

15. Soglasje k Poslovno-računovodskemu poročilu Javnega zavoda Turizem Bled za leto 2025

PREDLAGATELJ: župan Anton Mežan
PREDSTAVNIK: Blaž Veber, direktor Javnega zavoda Turizem Bled

PREDLOG SKLEPA: Občinski svet Občine Bled sprejme Soglasje k
Poslovno - računovodskemu poročilu Javnega zavoda Turizem Bled za leto 2025.

I FEEL
SLOVENIA



Poslovno računovodsko poročilo Javnega zavoda Turizem Bled 2025

I.I. - 31.12.2025



JULJSKE ALPE
TRIGLAVSKI NARODNI PARK

Poslovno računovodsko poročilo Javnega zavoda Turizem Bled za leto 2025 smo pripravili: Blaž Veber, Petra Pekovec, Anja Kikelj, Maruša Kobal Novak, Matija Brian Schiffrer, Elizabeta Skumavc, Eva Pretnar Brglez, Rok Lesjak, Maja Pančur, Maja Lakota, Mateja Vilman, Eva Fermišek. Določena poglavja so povzeta po poročilih zunanjih sodelavcev.

Vsebina

UVODNI NAGOVOR.....	7
Predstavitev zavoda.....	8
Zakonska določila	8
Namenski viri financiranja zavoda,	9
Dejavnosti JZ Turizem Bled.....	9
Organi zavoda	10
UPRAVLJANJE BLAGOVNIH ZNAMK	10
BLED Imago paradisi	11
•Blagovna znamka.....	11
• Promocija in produkcija promocijskih gradiv	11
• Oglaševanje v klasičnih medijih.....	13
• Predstavitve na sejnih in borzah	22
• Študijske skupine in obiski novinarjev	28
• Digitalno trženje	34
• Spletna stran www.bled.si.....	34
• 5-zvezdični produkt oz. edinstveno doživetje	50
• Blejski lokalni izbor.....	51
• Projekt “Promocija destinacije Bled v letu 2025”	53
• Blejski multimedijski projekt.....	54
•Dnevi odprtih vrat.....	59
• Turistično gospodarstvo vabljeno na Teden doživetij	59
• Nagrade.....	60
Skupnosti	60
• Zelena shema slovenskega turizma	60
• Akcijski načrt trajnostnih ukrepov 2025–2027.....	61
• Ključne aktivnosti destinacije Bled v letu 2025	61
• Imetniki znaka Slovenia Green na Bledu	62
• Mednarodna vpetost in priznanja	63
• Skupnost Julijske Alpe	63
• Alpski biseri/Alpine Pearls	65
UPRAVLJANJE PRODUKTOV IN STORITEV ZAVODA	66
Organizacija tradicionalnih prireditvev	66
• Blejsko poletje 2025	66
• Glasbeni večeri na Jezerski promenadi	67
• Blejski dnevi	67
• Koncerti in filmske projekcije na prostem.....	68
• Dodatne aktivnosti in zaključek poletja	69
• Zimska pravljica 2025/2026	69
Ostale prireditve	72
• Sejem domače in umetnostne obrti	72
• Pustni karneval 2025.....	73
• Harmonike ob Blejskem jezeru	73
• BMW IBU svetnovni pokal v biatlonu	75
• Blejski zbirateljski dnevi	76
• Velikonočni koncert Godbe Gorje	77
• Kresovanje na straži.....	77
• Mednarodni historični lokostrelski turnir Bled 2025	77
• 10. mednarodni Blejski vodni forum.....	78

• 27. Riklijev pohod	78
• Festival Bled	80
• Spartan Bled 2025 hosted by I feel Slovenia.....	80
• Evropsko prvenstvo v veslanju za veterane	81
• Julian Alps Trail Run by UTMB	83
• Pokal Slovenije v hokeju na ledu.....	83
• Kolesarske prireditve KK Bled 2025.....	83
Zimski produkti	84
• Zimski Bled Bus	84
Trajnostna mobilnost	86
• Pohodniške poti	86
• Bled Bus.....	86
Informiranje gostov	89
• TIC pri TD Bled.....	89
• Infocenter Triglavsko roža Bled	89
• Kartica gosta	90
• Projekt »Vprašaj me, sem domačin«	91
Sodelovanje s turističnim gospodarstvom	91
KONGRESNI URAD BLED MAJA P	93
MICE.....	93
• Predstavitveni mediji in darila	94
• Aktivnosti v okviru združenj in izobraževanja	94
• Conventa Crossover.....	94
• Conventa Fam Trip.....	95
• Conventa	96
• IMEX Frankfurt.....	97
• Predstavitev destinacije Julijske Alpe na roadshowu „Europe Meets North America“ ..	97
• Predstavitev destinacije Julijske Alpe na IBX Catalunya	98
• IBTM World Barcelona.....	99
• Marketinški pool za ameriško incentive tržišče	100
• Druženje MICE deležnikov na Bledu.....	101
• Družbena omrežja	101
Podpora velikim športnim tekmovanjem	101
UPRAVLJANJE ZAVODA IN DESTINACIJE	102
Splošni stroški	102
• Upravljanje destinacije in drugi splošni stroški	102
• Zaposleni.....	102
Statistični pregled turističnega obiska na Bledu 2025.....	102
FINANČNO POROČILO	108

Tabele

Tabela 1: Oglaševanje na radiu	14
Tabela 2: Oglaševanje v tisku	14
Tabela 3: Ostalo plačljivo oglaševanje.....	14
Tabela 4: Sporočila za javnost	22
Tabela 5: Študijske skupine v letu 2025.....	31
Tabela 6: Novinarski obiski v letu 2025	34
Tabela 7: Epizode Bled Podcasta in gledanost.....	57
Tabela 8: Seznam sejmskih nastopov s skupnostjo Julijske Alpe	65
Tabela 9: Število prepeljanih potnikov z Bled winter busem, 2025	86
Tabela 10: Turistični prihodi in nočitve v letu 2025 po državah	103
Tabela 11: Turistični prihodi in nočitve v letu 2025 po vrstah nastanitve.....	105

Tabela 12: Turistični prihodi in nočitve po mesecih leta 2025 in primerjava z letom 2024..	106
Tabela 13: Turistični prihodi in nočitve po mesecih leta 2025	106
Tabela 14: Število nastanitvenih obratov in ležišč v občini Bled leta 2022 in 2025	108

