In želimo si tudi čim več takih odzivov naših gostov:

From: helgamaría2020@gmail.com [mailto:helgamaría2020@gmail.com]

Sent: Monday, August 31, 2020 11:07 AM

To: info@visitbled.si

Subject: Feedback holiday in Bled

Hello,

Instead of going to Istria we choosed Bled for our "Corona"-holidays and we were really happy about being here.

Especially the efforts for "green Bled" were really very good and made our stay a "close to nature" time! We had an apartment in Ricica and walking on the lots of foot trails to the lake, to the castle, around the lake made us really happy,

Also that there are no motorboats on the lake and free entrance to the lake, makes holidays much more relaxing and peaceful.

So we hope you will continue this "green way" of tourism,
with best regards,

Helga and family!

Mag. Helga M. Kainer
Breitenweg 7F
A- 8042 Graz

Sredstva v višini EUR 7.500, ki so namenjena **skupnim sejemskim, borznim** in drugim predstavitvam, bomo uporabili za produkta kolesarjenja in pohodništva

V okviru delovanja v **skupnosti Alpskih biserov** bomo spodbuditi pristop blejskih ponudnikov. Pred kratkim sta se pridružila Hotel Ribno in Hotel Triglav, sodelovanje so napovedali še drugi. Ker je osrednja tema skupnosti mehka mobilnost, je s tem tesno tudi priprava Akcijskega načrta za trajnostni turizem v občinah Bled in Bohinj, s poudarkom na mobilnosti. Pri tem bo poudarjena vloga železnice in iskanje rešitve za »last mile«. Akcijski načrt bo pripravljen v okviru evropskega MED projekta SusTowns, ki je usmerjen v temo trajnostnega turizma v manjših krajih. Projektni konzorcij sestavlja 10 partnerjev, BSC Kranj pa je komunikacijski vodja projekta. Namen projekta je urejanje procesov trženja turističnih produktov, preprečevanje kolapsov bistvenih javnih storitev zaradi čezmerne uporabe in zmanjšanje negativnih vplivov na lokalne navade in naravno okolje zaradi prekomernega turizma.

2.2. Upravljanje produktov in storitev zavoda

STROŠKOVNO MESTO	TURIZEM BLED PLAN 2021	REALIZACIJA 2019	Osnovni plan 2020	Plan E	Plan 2021 standardni	Plan 2021 Standardni s kolesarskim produktom	Plan 2022 (ambicioznejši plan)
	UPRAVLJANJE PRODUKTOV IN STORITEV ZAVODA (konto 41330266)	609.093,62	612.800,00	136.957,20	317.300,00	396.500,00	580.500,00
	Organizacija prireditev (letne in zimske)	327.748,21	295.000,00	39.576,08	145.000,00	145.000,00	243.000,00
211	Zimska pravljica	129.597,92	115.000,00	31.397,56	100.000,00	100.000,00	110.000,00
212	Otvoritev poletja	29.150,18	26.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
213	Blejski dnevi	79.919,88	70.000,00	0,00	25.000,00	25.000,00	40.000,00
214	Hit parada	56.414,88	57.000,00	0,00	0,00	0,00	53.000,00
215	Ostale prireditve	27.403,05	25.000,00	8.178,52	20.000,00	20.000,00	40.000,00
216	Razvoj prireditev	5.262,30	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Zimski produkti	26.878,61	43.000,00	14.781,12	15.000,00	15.000,00	20.000,00
221	Ski bus & ski pass	26.399,16	33.000,00	14.722,65	15.000,00	15.000,00	20.000,00
222	Urejanje tekaških prog in druge športno turistične infrastrukture	479,45	10.000,00	58,47	0,00	0,00	0,00
	Trajnostna mobilnost	95.441,17	93.000,00	19.500,00	59.300,00	138.500,00	198.500,00
231	Pohodniške poti	29.662,36	25.000,00	8.500,00	20.000,00	20.000,00	40.000,00
232	Bled Green Ways (zelena mobilnost) - nadaljni razvoj kolesarskega turizma	27.563,89	27.000,00	8.500,00	35.800,00	115.000,00	125.000,00
233	"Integrirane rešitve zelene mobilnosti"	66,60	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
234	Hop on/hop off, shuttle	38.148,32	38.000,00	2.500,00	3.500,00	3.500,00	33.500,00
	Informiranje gostov	142.654,03	131.800,00	63.100,00	98.000,00	98.000,00	99.000,00
241	TIC pri TD Bled	37.999,26	38.000,00	22.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00
242	Delovanje turističnega društva Bled	13.999,92	14.000,00	12.600,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00
243	Infocenter Triglavska roža Bled	38.497,41	38.800,00	22.500,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
244	Ask me I am local/Vprašaj me, sem domačin	24.320,54	22.500,00	1.000,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
245	Karličica gosta	14.096,27	25.000,00	5.000,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
246	Rezervacijski sistem turistične destinacije	12.408,31	5.000,00	0,00	1.000,00	1.000,00	2.000,00
247	Storitve rezervacijskega sistema	1.332,32	2.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Razvoj produktov	16.371,60	50.000,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00
251	Petvezdična doživetja	16.371,60	50.000,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00

2.2.1. Organizacija prireditev

Segment organizacije prireditev z vstopom v novo leto doživlja precejšnje spremembe. Turizem Bled bo poudaril svojo vlogo konceptualnega kreatorja, promotorja, koordinatorja in sofinancerja prireditev, po drugi strani pa bo zmanjšal svojo izvedbeno vlogo pri prireditvah. Zavod bo z razpisom in povabili izvedbo (nekaterih) prireditev zaupal zunanjim izvajalcem, jim podal usmeritve in jih finančno podprl. S tem sledi utečeni praksi drugih destinacijskih organizacij.

Ciljne skupine, ki jih bomo naslavljali, so gostje Bleda, kot so definirani v strategiji trajnostnega razvoja. Namen je, da z atraktivnostjo dogajanja podaljšamo in obogatimo njihovo bivanje na Bledu. Koncept definira prizorišča, poudarja glavne dogodke in prireditve izven glavne sezone ter dopolnjujočo vlogo kulinarike.

Vsebina prireditev bo vsako leto osvežena, saj nameravamo vpeljati koncept letne vodilne teme, kot na primer junaške Blejke, Valvasor, Prešeren, Rikli, slikarka Volk. Vodilna tema bo vpeta v tradicionalne dogodke, ki bodo skladni s strategijo trajnostnega razvoja blejskega turizma.

Nov koncept poudarja kvaliteto, tradicijo, lokalne posebnosti in vrednote, kar pomeni odmik od zabavljajških prireditev. Le teh naj ne bi bilo več kot desetina. V času, ko Bled odkrivajo turisti z vsega sveta, skušamo najti občutljivo ravnovesje med odprtostjo, dediščino svetovljanstva, varovanjem naravne in kulturne dediščine, razvojem in tradicijo, ki jo negujejo njegovi prebivalci. Ponudba prireditev bi morala v celoti postati odslikava Bleda, tradicije, zgodovine in trenutnega časa, v katerem živimo. Že večkrat smo poudarili, da množične prireditve ne sodijo na Bled, s čemer se načelno strinja veliko ljudi, vendar v praksi to žal ne deluje. Preoblikovanje sedanjih množičnih prireditev v bolj butične in kakovostnejše je seveda

možno in zaželeno, po mnenju nekaterih deležnikov na destinaciji pa ne samo možno, temveč nujno. Vseeno velja poudariti, da to mnenje ni vsesplošno sprejeto, zato ga bo potrebno argumentirano zagovarjati in najti najboljši konsenz.

Glavni deležniki prireditve so poleg Turizma Bled so Zavod za kulturo, Občina Bled, podjetja in zasebniki ter lokalna društva. Prireditveni svet je posvetovalni organ vseh deležnikov. Z letom 2021 se spreminjajo prireditveni prostori, saj bo potekala prenova Jezerske promenade, ki ne bo več namenjena množičnim dogodkom. Športni dogodki se bodo prvenstveno odvijali v Veslaškem centru. Tradicionalni prizorišči za prireditve ostaja Blejski grad in Zdraviliški park. Zdraviliški park, ambient Bleda, Blejski grad in Blejski otok so uvrščeni v registrirano nepremično dediščino, zato zanje veljajo številne omejitve pri pripravi prireditev in dogodkov.