Slike

Slika 1: Zloženke Turizma Bled.....	12
Slika 2: B2B srečanje	24
Slika 3: Sejmski prostor FITUR Madrid	25
Slika 4:IFT Beograd	25
Slika 5: ITB Berlin	26
Slika 6: New Deal Europe, London	27
Slika 7: Prikaz krivulje števila aktivnih uporabnikov spletne strani za leto 2025 (temno modra krivulja) v primerjavi z letom 2024 (svetlo modra krivulja). Vir: GA4 analitika.....	35
Slika 8: Primer e-novičnika JZTB.....	38
Slika 9: Primer kampanje Bledologija	39
Slika 10: Primer kampanje Blejsko poletje.....	40
Slika 11: Primer kampanje kartica Julijske Alpe: Bled.....	40
Slika 12: Primer kampanje BLS.....	41
Slika 13: Primer kampanje Zimska pravljica 25/26 in Pravljičnega parka	42
Slika 14: Primer promocije sodelovanja z ustvarjalci vsebin	43
Slika 15: Letni pregled statistike na Facebook strani Bled, Slovenia	44
Slika 16: Prikaz števila sledilcev in njihova demografija	45
Slika 17: Vpogled v Instagram profil Bled Slovenia	46
Slika 18: Vpogled v statistiko Instagram računa.....	46
Slika 19: Sledilci in demografija.....	47
Slika 20: Prikaz TikTok profila Bled Slovenia	48
Slika 21: Naslovnica Threads Lake Bled profila	48
Slika 22: Profil X (bivši Twitter)	49
Slika 23: LinkedIn Bled	49
Slika 24: Youtube kanal Bled Slovenia.....	50
Slika 25: Spletna stran Arnold Rikli	51
Slika 26: Blejski lokalni izbor, podelitev nagrad (foto: Boris Pretnar).....	52
Slika 27: naslovnica filma Pustolovščina življenja	54
Slika 28: Naslovnica Bled Podcast.....	55
Slika 29: Statistika prenosov podcasta (vir: Buzzsprout).....	57
Slika 30: Lokacije prenosov (vir: Buzzsprout)	57
Slika 31: Primer oglasa Bledologija.....	58
Slika 32: Priznanje Green destination Top 100 stories	59
Slika 33: Utrinek Zero Waste dnevana Bledu	62
Slika 34: Srečanje godb Julijskih Alp	67
Slika 35: Utrinek Blejskih dni	68
Slika 36: Lučke na Blejskem jezeru	68
Slika 37: Koncerti in filmske projekcije	68
Slika 38: Skulptura pletne, Zimska pravljica	69
Slika 39: Utrinek Legende o potopljenem zvonu	70
Slika 40: Utrinek Kroga prijateljstva	72
Slika 41: Pustni karneval 2025 (foto: Skivibe)	73
Slika 42: Harmonike ob jezeru (foto: Miro Zalokar)	74
Slika 43: Harmonike ob Blejskem jezeru (foto: Miro Zalokar)	75
Slika 44: Blejski zbirateljski dnevi 2025.....	76
Slika 45: Velikonočni koncert.....	77

Slika 46: Oglas za Historično lokostrelstvo 2025	78
Slika 47: Rikljev pohod v organizaciji Turizma Bled.....	79
Slika 48: Srečanje vespa motorjev na Bledu.....	79
Slika 49: Utrinek z dogodka Živjo, joga!	80
Slika 50: Statistika prijav	81
Slika 51: Dosegi	81
Slika 52: Masters regata 2025	82
Slika 53: Xaters Slovenija 2025	82
Slika 54: Oglas za JATR by UTMB.....	83
Slika 55: Kolesarska tekma KK Bled 2025.....	84
Slika 56: Nova grafična podoba - zemljevid Zimski Bled Bus.....	85
Slika 57: Zemljevid avtobusne linije Bled bus.....	87
Slika 58: Časovnica Bled bus 2025	88
Slika 59: Vprašaj me, sem domačin.	91
Slika 60: Utrinek Blejskega turističnega foruma	92
Slika 61: Priprava strategije 2045	93
Slika 62: Utrinek z dogodka Conventa Crossover	95
Slika 63: Conventa FamTrip	95
Slika 64: Conventa 2025	96
Slika 65: Imex Frankfurt	97
Slika 66: Europe meets NA.....	98
Slika 67: Predstavitev v Catalunyi	99
Slika 68: Sodelovanje v Barceloni	100
Slika 69: Vabilo na druženje MICE deležnikov.....	101
Slika 70: Delež nočitev po trgih v letu 2025	104
Slika 71: Delež nočitev po tipu nastanitvenih obratov v letu 2025.....	105
Slika 72: Pregled prihodov in nočitev po mesecih od januarja do decembra 2025	107
Slika 73: Število stalnih ležišč po tipu nastanitvenih obratov v avgustu 2025	108

Leto 2025 je bilo za blejski turizem prelomno. S skoraj pol milijona prihodov (499.806) in več kot 1,2 milijona prenočitev smo presegli doslej rekordno leto 2018. Ti podatki so potrditev, da Bled ni zgolj dosegel predkoronskih ravni, temveč je postavil nove standarde obiskanosti. A številke same po sebi niso naš edini cilj. Naša vizija je destinacija, ki nudi vsebino 365 dni v letu, zato smo s športnimi, kulturnimi in kulinaričnimi dogodki aktivno nagovarjali nove ciljne skupine in krepili ugled Bleda kot vrhunskega celoletnega središča.

Ker turizma ne moremo razvijati brez tesnega sodelovanja z lokalno skupnostjo, so Dnevi odprtih vrat ter redna srečanja z občani in gospodarstvom ostali naša uveljavljena praksa. Maja smo z organizacijo prvega Blejskega turističnega foruma: Vizija 2045 začeli tlakovati pot novi dolgoročni strategiji. Forum je bil prostor odprtega dialoga in dokaz, da nam je vsem skupna ena želja: odgovoren in trajnosten razvoj našega kraja.

V sodelovanju z blejskimi ponudniki smo izpeljali dva Tedna doživetij za turistično gospodarstvo, ki sta omogočila aktivnejše sodelovanje med ponudniki aktivnosti in gospodarstvom. Za namen dviga kakovosti turistične ponudbe smo v preteklem letu izvedli tudi številne delavnice in izobraževanja.

Ponosni smo na premike, ki smo jih dosegli pri prireditvah. Letošnja Zimska pravljica, ki je na promenado privabila 35.000 obiskovalcev, je prinesla pomembno novost, saj smo namesto klasičnega ognjemeta prehod v novo leto obeležili z okolju prijaznim dron showom. Svetlobne formacije nad jezerom so dokazale, da lahko tradicijo nadgradimo z moderno tehnologijo, ki spoštuje naravo. Prav tako smo pri dogodku Legenda o potopljenem zvonu z uvedbo plačljivosti in organizacijo brezplačnih avtobusnih prevozov naredili pomemben korak k dolgoročni finančni in prometni vzdržnosti naših prireditev.

Grajsko kopališče pod gradom se je v zimskem času spremenilo v Pravljični park Bled. Doživetje, ki je k raziskovanju povabilo vse, ki jih pritegne praznični lesk lučk ni bila le okrašena pot, ampak prostor, kjer so se obiskovalci ob zimskih motivih in nežnih svetlobnih prizorih za trenutek ustavili ter se prepustili prazničnemu vzdušju. Park je v času delovanja obiskalo 10.000 obiskovalcev, kar potrjuje zanimanje za tovrstne vsebinske obogatitve destinacije.

V poletni sezoni 2025 je brezplačne prevoze na štirih linijah skupaj koristilo 16.880 potnikov. Ključna novost leta je bila linija Radovljica Bus, vzpostavljena v sodelovanju s Turizmom Radovljica, ki je gostom v kampih ponudila neposredno in trajnostno povezavo med obema krajema. Nova linija je bila izjemno dobro sprejeta, saj se je z njo julija prepeljalo 5.695, avgusta pa 5.960 potnikov. Uspešna uvedba je bistveno prispevala k razbremenitvi prometa in potrdila pomen regijskega povezovanja pri trajnostni mobilnosti.

Nove korake na poti k trajnostni mobilnosti smo uvedli tudi v zimski sezoni z Zimskim Bled Busom. Obiskovalcem je z Bleda na voljo povezava do Bohinja, kjer lahko enostavno prestopajo na lokalne linije, ki vodijo po celotni destinaciji. Podobno povezovanje je omogočeno tudi v smeri Kranjske Gore in Pokljuke, s čimer spodbujamo raziskovanje širše regije brez uporabe lastnega vozila.

Prizadevanja za trajnostno in vključujočo destinacijo so bila v preteklem letu nagrajena na najvišjih ravneh. Uvrstitev Bleda med Top 100 Green Destinations Stories in pridružitve prestižni globalni mreži Best Tourism Villages pod okriljem Svetovne turistične organizacije (UN Tourism) sta potrditvi našega večletnega sistematičnega dela. Bled je danes prepoznan kot globalni zgled destinacije, ki turizem razvija odgovorno, inovativno in z mislijo na lokalno okolje.