Za prireditve je v letu 2021 v standardni varianti namenjenih skromnih 145.000 evrov, v ambicioznejši 243.000 evrov. Po eni strani je to odsev omejenih finančnih sredstev, po drugi negotovosti glede zmožnosti izvedbe prireditev zaradi omejitev. Podrobnejše je nov koncept prireditev opisan v posebnem dokumentu, posvečenem samo prireditvam.

2.2.2. Zimski produkti:

Bled je podoba raja v vseh letnih časih, tudi jeseni in pozimi, ko je raj seveda še lepši, če je obarvan v belo. Žal zadnja leta belina ne prihaja pogosto do nižin, na srečo pa jo ima Pokljuka več kot dovolj. Pokljuka je premalo izkoriščen prostor, ki ponuja izjemne možnosti. Glede na to, da je v Triglavskem narodnem parku, bi bilo modro njihove aktivnosti povezati z aktivnostmi zavoda, vsemu skupaj dati močno okoljevarstveno in izobraževalno vsebino.

Skupaj z deležniki bomo spodbudili oblikovanje dnevnih paketov, ki bodo vsebovali:

- Okoljevarstveno dejavnost iz programov Spoznajte Zlatorogovo kraljestvo;
- Tek na smučeh;
- Biatlon;
- Turno smučanje;
- Krpljanje;
- Sankanje;
- Kulinarično ponudbo;
- Savno ob vrnitvi v hotel.

Kljub vsemu, da je večina tovrstne ponudbe v preteklih letih že obstajala in je vključevala tudi prevoz, je bila slabo koriščena. Naš namen je navdušiti eno ali več agencij za izvedbo in trženje takih paketov, mi pa bi jih promocijsko podprli.

Poleg tega bomo za razvoj produkta Pokljuka in v podporo zimskih aktivnosti na snegu še naprej brezplačno izvajali prevoze z Blejskim zimskim shuttlom na Pokljuko za imetnike zimske kartice gosta. Vzdrževali bomo v letošnjem letu uvedene možnosti koriščenja ugodnosti v Športnem centru Triglav Pokljuka, ki obsegajo brezplačna uporaba smučarsko tekaških prog (dnevna karta sicer stane 5 EUR), dnevno ponudbo organiziranih aktivnosti (vsako sredo vodeno krpljanje in vsak petek skupinski tečaj teka na smučeh, poleg tega še biatlonsko streljanje proti plačilu) in 20% popust na izposajo opreme.

V pretekli zimski sezoni je bil produkt blejskega zimskega smučarskega avtobusa nadgrajen tako, da se je Bled povezal s šestimi zimskimi središči v Sloveniji, Avstriji in Italiji. Vsakodnevno do Kranjske Gore, Krvavca, Pokljuke in Vogla; do Trbiža v Italiji vsako sredo in nedeljo, do Podkloštra v Avstriji pa vsak četrtek in nedeljo. Ukrepi, povezani z epidemija in zmanjšanje prihodkov bosta verjetno prinesla spremembe, ki pa jih v trenutku priprave tega načrta še ne moremo ovrednotiti. Ocenjujemo, da bo za izvedbo ski bus prevozov, ki so predstavljali hrbtenico JA Ski passa, potrebnih približno EUR 15.000. Za oblikovanje, pripravo in tisk letakov in promocijsko kampanjo (video / foto) za ski bus ter podporo produktu ski pass bomo namenili 5.000 EUR.

2.2.3. Trajnostna mobilnost

Kot strateški koordinator pohodniških poti bomo nadaljevali z uspešnim modelom sodelovanja pri investicijskem vzdrževanju pohodniških poti. Skupaj z glavnimi akterji bomo dorekli investicijska dela ter nadaljevali v začrtani smeri: urejanje poti, dodajanje klopic, totemov in tabel - ena od njih je tudi panoramska tabla ob vznožju Ojstrice/Osojnice. Uredili bomo instagramske točke na manj obiskanih pohodniških poteh.

Pri pohodniških poteh v ambicioznejši varianti predvidevamo oznake in opremo športnih plezališč (Bohinjska Bela, Iglica, Kupljenik, Bodešče), označevalne table s skico smeri in zemljevidom območja ter kratek povzetek bontona. Poleg tega tudi zanimivosti, klopi, usmerjevalne table na parkirnih območjih.

Novo tematske poti

Podprli smo nastanek novega produkta »Blejski razgledni trail«, ki ga je Društvo Vitezi dobrega teka pripravilo kot virtualni projekt julija 2020. Gre za krožno razgibano pot okoli Blejskega jezera, ki zaobjame vse najboljše razglede na slovenski biser in poveže vse glavne blejske osamelce: Blejski Grad, Kuhovnco, Ojstrico, Osojnico in Stražo. Dolžina znaša 13,8 km, vzponov in spustov je za 780 metrov. Bled ima poleg jezera tudi prave gorske steze, naporene vzpone, vratolomne spuste in posebnosti, ki jih na drugi trailih ni.«³ Podprli bomo trajno označitev trase, da jo bodo ljudje lahko obiskovali celo leto.

Naklonjeni smo podpori združenjem in entuziastom, ki združujejo istomisleče pri razvoju novih tematskih poti. Uspešen produkt Dežela ljudskih pravljic, ki je sicer izgubila svoje domovanje na Straži, lahko atraktivno vsebino ljudskih pravljic ponudi tudi kot tematsko pot. Narodna galerija je zasnovala Pot impresionistov, ki poteka tudi skozi Bled, ter na druge lokacije na Gorenjskem, kjer so ustvarjali impresionisti, zaključí pa se v Ljubljani. Velik potencial imamo v naravnih vrednotah, ki jih lahko povežemo v tematske poti. Dober primer sta Godrnjačeva pot na Bohinjski Beli in Začaran gozd v Zasipu, ki potrebujeta pomoč krovne organizacije za napredek.

³ <https://www.nocna10ka.net/info/BRT>

Hop on, hop off, shuttle

Z javnim avtobusnim prevozom se želimo izogniti problemom gostega prometa in parkiranja in prispevati k manjšemu onesnaževanju zraka. V ambicioznejši varianti smo predvideli dodatnih EUR 30.000 za delovanje zelene in modre linije shuttle v poletnem času.

Še naprej bomo s partnerskimi občinami sodelovali pri izvedbi Hop-on Hop-off produkta, ki omogoča odkrivanje zanimivosti in kotičkov podeželja v širši destinaciji na najlažji način in je lahko vzrok, ki omogoča gostu, da preživi dan več na Bledu, domačinom pa, da odkrije širšo okolico na enostavnejši način.

Bled Green Ways

Obstoječi sistem za avtomatizirano izposajo koles – Bled Green Ways ki smo ga v luči promocije trajnostne mobilnosti in želje po spremembi navad občanek in občanov za opravljanje vsakodnevnih obveznosti vzpostavili jeseni leta 2017 v praksi zaradi slabe kvalitete koles in veliko tehničnih težav ne dosega željenih rezultatov. Skupaj z Občino Bled smo se odločili za nadgradnjo ter menjavo sistema pod okriljem projekta »Kolesarjem prijazna infrastruktura« v izvedbi Občine Bled. Načrtovan projekt obsega postavitev dveh dodatnih postaj za avtomatizirano izposajo koles, elektrifikacijo obstoječih ključavnic na postajah znotraj mestnega naselja Bled ter ureditev parkirišč za kolesarje s spremljajočo urbano opremo. Predvidena izvedba projekta je pomlad 2021. Z zamenjavo sistema izbranega ponudnika želimo predvsem izboljšati uporabniško izkušnjo izposoje javnih koles in spodbujati trajnostno obliko mobilnosti za občane in turiste.

Razvoj kolesarsko turističnega produkta

Kolesarski turizem je eden izmed najhitreje rastočih segmentov v turizmu, ki kot trajnostna oblika rekreacije poleg ekonomskih, destinacijam prinaša tudi okoljske in socialne koristi. Na podlagi opazovanja, pogovorov, obstoječe ponudbe in stanja infrastrukture je gorsko kolesarjenje primarni segment v naši širši destinaciji. V prihodnje, ko se bo število kolesarjev povečevalo, se bo povečevalo tudi zanimanje za nadaljnje investicije v kolesarsko infrastrukturo. Ta se bo sčasoma razširila tudi na preostale segmente kolesarjev. Kolesarski turisti so poznani kot dobri gostje, saj v destinaciji ostanejo dlje in potrošijo več od povprečnega obiskovalca in so bolj trajnostno usmerjeni, kot klasičen leisure turist.

Dodatna ponudba za ta segment gostov (dobri primeri destinacij Kranjska Gora, Kočevje, Maribor in Jamnica na Koroškem) bi lahko bila vir za najmanj 20 dodatnih delovnih mest za mlado lokalno prebivalstvo na Bledu (vodniki, urejanje kolesarske infrastrukture, v namestitvenih in gostinskih kapacitetah). Pri razvoju kolesarsko turističnega produkta želimo izkoristiti tudi izkušnje Kranjske Gore, kjer je sodelovanje destinacijske organizacije in občine pri razvoju kolesarjenja primer dobre prakse.

Glede na trenutni trend razvoja turizma se verjetno edino ta športno aktivni segment gostov ne bo odpovedal oddihu z doživetji. Polna parkirišča in ceste z avtomobili s kolesarskimi prtljažniki v krajih s ponudbo za gorsko kolesarstvo dokazujejo, da je takih gostov že v Sloveniji in bližnji okolici dovolj. Ni nam potrebno stremeti za nepredvidljivimi novimi segmenti gostov, segment gorskokolesarskih turistov je že formiran. In je ogromen. Samo v Nemčiji naj bi se

po statističnih podatkih izključno s turnim kolesarstvom kot obliko planinstva ukvarjalo 3.6 milijona ljudi, izbirno pa 12 milijonov ljudi.⁴ To predstavlja velik potencial tu za nas.

Vlaganja v razvoj tega kolesarsko turističnega produkta so bila predvidena že v letu 2020, vendar so nam ukrepi, povezani z epidemijo in zmanjšanje finančnih sredstev onemogočilo izvedbo. Naš namen ni priprava še ene strategije in analize, temveč hibrid takojšnjega ukrepanja z dolgoročnim pogledom. Imamo idejo, zgodbe se pri nas ponujajo kar same. Sodelujemo z odličnimi kolesarskimi strokovnjaki, s katerimi delimo pogled, na kakšen način želimo razviti kolesarski turizem. Sledi naslednji logični korak - ureditev infrastrukture, ki bo primerna za izbrano ciljno skupino kolesarjev in oblikovanje kolesarskega turističnega produkta.

Kolesarstvo bo z letom 2021 bolj izpostavljeno kot del turistične strategije Bleda. Bled z okolico ima razvojni potencial, katerega meje bomo težko dosegli, kaj šele preseгли. Tradicionalno priljubljena turistična destinacija z idealno geografsko konfiguracijo in drugimi naravnimi danostmi je pripravljena, da jo obogatimo s športno vsebino, s katero se ukvarja širok segment aktivne populacije širom sveta. Po potrditvi te osnovne zasnove razvoja kolesarskega produkta bodo sledili pogovori z glavnimi deležniki in priprava načrta investiranja. Turizem Bled bo v funkciji nosilca razvoja in povezovalca. Zelo pomembno bo sodelovanje z Občino Bled v smislu zagotavljanja pravilne umeščenosti dejavnosti v širši koncept in pri uresničitvi načrtov. Ključno strokovno vlogo bo imela tričlanska strokovna ekipa. Deležniki so tudi OE ZGS Bled, lastniki zemljišč, namestitveni objekti in agencije. Računamo na sodelovanje s soslednjimi občinami (Bohinj, Radovljica, Gorje, Žirovnica, Jesenice), vključili bomo Triglavski narodni park in Planinsko zvezo Slovenije preko lokalnih društev ali neposredno.

Pomembni deležniki v tem projektu bodo lastniki zemljišč, s katerimi je potrebno doseči skupen temelj razumevanja. Lastniki zemljišč s tem, da omogočijo izvedbo stez za gorsko kolesarstvo, omogočijo nadaljnje preživetje lokalnega turizma in s tem lokalnega prebivalstva, ki je v novih razmerah prisiljeno najti nove tržne niše. Verjamemo, da se zavedajo, da z lastništvom prostora kot omejene dobrine niso tudi edini, ki s to dobrino razpolagajo izključno za ekonomsko izkoriščanje. Rekreativna raba gozda je predvidena v Zakonu o gozdovih in se z dogovorom lahko izvaja na način, da tudi lastniki niso oškodovani pri izkoriščanju svoje pravice za ekonomsko rabo.

Ciljna skupina: kolesarski produkt in infrastrukturo nameravamo razviti za domačine in obiskovalce Bleda, ki so v strategiji trajnostnega razvoja turistične destinacije Bled v skupini ljubiteljev narave in družin. Gre za sledeči skupini 'outdoor' gostov:

- pari (zahtevnejši, s predhodnim športnim pedigrejem, ter manj zahtevni, rekreativni gostje);
- družine (manj zahtevni gostje z željo po lepim doživetjih).

Infrastruktura, ki jo vidimo kot primerno za te segmente:

- Flow steze: lahki spusti, lasten vzpon, zabava, promocija
- Top steze: težji spusti, lasten vzpon, shuttle
- Leisure poti: izleti, potovanja, doživetje, razgledi, znamenitosti, planinske in lovske kočice, izletniške kmetije

⁴ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171142/umfrage/haeufigkeit-von-mountainbike-fahren-in-der-freizeit/>

Investicije v infrastrukturo na področju blejske občine nameravamo izvesti skupaj z Občino Bled. Razvoj kolesarskega turističnega produkta je dolgoročna usmeritev in hkrati tudi obveznost. Zavedamo se, da bo za vzdrževanje poti in opreme potrebno vsako leto nameniti približno 10% vrednosti sredstev investiranih v infrastrukturo.

Podprli bomo povezavo s Slovensko turno kolesarsko potjo⁵ v obliki Julijske zanke, ki bo s sodelovanjem s Planinsko zvezo Slovenije potekala tudi preko blejske občine kot povezava z daljinsko potjo Transkaravanke.

Primerne lokacije za ureditev infrastrukture na območju Bleda in bližnje okolice so:

- Jelovica: Goška planina, Talež, Babji zob, Kupljenik, Tolsti vrh – flow in top traili, panoramska povezava Kupljenik – Talež; celotna planota Jelovice – leisure TK (Vodiška planina, Selska, Ribenska, Lipniška pl., Rovtarica);
- Galetovec, Slamniki, Zatrnik, Rčitno – leisure, flow, top;
- Mežaklja: leisure, kolesarske planinske poti po gozdnih cestah z obiskom zanimivosti;
- Straža.

Poti bomo vsebinsko predstavili z njihovimi etnografskimi in naravnimi znamenitostimi, geološkimi posebnosti (jame, ledeniške pokrajine), zgodovino, ljudmi in kulinariko.

Po potrditvi osnovnega načrta in uskladitvi z deležniki načrtujemo naslednje korake:

- Opredelitev primernih mikrolokacij in tras (gpx sled, geodetska informacijska obdelava);
- Pridobitev mnenj oziroma predlaganih rešitev za izvedbo s strani OE GZS in ZVN. Območja, ki segajo v TNP, obravnava TNP;
- Pridobitev soglasij lastnikov zemljišč oziroma dogovori o služnosti. Posrednik Zadruga Bled in OE ZGS Bled;
- Trasiranje na terenu, ureditev in označitev stez;
- Vzdrževanje;
- Predlog trženja.

Strokovni del ekipe za razvoj kolesarsko turističnega produkta sestavljajo: Gašper Budkovič, Grega Šilc in Atila Armentano.