Uspehom na svetovnem zemljevidu se pridružujejo tudi domača priznanja. Na Dnevih slovenskega turizma 2025 je Bled prejel zlati znak gostoljubnosti, eno najprestižnejših priznanj v okviru vseslovenskega izbora Moja dežela – znak gostoljubnosti. Ta nagrada potrjuje, da Bled s svojo urejenostjo, prijaznostjo in skrbjo za obiskovalce ostaja eden izmed stebrov slovenskega turizma.

Kljub izjemnim dosežkom pa ostajamo realni. Zavedamo se, da nekateri strateški cilji zaradi zunanjih dejavnikov še niso bili v celoti realizirani. Projekta, kot sta dokončanje kolesarske povezave z Bohinjem in vključitev novih kulturnih kompleksov v ponudbo, ostajata prednostni nalogi za prihodnje obdobje. Ti izzivi nas opominjajo, da je razvoj destinacije nenehen proces, ki zahteva čas, vztrajnost in tesno usklajenost vseh deležnikov.

Leto 2025 je zadnje leto izvajanja obstoječe strategije, ki je Bled v dveh desetletjih preoblikovala iz klasičnega izletniška cilja v mednarodno prepoznavno, trajnostno upravljano destinacijo. V letu 2026 nas čakajo ključni koraki, ki bodo definirali prihodnje obdobje.

Maja 2026 bo javno predstavljena nova strategija razvoja turizma do leta 2045, ki jo pripravlja Fakulteta za turistične študije Turistica. Ključen operativni korak bo zagon regionalnega rezervacijskega sistema JAbook, ki bo digitalno povezal ponudnike v skupnosti Julijske Alpe in odprl nov kanal za neposredno prodajo.

Vstopamo v novo strateško obdobje z jasno vizijo, trdnimi temelji in ekipo, ki je dokazala svojo sposobnost. Zahvaljujem se vsem zaposlenim, partnerjem in lokalni skupnosti za predanost skupnim ciljem.

Blaž Veber
Direktor Javnega zavoda Turizem Bled

Predstavitev zavoda

Turizem Bled, zavod za pospeševanje turizma je ustanovila Občina Bled in 19 soustanoviteljev iz gospodarstva, ki so podpisali pristopno izjavo septembra 1999, leta 2001 je pristopilo še podjetje Alpetour d.d.

Turizem Bled je bil do 21. 10. 2021 v poslovnem in sodnem registru vpisan s pravnoorganizacijsko obliko zavoda kot pravna oseba zasebnega prava. Pretežni del sredstev za svoje poslovanje pridobiva s financiranjem s strani Občine Bled.

Preoblikovanje Turizma Bled v javni zavod se je izvršilo z odlokom, ki ga je potrdil občinski svet Občine Bled, dne 28. 9. 2021, od 22. 10. 2021 je Turizem Bled javni zavod, zaposleni pa javni uslužbenci.

Javni zavod vodi računovodske evidence in sestavlja letna poročila v skladu z Zakonom o računovodstvu, Zakonom o javnih financah in z drugimi predpisi, ki urejajo to področje. Zavod je uvrščen med določene uporabnike enotnega kontnega načrta za proračun, proračunske uporabnike in druge osebe javnega prava.

Zakonska določila

Zakon o pospeševanju turizma (ZPT) je bil sprejet leta 1998 (Ur. list RS, št. 57/98) in je opredelil ustanovitev in delovanje lokalnih turističnih organizacij. Na osnovi zakona je občina Bled septembra 1999 tudi sprejela odlok o preoblikovanju Direkcije za turizem Bled v LTO Turizem Bled.

Ugotovljeno je bilo, da Občina Bled glede na javnofinančne predpise, obstoječega Turizma Bled ne more več neposredno financirati iz proračuna občine. Turizem Bled je imel status zasebnega zavoda, potekel mu je tudi status pravne osebe, ki deluje v javnem interesu, katerega glede na določbe Zakona o spodbujanju turizma (Ur. list RS, št. 13/2018), ne more več obnoviti.

Glede na pravne analize se je Občini Bled kot edina sprejemljiva pravnoorganizacijska oblika pokazalo organiziranje dejavnosti v okviru javnega zavoda. V taki obliki je v Sloveniji organizirana tudi glavnina ostalih organizacij, ki v občinah ali širše izvajajo dejavnosti in storitve spodbujanja razvoja turizma. Njihove izključne ustanoviteljice so občine. Ostali ustanovitelji Turizma Bled so izstopili iz ustanoviteljstva z namenom, da edina ustanoviteljica postane Občina Bled. Njihovi deleži so bili odkupljeni.

Preoblikovanje Turizma Bled v javni zavod se je izvršilo z odlokom, ki ga je izdala Občina Bled. Odlok med dejavnostmi javnega zavoda izrecno določa izvajanje organiziranja spodbujanja razvoja turizma na območju Občine Bled, ki se izvršuje kot javna služba.

Namenski viri financiranja zavoda,

ki jih opredeljuje ZSRT:

- del koncesijske dajatve, ki se po 74. členu Zakona o igrah na srečo nameni lokalnim skupnostim v zaokroženem turističnem območju;
- turistična taksa, ki je namenjena za izvajanje dejavnosti in storitev v javnem interesu, ki so opredeljene v 21. členu ZSRT. Turistično takso plačujejo domači in tuji gostje hkrati s plačilom storitev za prenočevanje. Plačati so jo dolžni tudi v primeru, ko so deležni brezplačnega prenočevanja.

Občine so dolžne zagotavljati, da se namenska sredstva iz drugega odstavka 20. čl. zakona (koncesija od iger na srečo in turistična taksa) porabijo za izvajanje dejavnosti spodbujanja razvoja turizma na ravni turističnega območja.

Dejavnosti JZ Turizem Bled

Poslanstvo zavoda je izvajanje dejavnosti načrtovanja, organiziranja in spodbujanje razvoja turizma na območju Občine Bled.

Zavod je ustanovljen za opravljanje dejavnosti in storitve, ki jih opravlja v javnem interesu kot javno službo v Občini Bled, in sicer za:

- 1) informacijsko turistično dejavnost, ki vključuje:
 - a) informiranje turistov, vključno s turisti s posebnimi potrebami,
 - b) zbiranje podatkov za potrebe informiranja obiskovalcev,
 - c) ugotavljanje mnenj obiskovalcev o kakovosti turistične ponudbe,
 - d) sprejemanje in posredovanje predlogov in pritožb obiskovalcev v zvezi s turistično ponudbo pristojnim organom,
 - e) urejanje in vzdrževanje turistične signalizacije,
- 2) upravljanje s turistično destinacijo Bled,
- 3) spodbujanje razvoja celovitih turističnih proizvodov turističnega območja,
- 4) trženje celovite turistične ponudbe na ravni turističnega območja,
- 5) promocijo turizma,
- 6) varovanje nepremičnih spomenikov lokalnega in državnega pomena,
- 7) razvoj in vzdrževanje turistične infrastrukture,
- 8) razvoj in vzdrževanje javnih površin, namenjenih turistom (vzdrževanje in urejanje parkov, zelenic, cvetličnih nasadov, planinskih ter tematskih poti in podobno),

- 9) urejanje in vključevanje zavarovanih naravnih območij v turistično ponudbo, ob upoštevanju aktov o zavarovanju ter v skladu z razvojnimi usmeritvami in varstvenimi režimi v zavarovanih območjih,
- 10) organizacijo in izvajanje prireditev,
- 11) ozaveščanje in spodbujanje lokalnega prebivalstva glede pozitivnega odnosa do turistov in turizma,
- 12) druge storitve, ki se na turističnem območju brezplačno zagotavljajo turistom.