Gašper Budkovič je z dolgoletno dejavnostjo v gorskem kolesarstvu pridobil veliko izkušenj tako pri organizaciji kot pri poznavanju panoge in njenem položaju v turizmu. Njegova glavne naloge bodo sodelovanje z OE ZGS in lastniki, trasiranje stez, podpora in koordinacija sodelovanja z zunanjim izvajalcem za kolesarske top in flow steze ter domača promocija. Njegove dosedanje reference:

- soustanovitelj Transjulus enduro race;
- koordinator ureditve in legalizacije gorskokolesarskih stez na območju Stola in Završnice,
- turnokolesarski vodnik I Planinske zveze Slovenije, mentor turnokolesarskim vodnikom – pripravnikom;
- soustanovitelj in načelnik Turnokolesarskega odseka pri PD Radovljica;
- zunanji strokovni sodelavec v Bike parku Krvavec, trženje in promocija bike parka;
- koordinator neformalne skupine več kot 200 gorskih kolesarjev Gorenjske »Tamalpetek«.

⁵ <https://stkp.pzs.si/>

Grega Šilc ima bogate izkušnje v mednarodnem turnokolesarskem vodništvu in je izvrsten poznavalec lokalnega turizma. Njegove glavne naloge bodo priprava integracije blejskega kolesarskega produkta v ponudbo destinacije, oblikovanje daljinskih tras za leisure kolesarje in mednarodna promocija. Njegove dosedanje reference:

- solastnik turistične agencije, specializirane za turno kolesarstvo;
- turno kolesarski vodnik II PZS, načelnik TKO PD Srednja Vas, predavatelj na usposabljanjih za turnokolesarske vodnike;
- markacist PZS z izkušnjami označevanja dvonamenskih turnokolesarskih poti na območju Bohinja – odsek Slovenske turnokolesarske poti (STKP).

Atila Armentano je poznavalec širše panoge turnega in gorskega kolesarstva z mednarodnimi izkušnjami turno kolesarskega vodništva, organizator in vodja večjih projektnih skupin v turnem kolesarstvu in alpinizmu. Njegove glavne naloge bodo koordinacija in oblikovanje podrobnega načrta projekta in vodenje posameznih faz ter procesov. Njegove dosedanje reference:

- idejni pobudnik in soustanovitelj Turnokolesarskega odseka pri PD Kranj (2009);
- turnokolesarski vodnik II PZS, mentor, predavatelj na usposabljanjih za turnokolesarske vodnike;
- idejni pobudnik in soustanovitelj Bled Bike Festivala 2016 (prva izvedba);
- kot načelnik Komisije za turno kolesarstvo pri Planinski zvezi Slovenije sodeluje pri več lokalnih krajevnih projektih ureditve gorskokolesarskih območij v Sloveniji.

Konkretni projekti, ki bi jih lahko začeli za katere bi se lahko odločili, so sledeči:

- Oblikovanje leisure tras za rekreativne goste (trasiranje, označitev na terenu, oblikovanje interaktivnega vodnika, promocija)
Trase bodo namenjene povprečnemu rekreativnemu gostu, ki s kolesarske perspektive raziskuje okolico Bleda. Glede na široko ponudbo najema e-koles je mogoč doseg izleta v radiju 20 km okoli Bleda, kar nas po eni strani vodi do Radovljice, na drugi pa do Psnakove domačije v Radovni. V tem obsegu bomo pripravili zgoščen pregled naravnih, kulturnih in zgodovinskih znamenitosti, ki si jih bo povezane lahko ogledal naš gost kolesar. Trase bodo predstavljene na portalu OutdoorActive.
Ocena investicije 2020-21: 10.000,00€
Možnost ponudbe velja preko celega leta, ko to dopuščajo vremenske razmere.
- Izvedba projekta Straža Flow
Glede na izjemno lokacijo (center Bleda), infrastrukturo (parkirišče, sedežnica) in konfiguracijo terena je Straža absolutno primerna za ureditev lahkih t.i. 'flow' prog, primernih za družine. Predvideni sta dve progi, ki ne bi posegali v obstoječo infrastrukturo sankališča. Glede na popularnost gorskega kolesarstva in relativno nizko investicijo ocenjujemo, da bi bila investicija povrnjena v eni sezoni, saj je:
 - Možnost obratovanja vsak dan, ko to dopuščajo vremenske razmere, tudi spomladi in jeseni. Ciljna skupina gostov izven poletne sezone so domači gorski kolesarji (rekreativci, družine), v poletni sezoni pa tuji gostje, ki bi obiskali Stražo Flow za razvedrilo. Na spodnji postaji sedežnice se predvideva tudi najem primernih gorskih koles.
 - Dodatna možnost ponudbe je organizacija tečajev tehnike gorskega kolesarstva z licenciranimi učitelji gorskega kolesarstva za obiskovalce - rekreativce, promocijski dogodki različnih proizvajalcev v gorskokolesarski industriji, izvedba amaterskih dirk, ipd...
 - Dopolnitev dejavnosti na Straži že obstoječemu Adrenalinskemu parku in sankališču bo izrazito zmanjšala delež fiksnih stroškov obratovanja sedežnice, saj je domačih gostov, ki obiskujejo gorskokolesarske parke neprimerno več, kot tistih, ki obiskujejo prej omenjene aktivnosti.
Ocena investicije 2020-21: 70.000,00€

- Začetek projekta Bled MTB
Ureditev stez za zahtevnejše gorske kolesarje je predvidena na pobočjih Jelovice med Kupljenikom, Taležem in Dobravo. V Sloveniji imamo že nekaj takih območij, zato vemo, da so stalni obiski skupin gorskih kolesarjev iz tujine postali del turistične identitete precej slovenskih destinacij in posameznih lokalnih ponudnikov. Bled želimo uvrstiti v to skupino destinacij. To so dobri gostje z visoko kupno močjo. Ko bomo uredili omenjeno območje, ocenjujemo, da bodo mednarodne skupine gorskih kolesarjev v sezoni maj – september dopolnjevale nastanitvene kapacitete hotelov in zasebnih ponudnikov, ki bodo na take goste pripravljeni.
Ocena investicije 2020-21: 40.000,00€

Skupnost Julijske Alpe je razvoju kolesarskega produkta naklonjena. Na krovni ravni bo potekala strateška in promocijska podpora razvoju kolesarstva, na ravni destinacij pa izgradnja potrebne infrastrukture.

Ostalo, povezano z razvojem kolesarstva:

Želimo spodbuditi nujno potrebno ureditev Ljubljanske in Prešernove ceste, vsaj s talnimi in tabličnimi označbami. Kolesarjenje po središču Bleda je pomemben del zelene usmeritve destinacije, žal pa je trenutno nepraktično, zna pa biti celo nevarno.

2.2.4. Informiranje gostov

Informiranje gostov na destinaciji pod okriljem zavoda bo tudi v letu 2021 potekalo prek dveh turistično informacijskih centrov, to sta Triglavska roža Bled in TIC Bled ter preko projekta Ask me I am local/Vprašaj me, sem domačin. Sredstva za ta del poslovanja znašajo EUR 98.000.

Delo v info centru Triglavska Roža Bled obsega podajanje turističnih in drugih informacij osebno, preko telefona in preko info maila, prodajo izdelkov in storitev, izposojajo gorskih in električnih koles, prodajo Ski pass kart, upravljanje sistema za avtomatizirano izposojajo koles – Bled Green Ways, skrb za urejenost prostora in skladišča, spremljanje prejema in predaje promocijskih materialov ter naročanje manjkajočih tiskovin in prodajnih izdelkov. Aktualne tiskovine, ki so ves čas na voljo turističnim ponudnikom in drugi zainteresirani javnosti, po predhodnem dogovoru pripravimo tudi v večjih količinah in jih po potrebi distribuiramo. Tudi v letu 2021 bomo dnevno beležili statistiko obiska po državah prihoda in v začetku leta pripravili letno poročilo o delu v info centru v preteklem letu, ki bo obsegalo statistiko obiska v preteklem letu, informacije o ponudbi in povpraševanju, vtisih gostov, poteku dela ter predlogih za izboljšave.