Za doseganje optimalnih učinkov izrabe kapacitet v upravljanju lahko zavod opravlja na področju svojega delovanja tudi tržno dejavnost, pri čemer je prihodek take dejavnosti izrecno namenjen razvoju in izvajanju osnovnih dejavnosti zavoda.

V okviru dejavnosti iz prejšnjega odstavka lahko zavod glede na svoje prostorske, tehnične in kadrovske zmogljivosti izvaja zlasti sledeče tržne dejavnosti:

1. oblikovanje, trženje in prodajo spominkov, literature, izdelkov lokalnega izvora in podobnih izdelkov, pri čemer imajo izdelki turističnega območja prednost pri predstavitvi, ponudbi in prodaji;
2. nudenje gostinskih, izobraževalnih, razstaviščnih, muzejskih in drugih storitev za obiskovalce in izvajalce prireditev v objektih v upravljanju in na promocijskih prireditvah;
3. izvajanje informacijske dejavnosti;
4. nudenje storitev za druge;
5. dajanje objektov, tehnične, prireditvene in druge opreme v upravljanju v najem ter nudenje pomoči in tehnične podpore za izvedbo posameznih promocijskih dogodkov drugim organizatorjem.

Opravljanje dejavnosti iz prejšnjega odstavka ne sme ogroziti izvajanja osnovnih dejavnosti zavoda (javne službe).

Organi zavoda

Organi zavoda so:

- svet zavoda,
- direktor in
- strokovni svet.

UPRAVLJANJE BLAGOVNIH ZNAMK

Cilj upravljanja blagovne znamke je graditi in ohranjati močno, jasno in pozitivno identiteto destinacije ter jo dosledno in učinkovito komunicirati ciljnim javnostim. Upravljanje blagovne znamke vključuje usklajen nabor strateških in operativnih aktivnosti, katerih namen je oblikovati, krepiti in vzdrževati zeleno podobo destinacije v očeh obiskovalcev, partnerjev in lokalne skupnosti. Komunikacija temelji na enotni in vizualno usklajeni identiteti, ki omogoča, da tako gostje kot domačini prepoznajo produkte, vsebine in doživetja, ki nastajajo pod okriljem znamke Bled. S tem zagotavljamo večjo preglednost ponudbe, višjo stopnjo zaupanja ter boljšo tržno učinkovitost posameznih produktov in nosilcev ponudbe.

Celostno upravljanje blagovne znamke zajema raziskovanje trgov, razvoj produktov, trženje, komuniciranje in redno prilagajanje pristopov, da znamka ostaja aktualna, konkurenčna in privlačna v hitro spreminjajočem se turističnem okolju. Leto 2025 predstavlja zaključni cikel izvajanja obstoječe strategije upravljanja turizma v destinaciji Bled, zato je bil poudarek na utrjevanju ključnih gradnikov blagovne znamke, dosledni rabi vizualnih in vsebinskih elementov ter nadgradnji sporočilnosti v skladu s sodobnimi trendi in vedenjem obiskovalcev.

Leto 2026 bo namenjeno prehodu v novo strateško obdobje. V ospredju bodo priprava nove strategije razvoja in trženja turizma ter opredelitev prihodnjega pozicioniranja destinacije. V tem okviru bo poseben poudarek namenjen tudi pripravi nove ali posodobljene trženjsko-komunikacijske strategije ter presoji potrebe po osvežitvi celostne grafične podobe znamke Bled, da bo ta še naprej učinkovito podpirala konkurenčnost destinacije na mednarodnih trgih.

BLED Imago paradisi

- **Blagovna znamka**

Blagovna znamka predstavlja enega ključnih temeljev prepoznavnosti in identitete destinacije ter pomembno vpliva na zaznavanje Bleda v očeh domače in mednarodne javnosti. Njena vloga ni zgolj promocijska, temveč strateška — gradi razlikovalnost, vzpostavlja čustveno vez z obiskovalci in ustvarja jasne ter pozitivne asociacije o destinaciji. Močna destinacijska znamka omogoča dolgoročno stabilno pozicioniranje na konkurenčnem turističnem trgu.

Bled kot destinacija združuje izjemne naravne danosti, kulturno dediščino in tradicijo gostoljubja. Blagovna znamka te elemente povezuje v enotno zgodbo in celostno izkušnjo, ki jo obiskovalci prepoznavajo kot kakovostno, avtentično in doživljajsko bogato. Prav skozi znamko se naravne lepote, zgodovina in sodobna ponudba povezujejo v prepoznavno identitetno celoto.

Za Turizem Bled je blagovna znamka ključno orodje diferenciacije in poudarjanja edinstvenih prednosti destinacije. V okolju številnih konkurenčnih turističnih krajev dosledna in premišljena raba znamke omogoča večjo izstopnost, večjo zapomnljivost ter večjo verjetnost izbire destinacije. Konsistentna uporaba znamke v vseh komunikacijskih kanalih in na vseh materialih krepi zaupanje ter povečuje učinek promocijskih aktivnosti.

Pomemben del razvoja znamke predstavlja tudi povezovanje z drugimi uveljavljenimi znamkami, kot so skupnost Julijske Alpe, Slovenska turistična organizacija – Zelena shema in Alpski biseri. Takšna partnerstva povečujejo doseg, verodostojnost in trajnostno pozicioniranje destinacije ter prispevajo k večji prepoznavnosti in posledično tudi k večji zasedenosti in obisku.

Ob tem se je v letu 2025 večkrat pokazalo, da je pravilna uporaba blagovne znamke ključnega pomena in da prihaja do odstopanj tudi na institucionalni ravni. Zato je nujno, da vsi turistični deležniki, občina in celotno turistično gospodarstvo spoštujejo zakonitosti znamke, njeno skrbništvo ter pravila uporabe. V prihodnje bo potrebno še tesnejše sodelovanje in dosledno vključevanje skrbnika blagovne znamke — JZ Turizem Bled — ki bdi nad pravilno in strokovno rabo znamke Bled Imago paradisi ter zagotavlja njeno dolgoročno vrednost in kredibilnost.

- **Promocija in produkcija promocijskih gradiv**

Turizem Bled je v letošnjem letu nadaljeval z načrtnim oblikovanjem in distribucijo tiskovin, s katerimi promoviramo raznoliko turistično ponudbo destinacije. V tem obdobju smo ponatisnili tri ključne tiskovine (zloženke/trganke z zemljevidi): Odkrijte Bled, Pohodniške poti in Kolesarske poti Bleda. Gradiva predstavljajo pregleden in uporabniku prijazen vodnik po možnostih raziskovanja in doživljanja Bleda ter širše okolice.

Pri zasnovi tiskovin smo posebno pozornost namenili uporabni vrednosti in trajnostnemu vidiku. Izbrali smo format povečanega A3 lista v obliki trganke, ki ga je mogoče enostavno zložiti v priročen A5 format za uporabo na terenu. Vsebinsko smo izbirali čim bolj brezčasne informacije, da je uporabnost tiskovin daljša. Posamezne vsebinske sklope smo nadgradili z QR kodami, ki uporabnika povezujejo z ažurnimi digitalnimi vsebinami na destinacijski spletni strani ter omogočajo sprotno posodabljanje podatkov brez potrebe po ponatisu.

Tiskovina Odkrijte Bled podaja osnovne informacije o destinaciji, priloženi zemljevid pa pokriva območje občine Bled. Produkti tiskovini za pohodnike in kolesarje pokrivata širše območje Zgornje Gorenjske ter vključujeta deset predlogov za športno udejstvovanje s kratkimi opisi in fotografijami. Podrobnejše informacije ter GPX zapise tras uporabniki pridobijo prek QR kod, ki vodijo na destinacijsko spletno mesto.