Gorska in električna kolesa bomo izposojali predvidoma od aprila do novembra. Strošek vzdrževanja ter servisiranja koles na letni ravni znaša okoli EUR 1.000 in je odvisen od zahtevnosti in količine popravil. Pričakovan prihodek od izposoje koles v letu 2021 je EUR 4.000.

V primeru izboljšanja epidemiološke situacije ter večjega obsega dela v informacijskem centru Triglavska roža Bled bomo v času poletne sezone nudili mentorstvo študentom oziroma praktikantom pri opravljanju prakse v info centru. Postopek izbire poletnega kadra bomo pred sezono 2021 v sodelovanju s Triglavskim narodnim parkom začeli že spomladi, z namenom, da bi informatorje ustrezno usposobili in pripravili na delo med poletno sezono. Po potrebi jim

bomo omogočili tudi enodnevno izobraževanje. Sredstva, namenjena delovanju informacijskega centra Triglavsko roža Bled so načrtovana v višini EUR 30.000.

Kartico gosta »Kartica Julijske Alpe Bled« bomo tudi v prihodnje izdajali zgolj v digitalni obliki. Ker se je kartica prijela, načrtujemo v okviru »life cycle managementa« premium kartico na ravni Julijskih Alp. Ocenjen strošek najema sistema in osnovnega delovanja je EUR 7.500, saj se preostali del aktivnosti produkta in stroški razdelijo med člane skupnosti Julijske Alpe.

2.3. Kongresni urad Bled

STROŠKOVNO MESTO	TURIZEM BLED PLAN 2021	REALIZACIJA 2019	Osnovni plan 2020	Plan E	Plan 2021 standardni	Plan 2021 Standardni s kolesarskim produktom	Plan 2022 (ambicioznejši plan)
	DELOVANJE KONGRESNEGA URADA BLED (konto 41330267)	163.612,60	254.300,00	94.120,09	147.350,00	147.350,00	175.150,00
	M.I.C.E.	105.345,71	106.800,00	40.784,09	69.500,00	69.500,00	74.000,00
311	Program dela	61.502,40	62.500,00	16.984,09	37.500,00	37.500,00	42.000,00
312	Plače zaposlenih	43.843,31	44.300,00	23.800,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00
	Podpora velikim športnim tekmovanjem	58.266,89	147.500,00	53.336,00	77.850,00	77.850,00	101.150,00
321	Veslanje	0,00	56.000,00	16.400,00	0,00	0,00	23.300,00
322	Plavanje	17.541,00	26.000,00	23.388,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00
323	Biatlon	29.235,00	36.000,00	12.048,00	58.250,00	58.250,00	58.250,00
324	Šah		12.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
325	Ostale športne prireditve	11.490,89	17.000,00	1.500,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00

Za delovanje kongresnega urada je v primerjavi z letom 2020 načrtovano bistveno povečanje sredstev. Več sredstev načrtujemo v upanju, da se bo branža pobrala, hkrati pa v letu 2021 namenimo precejšen del sredstev za podporo izvedbi svetovnega prvenstva v biatlonu. Skupaj s partnerji v kongresnem uradu bomo jeseni 2020 pripravili smernice za delovanje v spremenjenih časih. Teme bodo vključevale: kje smo, kam bi radi in kaj je realno. Med pogovori o prihodnjem razvoju področja M.I.C.E. bomo s partnerji prevetrili stanje in si zastavili cilje. Ciljev, zastavljenih v strategiji Kongresnega Bleda 2020 iz različnih razlogov nismo dosegli (pozna ustanovitev kongresnega urada, manj primerna kongresna infrastruktura za sodobno izvedbo tovrstnih srečanj in prezasedenost kapacitet z drugimi gosti). Cilji delovanja bodo usklajeni s pogledi lokalnih akterjev in strokovne javnosti.

2.3.1. M.I.C.E / Program dela KUB

Program dela predvideva udeležbo na borzah in workshopih (9.000 EUR), izvedbo fam tripov skupaj s Kongresnim uradom Slovenije (2.500 EUR). Plačilo članarin in izvedba aktivnosti v okviru združenj (2.000 EUR). Pripravo brošur, prezentacij in spletnih vsebin (3.500 EUR). Pripravo promocijskega videa in fotografij v podporo promociji segmenta (10.000 EUR). Izvedba 2. Kongresnega foruma Bled (6.000 EUR) in izvedbo analize kongresnega gosta (6.000 EUR). Skupaj 39.000 EUR.

Načrtujemo izvedbo internega fam tripa, na katerem bi DMC-jem pokazali nekatera doživetja Bleda, ki jih morda še ne poznajo (Žganjekuha Trglav, Zveni po praznikih, Obisk Vrta okusov, Obisk delavnice pleten) in s tem spodbudili trženje Bleda za incentive potovanja, sprejeme, spremljevalni program za udeležence kongresov v Ljubljani (Ocena: 1.000 – 2.000 EUR).

V ambicioznejši različici načrta smo predvideli še pripravo strategije MICE Bled do 2030. Zadnji obširnejši dokument »Kongresni Bled 2020«, je bil pripravljen leta 2011.

2.3.2. Podpora velikim športnim tekmovanjem

Velika športna tekmovanja predstavljajo pomemben del v enem izmed treh stebrov strategije, zato jih bomo podpirali tudi v prihodnje. V letu 2021 bomo skupaj s prireditvenim svetom pripravili smernice na podlagi katerih bomo določili, katera športna tekmovanja bomo podpirali.

V planu za 2021 je predvidena podpora evropskemu prvenstvu v veslanju za veterane, svetovnemu prvenstvu v zimskem plavanju in svetovnemu prvenstvu v biatlonu.

2.4. Upravljanje zavoda in destinacije

STROŠKOVNO MESTO	TURIZEM BLEED PLAN 2021	REALIZACIJA 2019	Osnovni plan 2020	Plan E	Plan 2021 standardni	Plan 2021 Standardni s kolesarskim produktom	Plan 2022 (ambicioznejši plan)
	UPRAVLJANJE ZAVODA IN DESTINACIJE (konto 41330268)		358.000,00	285.678,51	267.499,00	267.499,00	275.699,00
	Splošni stroški	84.037,92	87.000,00	62.000,00	67.500,00	67.500,00	75.700,00
411	Upravljanje destinacije	20.392,34	20.000,00	3.000,00	2.500,00	2.500,00	10.000,00
412	Drugi splošni stroški	54.328,04	58.000,00	49.000,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00
	Proračunska rezerva			10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
413	Izvajanje strategije in sodelovanje z deležniki	9.317,54	9.000,00	0,00	2.500,00	2.500,00	3.200,00
42	Plače zaposlenih*	236.284,52	271.000,00	223.678,51	199.999,00	199.999,00	199.999,00

2.4.1. Splošni stroški

Upravljanje destinacije

Področje upravljanja z destinacijo je dokaj novo in kompleksno. Sodobne smernice upravljanja destinacij narekujejo sledeča področja delovanja:

- Ozaveščanje in komunikacija: povečanje zelenega duha med ponudniki, ozaveščanje lokalnega prebivalstva, turistov in turističnih ponudnikov, promocija manj znanih atrakcij
- Osnovno upravljanje: spremljanje in evaluacija stanja, IKT rešitve za usmerjanje tokov
- Infrastruktura: predvsem poudarek izgradnji kolesarske ponudbe
- Omejevanje

V ambicioznejši varianti bomo v letu 2021 izvedli raziskavo profila gosta (kdo obiskuje in zakaj), aktivnosti gostov (v času in prostoru), percepcijo destinacije, zadovoljstvo gosta in vire informiranja.

Drugi splošni stroški

Drugi splošni stroški so planirani v znesku EUR 52.500. Stroški vključujejo amortizacijo, elektriko, komunalne storitve, računovodstvo, pisarniški material, strokovno literaturo, stroške za poslovne prostore, bančne stroške, zavarovalne premije, internet, poštno storitve, članarine, vzdrževanje, reprezentanco, ogrevanje, stroške čiščenja in drugo.