Najobsežnejšo prenovo je doživela tiskovina Odkrijte Bled, kjer smo v celoti prenovili vsebino druge strani. Vanjo smo umestili ilustriran zemljevid najzanimivejših aktivnosti ter naravnih in kulturnih znamenitosti celotnih Julijskih Alp. Dodali smo tudi predstavitev nosilnih produktov Julijskih Alp — Juliana Trail in Juliana Bike, vključili fotografije partnerskih destinacij ter osvežili nabor najbolj izpostavljenih doživetij na Bledu. S tem smo tiskovino nadgradili iz lokalnega vodiča v širše regijsko orientirano predstavitevno orodje.



Slika 1: Zloženke Turizma Bled

Posebno pozornost smo tudi letos namenili zimskemu obdobju z izdajo zimskega časopisa v obliki revije, ki jo zdaj pripravljamo že drugo leto zapored ter jo vsako sezono vsebinsko nadgrajujemo in dopolnjujemo z novimi zgodbami, produkti in aktualnimi informacijami. Revija izhaja v slovensko-angleškem jeziku in prinaša pregled raznolikih zimskih aktivnosti in dogodkov na Bledu ter v zaledju Julijskih Alp. V vsebino smo vključili tudi predloge za nastanitve in pakete doživetij, s ciljem spodbujanja daljšega bivanja in raziskovanja destinacije v zimskem času. Na ta način sistematično gradimo podobo Bleda kot letoletne destinacije. Spomladi smo nadgradili tudi koncept izdajanja sezonskih revij in zimsko številko razširili v izdajo zima–pomlad, kamor smo vključili dogodke, aktivnosti in novosti vse do konca maja. Pred poletno sezono pa smo prvič izdali še novo sezonsko revijo po enakem konceptu, z naslovom pomlad–jesen, ki je bila med bralci in ponudniki zelo dobro sprejeta ter se je izkazala kot učinkovit in pregleden informacijski ter promocijski kanal destinacije.

V sklopu dogodkov na praznični promenadi smo letos pripravili tudi posebno zgibanko z naslovom »Zimska pravljica«. Zloženska vsebuje izčrpen koledar prireditev, ki se odvijajo na praznični promenadi z vključenimi dogodki celotne destinacije, s poudarkom na privlačnih prazničnih doživetjih. Skozi zgibanko smo izpostavili najatraktivnejše praznične produkte, ki so na voljo v tem obdobju. S tem pristopom želimo obiskovalcem omogočiti celovit vpogled v praznično dogajanje in ponudbo destinacije ter jih navdihniti za obisk Bleda v zimskem času.

Izdali smo tudi knjižico prazničnih ugodnosti, ki je vključevala izbor trinajstih ugodnosti ponudnikov. Po ceni 7,00 evra je bila na voljo za nakup v sladki hiški na Jezerski promenadi, v Turistično Informacijskem Centru Bled ter na vhodu v Pravljični park Bled

Izdali smo tudi posamezne marketinške materiale, kot so letaki, plakati in transparenti, ki so bili osredotočeni na aktualne prireditve v letu 2025. Te materiale smo prilagodili in distribuirali v skladu z dinamiko dogodkov, s čimer smo obiskovalce pravočasno obveščali o aktualnih prireditvah in aktivnostih.

Za področje usmerjanja prometa in turističnih tokov sta bili izdani tiskovni »Parkiraj in se pelji« z namenom, da obiskovalce na zapori pri Pristavi informiramo o parkirnih možnostih ter možnostih potovanja po Bledu s trajnostnimi oblikami mobilnosti. Dodali smo še kartice (a5) za trajnostno in spoštljivo vedenje na Bledu (kje parkiramo, kje ne parkiramo, kje ne kampiramo/nočujemo..) Druga tiskovina »Organizirani prevozi« je vsebovala informacije o brezplačnih poletnih prevozih po Bledu in okolici z organiziranim prevozom, Bled Busom, ki je bila v letu 2025 tudi vsebinsko prenovljena.

Z namenom promocije Bleda smo obnovili zalogo reprezentančnih daril z blagovno znamko: rajske ptice, promocijske vrečke in kemične svinčnike. Dodali smo nove verzije vrečk za množično potrošnjo, svinčnike in svinčnike v posebnih šatuljah. Kot novost smo dodali še nove bombažne nahrbtnike (tudi s temo Riklija), ovratne trakove in majšno naklado copatk.

V novembru smo začeli pripravljati še kolekcijo oblačil za poslovno uporabo za zaposlene na občini Bled in na Javnem zavodu Turizem Bled ter kolekcijo za prodajo na trgu. Kolekciji bosta dokončani v letu 2026.

- **Oglaševanje v klasičnih medijih**

Turizem Bled je letos del marketinške strategije usmeril tudi v oglaševanje v klasičnih medijih, kot so televizija, radio, tiskani mediji in plakatiranje. Kljub naraščanju digitalnega oglaševanja ostaja oglaševanje v klasičnih medijih pomemben del celostne marketinške strategije. Kombinacija oglaševanja v digitalnih in klasičnih medijih je ključna za doseganje čim širše ciljne publike ter za vzpostavljanje ravnotežja med modernimi marketinškimi pristopi in tradicionalnimi komunikacijskimi kanali.

Čeprav je blejska blagovna znamka ena izmed prepoznavnejših slovenskih blagovnih znamk, smo se odločili za nadaljnjo krepitev in vzdrževanje obstoječe identitete. Marketinška vseprisotnost, vključujoč klasične medije, namreč omogoča doseganje raznolike ciljne publike, ki vključuje tako lokalne prebivalce in širšo mednarodno skupnost. S tem pristopom smo želeli ohraniti obstoječo prepoznavnost blagovne znamke, jo nadgraditi in obogatiti povezavo med destinacijo in obiskovalci. Vztrajanje pri klasičnih medijih predstavlja strateško odločitev za doseganje trajnostne prepoznavnosti in privabljanje nove ciljne publike, ki se odziva na različne komunikacijske kanale. Povečan obseg oglaševanja se planira v jesenskih in zimskih mesecih, ko je na Bledu nizka sezona in si želimo privabiti več gostov, v poletnem času se plačljivega oglaševanja ne poslužujemo. Prav tako stremimo k temu, da oglašujemo predvsem produkte, aktivnosti in dogodke, splošnega znamčenja ne izvajamo.

a.) Plačljivo oglaševanje na radiu

Mesec	Medij	Tema
Julij	Radio 1	Blejsko poletje - plačljivi koncerti

Julij	Radio Aktual	Blejsko poletje – plačljivi koncerti
Julij	Radio Gorenc	Blejsko poletje
Avgust	Radio Gorenc	Blejsko poletje
September	Radio Gorenc	Gala Magic Show
November	Radio Gorenc	Zimska pravljica

Tabela 1: Oglaševanje na radiu

b.) Plačljivo oglaševanje v tiskanih medijih

Mesec	Medij	Tema
Februar	Revija Fokus Plus priloga	Blejski lokalni izbor
Marec	Outdoor Welten	Bled in Bohinj alpske perle
Marec	Sidarta	Bled branding
Maj	Bilten Lokostrelski turnir	Bled branding
Junij	Slovenia outdoor	Bled – branding
Julij	IYP	Bled – Branding
September	Bilten Hit Parada	Bled branding
Oktober	Boutique by Happy tours	Bled – branding
Oktober	SZS Bilten	Bled – branding
Oktober	Hit Parada bilten	Bled – branding

Tabela 2: Oglaševanje v tisku

c.) Ostalo plačljivo oglaševanje

Mesec	Medij	Tema
Celo leto	Fraport – letališče Brnik	Image predstavitev Bled
Po potrebi – ob dogodkih	Čezcestni transparent	Dogodki na Bledu

Tabela 3: Ostalo plačljivo oglaševanje

d.) Odnosi z javnostmi

Javni zavod Turizem Bled redno komunicira z mediji tudi prek sporočil za javnost, novinarskih konferenc, odgovorom medijem in podobno. V letu 2025 so bila medijem posredovana spodnja sporočila za javnost.