Izvajanje strategije in sodelovanje z deležniki

Sredstva za ta namen so načrtovana v višini EUR 2.500 in bodo namenjena organizaciji izobraževanja za deležnike blejskega turizma.

2.4.2. Organizacija in status zavoda

V skladu z zakonom o spodbujanju razvoja turizma ZSRT-1 je načrtovanje organiziranje in izvajanje na ravni turističnega območja v pristojnosti občin, ki tudi zagotavljajo sredstva iz namenskih virov, med drugim iz turistične takse. Turistična taksa je namenjena za opravljanje dejavnosti in storitev v javnem interesu. Občina opravljanje storitev v javnem interesu zagotavlja na enega izmed sledečih načinov:

- neposredno v okviru občinske uprave
- z ustanavljanjem javnih zavodov in javnih podjetij
- z dajanjem koncesij
- na drug način, določen v skladu z zakonom (npr. javno pooblastilo).

V času priprave načrta deležniki turizma oblikujejo rešitev za ureditev statusa zavoda, ki bo skladen z zakonodajo in primeren poslanstvu zavoda.

2.4.3. Zaposleni

Celotni kolektiv šteje osem zaposlenih, v letu 2019 nas je bilo devet. Planirani stroški dela za leto 2021 so nižji, kot v predhodnih letih, predvsem zaradi zmanjšanja števila zaposlenih. Del stroškov dela bomo pokrili iz naslova razpisa MGRT.

Stroški dela za leto 2021 so izkazani na stroškovnem mestu 117 (delno sofinanciranje dveh plač iz projekta digitalizacije kulturne dediščine), na stroškovnem mestu 243 (Infocenter Triglavsko roža), stroškovnem mestu 312 (kongresni urad) in na skupnem kontu 42 v znesku EUR 0,2 mio (nominalno je ta pozicija za 15% nižja kot v 2019).

Uvajanje novih produktov in dejavnosti ter sodelovanje v državnih in evropskih razpisih predstavlja dodatne obveznosti zaposlenih. To pomeni, da z manj zaposlenimi delamo več. Seveda se zavedamo, da je v kriznih časih potrebno stisniti zobe, vendar na dolgi rok s sedanjo kadrovsko zasedbo vsem izzivom prav gotovo ne bomo kos.

3. Finančni načrt

	REALIZACIJA 2019	Osnovni plan 2020	Plan E	Plan 2021 standardni	Plan 2021 Standardni s kolesarskim produktom	Plan 2022 (ambicioznejši plan)
SKUPAJ PRIHODKI	1.423.277,00	1.496.600,00	660.000,00	1.010.000,00	1.089.200,00	1.364.200,00
Prihodki od Občine Bled	1.052.300,00	1.150.000,00	550.000,00	850.000,00	929.200,00	1.139.200,00
Tržni in drugi prihodki zavoda	370.977,00	346.600,00	110.000,00	160.000,00	160.000,00	225.000,00
Dobiček / izguba	41.359,00	8.000,00	- 78.611,72	1,00	1,00	1,00

Finančna tabela

STROŠKOVNO MESTO	TURIZEM BLEED PLAN 2021	REALIZACIJA 2019	Osnovni plan 2020	Plan E	Plan 2021 standardni	Plan 2021 Standardni s kolesarskim produktom	Plan 2022 (ambicioznejši plan)
	UPRAVLJANJE BLAGOVNIH ZNAMK (konto 41330265)		263.500,00	221.855,92	277.850,00	277.850,00	332.850,00
	Bled Imago paradisi (znamka Bled)	230.109,56	181.000,00	170.531,56	200.850,00	200.850,00	250.850,00
111	Blagovna znamka	16.232,30	22.000,00	3.250,00	10.000,00	10.000,00	40.000,00
112	Promocijski materiali	50.770,31	33.000,00	4.150,00	24.350,00	24.350,00	24.350,00
113	Oglaševanje v klasičnih medijih	8.087,63	15.000,00	168,56	5.000,00	5.000,00	5.000,00
114	Samostojne sejemske, borzne in druge predstavitve	11.192,77	15.000,00	2.963,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
115	Študijske skupine in obiski novinarjev	7.220,53	11.000,00	2.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
116	Digitalno trženje	23.363,24	35.000,00	19.500,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
117	Razpis MGRT Digitalizacija kulturne dediščine	87.738,55	-	11.750,00	104.000,00	104.000,00	104.000,00
118	Bled Local selection	25504,23	50.000,00	19.500,00	20.000,00	20.000,00	40.000,00
119	Razpis STO Promocija vodilnih destinacij			106.750,00	0,00	0,00	0,00
	Skupnosti	58.779,48	82.500,00	51.324,36	77.000,00	77.000,00	82.000,00
121	Zelena shema	1.595,30	4.500,00	1.712,03	3.500,00	3.500,00	8.500,00
122	Skupnost Julijske Alpe	39.897,26	55.000,00	40.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
123	Pohodništvo in kolesarjenje (GI2)	2.397,27	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
124	Alpine Pearls in ostalo	4.131,64	6.000,00	3.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
125	Skupne sejemske, borzne in druge predstavitve	10.758,01	15.000,00	6.612,33	7.500,00	7.500,00	7.500,00
	UPRAVLJANJE PRODUKTOV IN STORITEV ZAVODA (konto 41330266)	609.093,62	612.800,00	136.957,20	317.300,00	396.500,00	580.500,00
	Organizacija prireditev (letne in zimске)	327.748,21	295.000,00	39.576,08	145.000,00	145.000,00	243.000,00
211	Zimska pravljiča	129.597,92	115.000,00	31.397,56	100.000,00	100.000,00	110.000,00
212	Otvoritve poletja	29.150,18	26.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
213	Blejski dnevi	79.919,88	70.000,00	0,00	25.000,00	25.000,00	40.000,00
214	Hit parada	56.414,88	57.000,00	0,00	0,00	0,00	53.000,00
215	Ostale prireditve	27.403,05	25.000,00	8.178,52	20.000,00	20.000,00	40.000,00
216	Razvoj prireditev	5.262,30	2.000,00	0,00	0,00	0,00	
	Zimski produkti	26.878,61	43.000,00	14.781,12	15.000,00	15.000,00	20.000,00
221	Ski bus & ski pass	26.399,16	33.000,00	14.722,65	15.000,00	15.000,00	20.000,00
222	Urejanje tekaških prog in druge športno turistične infrastrukture	479,45	10.000,00	58,47	0,00	0,00	0,00
	Trajnostna mobilnost	95.441,17	93.000,00	19.500,00	59.300,00	138.500,00	198.500,00
231	Pohodniške poti	29.662,36	25.000,00	8.500,00	20.000,00	20.000,00	40.000,00
232	Bled Green Ways (zelena mobilnost) - nadaljni razvoj kolesarskega turizma	27.563,89	27.000,00	8.500,00	35.800,00	115.000,00	125.000,00
233	"Integrirane rešitve zelene mobilnosti"	66,60	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
234	Hop on/hop off, shuttle	38.148,32	38.000,00	2.500,00	3.500,00	3.500,00	33.500,00
	Informiranje gostov	142.654,03	131.800,00	63.100,00	98.000,00	98.000,00	99.000,00
241	TIC pri TD Bled	37.999,26	38.000,00	22.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00
242	Delovanje turističnega društva Bled	13.999,92	14.000,00	12.600,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00
243	Infocenter Triglavsko roža Bled	38.497,41	38.800,00	22.500,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
244	Ask me I am local/Vprašaj me, sem domačin	24.320,54	22.500,00	1.000,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
245	Kartica gosta	14.096,27	25.000,00	5.000,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
246	Rezervacijski sistem turistične destinacije	12.408,31	5.000,00	0,00	1.000,00	1.000,00	2.000,00
247	Storitve rezervacijskega sistema	1.332,32	2.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Razvoj produktov	16.371,60	50.000,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00
251	Petvezdična doživetja	16.371,60	50.000,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00
	DELOVANJE KONGRESNEGA URADA BLEED (konto 41330267)	163.612,60	254.300,00	94.120,09	147.350,00	147.350,00	175.150,00
	M.I.C.E.	105.345,71	106.800,00	40.784,09	69.500,00	69.500,00	74.000,00
311	Program dela	61.502,40	62.500,00	16.984,09	37.500,00	37.500,00	42.000,00
312	Plače zaposlenih	43.843,31	44.300,00	23.800,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00
	Podpora velikim športnim tekmovanjem	58.266,89	147.500,00	53.336,00	77.850,00	77.850,00	101.150,00
321	Veslanje	0,00	56.000,00	16.400,00	0,00	0,00	23.300,00
322	Plavanje	17.541,00	26.000,00	23.388,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00
323	Biatlon	29.235,00	36.000,00	12.048,00	58.250,00	58.250,00	58.250,00
324	Šah		12.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
325	Ostale športne prireditve	11.490,89	17.000,00	1.500,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
	UPRAVLJANJE ZAVODA IN DESTINACIJE (konto 41330268)		358.000,00	285.678,51	267.499,00	267.499,00	275.699,00
	Splošni stroški	84.037,92	87.000,00	62.000,00	67.500,00	67.500,00	75.700,00
411	Upravljanje destinacije	20.392,34	20.000,00	3.000,00	2.500,00	2.500,00	10.000,00
412	Drugi splošni stroški	54.328,04	58.000,00	49.000,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00
	Proračunska rezerva			10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
413	Izvajanje strategije in sodelovanje z deležniki	9.317,54	9.000,00	0,00	2.500,00	2.500,00	3.200,00
42	Plače zaposlenih*	236.284,52	271.000,00	223.678,51	199.999,00	199.999,00	199.999,00
SKUPAJ		1.381.917,70	1.488.600,00	738.611,72	1.009.999,00	1.089.199,00	1.364.199,00