Mesec	Tema
Januar	Povabilo k vpisu turističnih ponudnikov na spletno stran www.bled.si za leto 2025
	Sanacija poti na Malo Osojnico
	Javni razpis za popolno prenavo ali izgradnjo novih turističnih nastanitvenih obratov
	Turizem Bled uspešno počrpal sredstva razpisa Slovenske turistične organizacije
	L.E.A.F. – Trajnostni znak za odgovorne gostinske ponudnike
	Raziskava: Trajnost slovenskega turizma
	Na drsanje še ta konec tedna
	Pot na Malo Osojnico je sanirana
	Blejske legende na ogled do 16. marca
	Valentinova večerja v Hotelu & Restavraciji Starkl
	Vabilo na spletni seminar: Zelena preobrazba v Industriji 5.0
	Julijske Alpe so se predstavile v nizozemskem Utrechtu

	Zimska pravljica 2024/25 v številkah
	Naprodaj je utečena Soba pobega, Escape Room The Game Bled
	Lani na Bledu tisoč manj nočitev kot rekordnega leta 2018
	Podražitvi blejskih turističnih atrakcij
	Vabljeni na Dan odprtih vrat
	Prestavite svojo turistično ponudbo na prvem destinacijskem podkastu: The Bled Podcast
	STO objavila javni poziv za oddajo turistične ponudbe za brezplačno promocijo v okviru digitalnih kampanj 2025
	Pustni karneval Blejskih legend
	Turizem Bled: pregled leta 2024
	Skupnost Julijskih Alp vabi na sejem Alpe-Adria 2025
	Predstavitev novega zakona o gostinstvu
	Obvestilo o pričetku prenove Ledene dvorane Bled
	Povabilo na webinar: "Trajnostni turizem: ni več možnost, ampak nuja. In priložnost."
	Predstavitev novega Zakona o gostinstvu na Bledu
	Po poti skulptur Slavka Oblaka
	IBU svetovno prvenstvo v parabiathlonu 2025 Pokljuka powered by I Feel Slovenia
	V Stuttgartu največ zanimanja za aktivno počitnikovanje
	Skupnost Julijskih Alp se je predstavila v Madridu
	RAGOR vabi k udeležbi pri projektu Ustvarjalni podjetnik
Februar	Novo parkirišče pod Blejskim gradom, pri Športnem parku Bledec
	Predstavitev pozivov za vstop v Zeleno shemo slovenskega turizma 2025
	Bled bogatejši za biljardnico
	Prešernov dan na Bledu
	Usposabljanje »ChatGPT za poslovanje – samo praktični primeri!«
	RTM mesec na Blejskem gradu
	Meteorit Bojo in Miki Muster na BLEJSKIH zbirateljskih dnevih / BLED Collectors Days
	Dobrodelna prodajna razstava Slikarskega društva Atelje Bled za Matica
	Ambient Resort Bled – novo luksuzno prizorišče za poslovna srečanja
	Konferenčna dvorana Hotela Kompas poimenovana po najuspešnejšem slovenskem izumitelju
	Mesec ljubezni na Bledu
	Pridobite certifikat za "Trajnostnega in hibridnega vodjo projektov" za sektor trajnostnega turizma
	Razpis za pridobitev pravice do uporabe kolektivne blagovne znamke turistične destinacije Bled
	Javni poziv za zbiranje vlog za najem stojnic na Sejmu slovenske domače in umetnostne obrti na Bledu v poletni sezoni 2025
	Vabljeni na smučišče Zatrnik
	Rast nočitev tudi v letu 2025
	Obvestilo o zapori na Kolodvorski cesti
	Skupnost Julijskih Alp v Beogradu
	Vsebine za otroke v času zimskih počitnic na Bledu

	Poletna kartica JA: Bled: Vabilo ponudnikom storitev in nastanitev k sodelovanju
	Obvestilo o popolni zapori cest zaradi pustne povorke
	Konferenca "Brez avtomobila" (AUTOFREI) 11. marca 2025
	Vabljeni na pustno rajanje z Blejskimi legendami
	Ponovno vabimo na Turizem Bled
	Smučišče Zatrnik do nadaljnjega zaprto
	Decembra 2025 se izteče rok za prilagoditev objektov v javni rabi
	Na 17. Conventi več kot 500 vabljenih gostov
	Udeleženci poslovne borze Conventa na spoznavni študijski turi
Marec	Na Bledu je rajalo 400 Blejskih legend
	V naslednjih štirih letih najboljši biatlonci kar trikrat na Pokljuki
	Edinstvena doživetja Slovenije – objavljen je poziv za leto 2025
	Skupnost Julijskih Alp v Berlinu
	Pokljuka je pripravljena na BMW IBU Svetovni pokal v biatlonu 2025
	Aprila se na Bled vrača Spartan Trifecta Bled hosted by I feel Slovenia
	Delavnica akvarela na prenovljenih pomolih v Mali Zaki
	Na dobrodelni prodajni razstavi za Matica zbrali dva tisoč evrov
	BLEJSKI zbirateljski dnevi in meteorit Jesenice, Bojo, premierno na Bledu
	S Pokljuke na Bled, na BLEJSKE zbirateljske dneve
	Turizem Bled išče novega sodelavca – Področni svetovalec I
	Zimski Bled Bus prepeljal več kot 300 potnikov
	Slovenska izdaja knjige Bledologija na voljo v predprodaji
	Teden restavracij na Bledu med 21. in 30. marcem
	Predstavitve akcijskega načrta trajnostnih ukrepov v občini Bled 2025 – 2027
	STO vabi k posredovanju slik in videov iz njihove 30-letne zgodovine
	Mednarodni zero waste dan na Bledu
	BLEJSKI zbirateljski dnevi privabili prek 800 obiskovalcev
	Februarja na Bledu največ gostov iz sosednjih držav
	Legenda o potopljenem zvonu bo zaživela na velikem platnu
	Domačini, ste zadovoljni s turizmom na Bledu?
	Napovedujemo: Blejski turistični forum: vizija 2045
	Trajnostni razvoj turizma na Bledu
	Poraba turistične takse v Občini Bled
	Vabljeni na predstavitev knjige Bledologija
	Sanacija poti do klopce ljubezni na Veliki Osojnici
	Turizem Bled vabi na študijsko turo z ogledom dobrih praks
	Domačini na tek z ovirami Spartan Race po znižani ceni
	Izmenjevalnica oblačil v sklopu mednarodnega zero waste dneva na Bledu
	Skupnost Alpski biseri vabi na predavanje: Uvod v energijo skupnosti
	Na Bledu obeležili mednarodni zero waste dan
	Bled bo gostil že 19. mednarodno tekmovanje mladih barmanov
April	Kratko izobraževanje: Zelena gastronomija
	Septembra se začnejo dela na Cesti svobode
	Ribno Alpine Resort – prvi evropski prejemnik treh zero waste zvezdic
	Skupnost Julijskih Alp se je predstavila na ameriškem trgu

	Poletno sankališče na Straži odpira vrata v novo sezono
	Vabljeni na prireditve v okviru občinskega praznika
	Vabljeni na Blejski turistični forum: vizija 2045
	Poziv za Edinstvena doživetja Slovenije odprt do 9. maja
	Skupnost Julijske Alpe se je udeležila B2B dogodka New Deal Europe v Londonu
	Spominska plošča Vidi Jeraj v Zasipu
	Nova informacijska tabla na robu Babjega zoba
	Danes vabljeni na izmenjavo otroških igrač in šolskih potrebščin
	Ribno Alpine Resort je prvi evropski prejemnik treh zero waste zvezdic
	Slovesno odprli novo infrastrukturo v Mali Zaki
	Ob prazniku podelili občinske nagrade Bleda
	To nedeljo se ogrevamo za Spartan Bled
	Soteska Vintgar odpira vrata v novo sezono
	O prihodnosti Bleda na Blejskem turističnem forumu: vizija 2045
	Vabljeni na Turizem Bled
	Vabljeni na premiero kratkega filma Zvon
	V petek vabljeni na premiero kratkega filma Zvon
	Kresovanje na Straži: Večer nad Bledom
	Blejski kremšniti odprta pot po celem svetu
	Julijske Alpe na avstrijskem Koroškem
	V marcu največ nočitev ustvarili biatlonci
	Sodelujte v raziskavi o ravnanju z odpadno embalažo
	Velikonočni prazniki na Bledu
	Vikend harmonik na Bledu
	Domačini na doživetje Spartan po znižani ceni
	Ob Svetovnem dnevu Zemlje vabljeni na Gorenjska.bike promocijski dan
	Javni poziv za zbiranje vlog za najem prodajnega prostora v okviru Blejskega poletja
	Po Bledu s kolesom sistema Gorenjska.Bike
	Z dnevom v rabljenih oblačilih napovedali Festival ponovne uporabe
	Premiera filma Zvon napolnila Festivalno dvorano Bled
	Cestne zapore v času prireditve Spartan Race hosted by I feel Slovenia
	Na tek z ovirami se bo ta vikend podalo več kot 3.200 spartancev
	Spartance navdušila atraktivna kulisa in blejsko gostoljubje
	Kresovanja na Bledu
	Vabljeni na prvomajski pohod v jamo pod Babjim zobom
Maj	Obvestilo o zapori občinske ceste zaradi prireditve Harmonike ob Blejskem jezeru, 11. 5. 2025
	Ta vikend bodo po Bledu odmevali zvoki harmonik
	Poletna različica kartice JA: Bled ponovno na voljo
	Turnir v historičnem lokostrelstvu – obvestilo o dostopu
	Koncert Prastari veter zvoka v srcu Slovenije vabi na Blejski otok
	Novosti blejskega parkirnega režima
	Turistično gospodarstvo vabimo na Teden doživetij
	Vikend harmonik na Bledu odprli s tekmovanjem Zlata harmonika 2025

	Na Bledu sočasno zazvenelo 400 harmonik
	PIRAN x BLED – Sol za smreko
	Karavana Radia Kranj pred Festivalno dvorano Bled
	Letošnji april v znamenju 31 % povečanja števila nočitev glede na lanski april
	SIW 2025 uspešno za nami – Bled navdušil tuje agente
	X-WATERS SLOVENIJA 2025, Powered by I FEEL SLOVENIA
	Kongresni urad Bled se predstavlja na borzi industrije srečanj IMEX Frankfurt 2025!
	Na Bledu zaživela nova pridobitev – SOS Market za vsak dan, 24 ur na dan
	Straža vabi na poletno sankanje, razglede in nepozabno zabavo
	Varuhi globin Blejskega jezera: v enem dnevu odstranili 200 kg odpadkov
	Najnovejša knjiga o Bledu prevedena v slovenski jezik
	Na jubilejnem 10. Blejskem vodnem forumu boste pili vodo iz Blejskega jezera
	Julijske Alpe uvrščene med globalne trajnostne zvezde turizma
	Vabimo vas na Dan odprtih vrat
	Povezovanje turističnega gospodarstva in lokalnih zgodb v tednu doživetij na Bledu
	Navdih iz Laškega in Sevnice: študijska tura z ogledom dobrih praks (po modelu Izvorno slovensko)
	Blejski turistični forum: Vizija 2045 – prvi korak k novi dolgoročni strategiji turizma na Bledu
	Urejeno poletje ob jezeru: prometne rešitve za večje udobje in varnost
	Svečana podelitev licenc za turistične vodnike v Regiji Julijske Alpe
	Vabilo na predstavitev projekta: Rezervacijski sistem Julijske Alpe
Junij	Poletna sezona v Grajskem kopališču
	Blejski vodni forum tudi letos odgovarja na pereče izzive s konkretnimi rešitvami
	Obvestilo o popolni zapori dela jezera v času Mednarodne veslaške regate I feel Slovenia
	V času izvedbe Veteranskega evropskega prvenstva v veslanju bo veljala popolna zapora dela jezera
	Zagon Nacionalnega informacijskega središča za turizem (NiST)
	Joga in Riklijev pohod – poletna povabila za dobro počutje
	Bled v sezoni 2025: logistične rešitve, dogodki in investicije
	Julijske Alpe v tekmi za naziv najbolj zaželeno regije v Evropi
	Julijske Alpe ostajajo kulinarično središče Evrope
	Blejsko poletje prinaša spektakel glasbe ob jezeru
	Turistični utrip Bleda v maju 2025
	Parkirišče in postajališče za avtodome na Bledu
	Otroško poletje na Bledu: prostor za igro, učenje in ustvarjanje
	VIP doživetje: poslušajte koncert z jezerske gladine
	Organizirani turistični prevozi letos z novo traso med Bledom in Radovljico
Vabilo Slovenske turistične organizacije ponudnikom turističnih storitev	
Julij	Julijske Alpe z odmevno predstavitvijo v srcu Bavarske
	Informacijska ekipa na terenu: pomoč obiskovalcem neposredno ob jezeru
	27. Riklijev pohod znova privabil množico navdušencev

	Turizem Bled uspešen na razpisu STO za promocijo in digitalizacijo destinacije
	Obrazi Bleda: Anže Kopitar
	Ledena dvorana Bled je ponovno odprta
	Blejski večer, ki zasveti drugače: domače roke, piranska sol, disko in jezero
	Javni razpis za spodbujanje uvajanja okoljskih in trajnostnih znakov za ponudnike v gostinstvu in turizmu
	Poleti leta 2026 se bo na Bledu odprl Muzej Lah
	I FEEL SLOVENIA Mednarodna regata Bled 2025 ponovno s številčno udeležbo
	Blejske restavracije v prestižnem vodniku Falstaff 2025
	Zasip – vasica, ki slovi po tepkah, v ospredju nove epizode Podcasta Bled
	Obisk turške televizije TRT World na Bledu
	V mesecu juniju 2025 je bilo na Bledu največ gostov iz Nemčije in Velike Britanije
	PHOENIX 4.0: Izobraževanje in do 25.000 € sofinanciranja za MSP v turizmu
	Vabimo vas na Dan odprtih vrat
	Bled na Forbesovi lestvici kot nova izbira za ameriške upokojece
Avgust	Obvestilo o prestavljenem koncertu Big Foot Mama
	Condé Nast Traveler je Bled uvrstil na seznam 50 najlepših manjših krajev na svetu
	Vaš zasebni kotic ob jezeru: nova VIP terasa na Grajskem kopaljšču
	Bled razglašen za najbolj sproščujočo destinacijo v Evropi
	Oblikujte prihodnost – pridobite Znak odličnosti Made in Slovenia
	3. Gala Magic Show prinaša čarovnije, ki jih boste želeli videti od blizu
	Postanite del regijske zgodbe o poslovnih srečanjih
	Vabilo k sodelovanju v raziskavi VIP SLOT
	Bled brez avtomobila: več kot 36.000 potnikov julija na trajnostnih linijah, ki odpirajo nova obzorja
	Vabilo na neformalno MICE srečanje
	Panel o turizmu na Blejskem strateškem forumu letos naslavlja aktualna vprašanja
	Koncert z razgledom: Dan D
	Poletni festival okusov in druženja z Blanskimi ribiči
	Teden doživetij Blejskega lokalnega izbora
	V mesecu juliju v občini Bled prenočili gostje iz 135 različnih držav
	Druženje MICE deležnikov na Bledu: skupaj ustvarjamo priložnosti
	TGZS razpisuje tečaje in izpite za turistične vodnike
	Vabilo k prijavi novih trajnostnih doživetij – ZELENI SHARK TANK
	Priporočila za varno pohodništvo na Bledu in v Julijskih Alpah
	140 let Prostovoljnega gasilskega društva Bled: tradicija, pogum in praznično slavlje
	Bled gosti rekordni trail dogodek Julian Alps Trail Run by UTMB
	Obvestilo o prestavljenem koncertu Dan D
	Festivalna dvorana Bled je prejemnica znaka Slovenia Green
September	Delavnica za uporabnike Nacionalnega informacijskega središča za turizem (NiST)