Turizem Bled,
zavod za pospeševanje
turizma

Bled Tourist Board

Ljubljanska cesta 27
SI-4260 Bled
Slovenija

T: +386 (0)4 578 05 00
info@visitbled.si
www.bled.si

Bled, 14.10.2020

Gradivo za 79. sejo Sveta zavoda Turizem Bled

Točka 4: Poslovni načrta zavoda za leto 2021 – dodatek

Po pripravi in oddaji poslovnega načrta za leto 2021 smo naknadno dobili predlog, da bi destinacija podprla izvedbo veteranskega evropskega prvenstva v veslanju v letih 2021 in 2022 in za ta namen tudi zagotovili finančna sredstva.

Mednarodna veslaška zveza FISA, Organizacijski komite Olimpijske proge München in Bavarska veslaška zveza so kot lastniki licence za tekmovanje razpisali poziv za kandidature za organizacijo Veteranskega Evropskega prvenstva v veslanju v letih 2021 in 2022 (v nadaljevanju VEP 2021-22). Veslaška zveza Slovenije je bila s kandidature uspešna za obe razpisani leti. Predvidena termina za organizacijo VEP sta za leto 2021 od 18. do 21. junija in za leto 2022 med 17. in 20. junijem, s tem da je dokončna določitev termina stvar lastnikov licence tekmovanja.

Dogodka podpira občina Bled, organizatorji so dosegli dogovor z blejskimi hotelirji o usklajeni ponudbi, iz sredstev Turizma Bled pa naj bi se financiral prispevek destinacije. Finančno naj bi Turizem Bled zagotovil prispevek v letni višini EUR 25.000 plus ddv, skupno torej EUR 50.000 plus ddv. Znesek prispevka je določen na osnovi pričakovanega števila nočitev oziroma prihodka iz naslova turistične takse. Predvidenih je približno 10.000 nočitev vsako leto. VZS predvideva namestiti vse udeležence na območju Občine Bled. V primeru odpovedi dogodka zaradi višje sile (npr. trajajoče pandemije covid-19), stranki sporazumno prekineta pogodbo in nimata obveznosti ena do druge. Izjema je prispevek Turizma Bled za namen kandidature in promocije, ki znaša 50% do tedaj nastalih stroškov, vendar ne več kot 5.000 EUR, ob tem da VZS za nastale stroške predloži ustrezna dokazila (fakture).

Sredstva za ta namen lahko v trenutku priprave tega dokumenta zagotovimo le s prerazporeditvijo v okviru plana predvidenih sredstev. Zaradi tega smo v finančni tabeli poslovnega načrta dodati še eno kolono. V njej smo upoštevali tudi prenos EUR 75.000 sredstev za razvoj kolesarskega produkta, dodatnih EUR 5.000 za vzpostavitev spletne trgovine Bled Local selection ter neto EUR 29.250 za podporo veslanju v letu 2021. V primeru, da bo prihodkov iz naslova turistične takse v letu 2021 več, kot so predvideli v občinskem proračunu, nam bo občina za financiranje veslanja namenila dodatna sredstva.

STROŠKOVNO MESTO	TURIZEM BLEED PLAN 2021	REALIZACIJA 2019	Osnovni plan 2020	Plan E	Plan 2021 standardni	Plan 2021 Standardni s kolesarskim produktom	Plan 2022 (ambicioznejši plan)	Plan 2021 z veslanjem
	UPRAVLJANJE BLAGOVNIH ZNAMK (konto 41330265)		263.500,00	221.855,92	277.850,00	277.850,00	332.850,00	277.500,00
	Bled Imago paradisi (znamka Bled)	230.109,56	181.000,00	170.531,56	200.850,00	200.850,00	250.850,00	201.500,00
111	Blagovna znamka	16.232,30	22.000,00	3.250,00	10.000,00	10.000,00	40.000,00	10.000,00
112	Promocijski materiali	50.770,31	33.000,00	4.150,00	24.350,00	24.350,00	24.350,00	20.000,00
113	Oglaševanje v klasičnih medijih	8.087,63	15.000,00	168,56	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
114	Samostojne sejemske, borzne in druge predstavitve	11.192,77	15.000,00	2.963,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
115	Študijske skupine in obiski novinarjev	7.220,53	11.000,00	2.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
116	Digitalno trženje	23.363,24	35.000,00	19.500,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
117	Razpis MGRT Digitalizacija kulturne dediščine	87.738,55	-	11.750,00	104.000,00	104.000,00	104.000,00	104.000,00
118	Bled Local selection	25504,23	50.000,00	19.500,00	20.000,00	20.000,00	40.000,00	25.000,00
119	Razpis STO Promocija vodilnih destinacij			106.750,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Skupnosti	58.779,48	82.500,00	51.324,36	77.000,00	77.000,00	82.000,00	76.000,00
121	Zelena shema	1.595,30	4.500,00	1.712,03	3.500,00	3.500,00	8.500,00	3.500,00
122	Skupnost Julijske Alpe	39.897,26	55.000,00	40.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
123	Pohodništvo in kolesarjenje (GIZ)	2.397,27	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
124	Alpine Pearls in ostalo	4.131,64	6.000,00	3.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	5.000,00
125	Skupne sejemske, borzne in druge predstavitve	10.758,01	15.000,00	6.612,33	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
	UPRAVLJANJE PRODUKTOV IN STORITEV ZAVODA (konto 41330266)	609.093,62	612.800,00	136.957,20	317.300,00	396.500,00	580.500,00	375.900,00
	Organizacija prireditev (letne in zimske)	327.748,21	295.000,00	39.576,08	145.000,00	145.000,00	243.000,00	122.400,00
211	Zimska pravljica	129.597,92	115.000,00	31.397,56	100.000,00	100.000,00	110.000,00	85.000,00
212	Otvoritev poletja	29.150,18	26.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
213	Blejski dnevi	79.919,88	70.000,00	0,00	25.000,00	25.000,00	40.000,00	22.400,00
214	Hit parada	56.414,88	57.000,00	0,00	0,00	0,00	53.000,00	0,00
215	Ostale prireditve	27.403,05	25.000,00	8.178,52	20.000,00	20.000,00	40.000,00	15.000,00
216	Razvoj prireditev	5.262,30	2.000,00	0,00	0,00	0,00		0,00
	Zimski produkti	26.878,61	43.000,00	14.781,12	15.000,00	15.000,00	20.000,00	15.000,00
221	Ski bus & ski pass	26.399,16	33.000,00	14.722,65	15.000,00	15.000,00	20.000,00	15.000,00
222	Urejanje tekaških prog in druge športno turistične infrastrukture	479,45	10.000,00	58,47	0,00	0,00	0,00	0,00
	Trajnostna mobilnost	95.441,17	93.000,00	19.500,00	59.300,00	138.500,00	198.500,00	143.500,00
231	Pohodniške poti	29.662,36	25.000,00	8.500,00	20.000,00	20.000,00	40.000,00	25.000,00
232	Bled Green Ways (zelena mobilnost) - nadaljni razvoj kolesarskega turizma	27.563,89	27.000,00	8.500,00	35.800,00	115.000,00	125.000,00	115.000,00
233	'Integrirane rešitve zelene mobilnosti'	66,60	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
234	Hop on/hop off, shuttle	38.148,32	38.000,00	2.500,00	3.500,00	3.500,00	33.500,00	3.500,00
	Informiranje gostov	142.654,03	131.800,00	63.100,00	98.000,00	98.000,00	99.000,00	95.000,00
241	TIC pri TD Bled	37.999,26	38.000,00	22.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00
242	Delovanje turističnega društva Bled	13.999,92	14.000,00	12.600,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00
243	Infocenter Triglavsko roža Bled	38.497,41	38.800,00	22.500,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	27.000,00
244	Ask me I am local/Vprašaj me, sem domačin	24.320,54	22.500,00	1.000,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
245	Kartica gosta	14.096,27	25.000,00	5.000,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
246	Rezervacijski sistem turistične destinacije	12.408,31	5.000,00	0,00	1.000,00	1.000,00	2.000,00	1.000,00
247	Storitve rezervacijskega sistema	1.332,32	2.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Razvoj produktov	16.371,60	50.000,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00	0,00
251	Petzvezdična doživetja	16.371,60	50.000,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00	0,00

	DELOVANJE KONGRESNEGA URADA BLED (konto 41330267)	163.612,60	254.300,00	94.120,09	147.350,00	147.350,00	175.150,00	164.100,00
	M.I.C.E.	105.345,71	106.800,00	40.784,09	69.500,00	69.500,00	74.000,00	62.000,00
311	Program dela	61.502,40	62.500,00	16.984,09	37.500,00	37.500,00	42.000,00	30.000,00
312	Plače zaposlenih	43.843,31	44.300,00	23.800,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00
	Podpora velikim športnim tekmovanjem	58.266,89	147.500,00	53.336,00	77.850,00	77.850,00	101.150,00	102.100,00
321	Veslanje	0,00	56.000,00	16.400,00	0,00	0,00	23.300,00	29.250,00
322	Plavanje	17.541,00	26.000,00	23.388,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00
323	Biatlon	29.235,00	36.000,00	12.048,00	58.250,00	58.250,00	58.250,00	58.250,00
324	Šah		12.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
325	Ostale športne prireditve	11.490,89	17.000,00	1.500,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	0,00
	UPRAVLJANJE ZAVODA IN DESTINACIJE (konto 41330268)		358.000,00	285.678,51	267.499,00	267.499,00	275.699,00	267.499,00
	Splošni stroški	84.037,92	87.000,00	62.000,00	67.500,00	67.500,00	75.700,00	67.500,00
411	Upravljanje destinacije	20.392,34	20.000,00	3.000,00	2.500,00	2.500,00	10.000,00	2.500,00
412	Drugi splošni stroški	54.328,04	58.000,00	49.000,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00
	Proračunska rezerva			10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
413	Izvajanje strategije in sodelovanje z deležniki	9.317,54	9.000,00	0,00	2.500,00	2.500,00	3.200,00	2.500,00
42	Plače zaposlenih*	236.284,52	271.000,00	223.678,51	199.999,00	199.999,00	199.999,00	199.999,00
SKUPAJ		1.381.917,70	1.488.600,00	738.611,72	1.009.999,00	1.089.199,00	1.364.199,00	1.084.999,00

REALIZACIJA 2019	Osnovni plan 2020	Plan E	Plan 2021 standardni	Plan 2021 Standardni s kolesarskim produktom	Plan 2022 (ambicioznejši plan)	Plan 2021 z veslanjem
------------------	-------------------	--------	----------------------	--	--------------------------------	-----------------------

SKUPAJ PRIHODKI	1.423.277,00	1.496.600,00	660.000,00	1.010.000,00	1.089.200,00	1.364.200,00	1.085.000,00
Prihodki od Občine Bled	1.052.300,00	1.150.000,00	550.000,00	850.000,00	929.200,00	1.139.200,00	925.000,00
Tržni in drugi prihodki zavoda	370.977,00	346.600,00	110.000,00	160.000,00	160.000,00	225.000,00	160.000,00
Dobiček / izguba	41.359,00	8.000,00	- 78.611,72	1,00	1,00	1,00	1,00



Turizem Bled,
zavod za pospeševanje
turizma

Bled Tourist Board

Ljubljanska cesta 27
SI-4260 Bled
Slovenija

T: +386 (0)4 578 05 00
info@vtbted.si
www.bled.si

Bled, 26.10.20202

Zadeva: sprejem Poslovnega načrta za leto 2021

Svet zavoda je na svoji 79. seji dne 22.10.2020 sprejel Poslovni načrt Turizma Bled za leto 2021 z dodatkom.

Uroš Ambrožič
predsednik sveta zavoda



Turizem Bled,
zavod za pospeševanje
turizma

Bled Tourist Board

Ljubljanska cesta 27
SI-4260 Bled
Slovenija

T: +386 (0)4 578 05 00
info@visitbled.si
www.bled.si

Bled, 25.11.20202

Zadeva: dodatno pojasnilo k gradivom za sprejem Poslovnega načrta Turizma Bled za leto 2021

Spoštovani,

Sporočili smo vam, da je svet zavoda na svoji 79. seji dne 22.10.2020 sprejel Poslovni načrt Turizma Bled za leto 2021 z dodatkom.

Gradiva vsebujejo več dokumentov oziroma različic, saj se je zavod prilagajal navodilom za pripravo, ki so se spremenila, poleg tega pa je prišlo še do vsebinskih sprememb, kot je na primer vključitev podpore veteranskemu evropskemu prvenstvu v veslanju.

V gradivu »Poslovni načrta zavoda za leto 2021 – dodatek« smo pojasnili, da smo po pripravi in oddaji poslovnega načrta za leto 2021 naknadno dobili predlog, da bi destinacija podprla izvedbo veteranskega evropskega prvenstva v veslanju v letih 2021 in 2022. Dogodka podpira občina Bled, organizatorji so dosegli dogovor z blejskimi hotelirji o usklajeni ponudbi, iz sredstev Turizma Bled pa naj bi se financiral prispevek destinacije. Finančno naj bi Turizem Bled zagotovil v letu 2021 prispevek v višini EUR 25.000 plus ddv, zato smo v poslovnem načrtu prerazporedili določena sredstva. Če torej sledimo preudarku, da se potrjuje le en finančni načrt, potem je to »Plan 2021 z veslanjem«.

V istem gradivu je tudi zapisano, da »V primeru, da bo prihodkov iz naslova turistične takse v letu 2021 več, kot so predvideli v občinskem proračunu, nam bo občina za financiranje veslanja namenila dodatna sredstva.« To dikcijo razumemo kot namero občine, kot možnost, ki bo lahko formalno sprejeta šele naknadno.

V tem finančnem načrtu je torej predvideno, da bo občina zavodu namenila EUR 850.000,00 in dodatno EUR 75.000,00 kot prenos iz 2020 za namensko financiranje kolesarskega produkta. Če bodo namenska sredstva za kolesarski produkt koriščena deloma že v letu 2020, bo ta prenos ustrezno manjši.

Uroš Ambrožič
predsednik sveta zavoda

Tomaž Rogelj
direktor