	Javni razpis za izbor operacij Spodbujanje kulturnih in kreativnih industrij – Center za kreativnost 2025
	27. Evropski motoristični teden - Faaker See 2025
	Poletje 2025 na Bledu: živahen utrip, trajnostna mobilnost in novo parkirišče
	Poletje na Bledu: tradicija domačinov, pester poletni utrip in osebni pristop za obiskovalce
	Bled v objektivu sveta: digitalni odtis in mednarodni odmev poletja 2025
	Jesenska sezona na Bledu: barve, doživetja in magija
	Delna zapora jezera v času Triathlon Festival Bled 2025
	Septembra se začnejo dela na glavni prometni žili skozi Bled
	X-WATERS Slovenia: adrenalinski vikend ob Blejskem jezeru
	Bled gostil pomemben ogledni obisk predstavnic podjetja Maritz iz ZDA
	Javni poziv za tehnično izvedbo prireditev na praznični Jezerski promenadi v času od 28. novembra 2025 do 4. januarja 2026
	Bled Podcast: kaj povezuje otok, grad in jezero
	Ko iluzija postane resničnost: Gala Magic Show na Bledu
	Bled med nominiranci za naziv “Naj turistični kraj 2025”
	Obvestilo o prevzemu tiskovin Turizma Bled
	Ambasador slovenskega turizma 2025 – povabilo k predlogom
	Strokovni posvet v okviru MOS 2025: za uspešen in konkurenčen razvoj turizma ključna povezovanje in sodelovanje
	Čarobni konec tedna na Bledu se začneja danes
	Od robota do lebdečega stola: Gala Magic Show ustvaril večer neverjetnih iluzij
	SKED’N apartmaji Bled: zelena izkušnja trajnosti z znakom Zeleni ključ
	Postanite regionalni turistični vodnik Julijskih Alp
	Bled očaral Madžarsko: Slovenski turistični ponudniki na delavnici v Budimpešti
	Bled za gurmane: kulinarčne novosti in sladke zgodbe
	Vabljeni na spletno izobraževanje »Trajnostno poslovanje«
	Bled praznuje Svetovni dan turizma: pravljice in povezovanje destinacij
	Zapore železniške proge Bohinjska Bistrica – Most na Soči
	Vabimo vas na Dan odprtih vrat
	Avgust na Bledu prinesel rast nočitev in daljša bivanja
	Top 100 Green Destinations Stories: Bled med svetovno zeleno elito
Oktober	Infocenter Triglavska roža Bled bo v petek, 3. oktobra, zaprt
	Večer odličnosti Blejskega lokalnega izbora
	Razpis za najem sladke hišice na Zimski pravljici 2025/2026
	Bledologija – nagrajena knjiga o Bledu zdaj tudi v e-obliki
	Javni poziv za zbiranje vlog za najem sejmskih hišic na praznični Jezerski promenadi
	Javni poziv za oddajo ponudbe za najem in postavitve odra na praznični Jezerski promenadi
	Javni poziv za najem in postavitve LED zaslona na praznični Jezerski promenadi
	Teden doživetij Blejskega lokalnega izbora
	Bled Podcast: 5 odličnih enodnevnih izletov v okolici Bleda
	Izšel je nov vodnik »Juliana«

	Bled Podcast: Vile ob Blejskem jezeru
	KROŽNI PREMIK: Od odpadka do vrednosti
	VABILO: Global Climate Change Summit in BCorp delavnica
	Bled v globalni mreži UN Best Tourism Villages: priznanje za odgovorni in vključujoči turizem
	Vabilo ponudnikom storitev in ponudnikom nastanitev k sodelovanju v partnerski shemi produkta zimska kartica JA: Bled 2025/26
	Gogalova smreka – smreka velikanka je padla
	Lučke in doživetja: izlet blejskih prostovoljcev po Dolenjski
	Prof. dr. Božidar Šarler prejemnik naziva Kongresni ambasador Slovenije 2025
	Kako ustvariti doživetja, ki se prodajajo (in ne ostanejo le lepa ideja)?
	Jesenske počitnice na Bledu: doživetja za vso družino
	Turistična statistika: September 2025 prinaša izjemno rast
	Wanderlust Reader Travel Awards 2025: vabljeni h glasovanju za Slovenijo, Ljubljano in Julijske Alpe
	Javni poziv za oddajo predlogov za predstavnika zainteresirane javnosti s področja turizma v svet zavoda Javnega zavoda Turizem Bled
	Krožni premik: Od odpadkov do vrednosti – CEFoodCycle z naprednimi rešitvami za turizem
November	Blejska kremšnita v Los Angelesu: ko domači okus osvoji čezatlantsko občinstvo
	Bled na skupščini združenja Alpski biseri: usmeritve za prihodnost alpskega turizma
	Delegacija z Južne Štajerske na obisku v Občini Bled
	Julijske Alpe na IBX Catalunya: trajnostna in avtentična doživetja pritegnila mednarodne kupce
	Bled na WTM London kot destinacija avtentičnih in trajnostnih doživetij
	Gorenjska med najboljšimi evropskimi destinacijami za leto 2026 po izboru revije Condé Nast Traveler
	Kako je Bled postal svetovno prizorišče šaha
	Bled prejel zlati znak gostoljubnosti
	Prosto delovno mesto: Turistični informator I
	Zimska kartica JA: Bled 2025/26 – ugodnosti, ki poenostavijo zimsko doživetje
	Poziv ponudnikom nastanitev: Zimska kartica JA: Bled 2025/26
	Vabimo vas na Zimsko pravljico na Bledu
	Predstavitve knjige Bledologija na Slovenskem knjižnem sejmu
	Zimska pravljica: ko v soju tisočih lučk oživijo blejske legende
	Zimska pravljica: knjižica prazničnih ugodnosti
	Bled 2045: sooblikujte strategijo turizma na Bledu
	Vabljeni na Dan odprtih vrat
	Zaključno srečanje članov Konzorcija Slovenia Green na Bledu
	Bled na Aviareps Around the World Roadshowu v Savdski Arabiji in ZAE
	NOVO: Pravljični park Bled
	Pisma dobrim ljudem: majhna gesta, veliko veselja
	Pravljični park: nedeljski otroški program

December	Bled na IBTM World 2025: močan interes mednarodnih kupcev za alpsko destinacijo
	Pravljični park: smreke z otroškimi okraski in trajno zgodbo
	Zimska pravljica: romantika ob Blejskem jezeru
	Do božiča bo umaknjena zapora na pešpoti okoli Blejskega jezera
	Zimski Bled Bus: preprosta pot do zimskih razgledov in alpskih doživetij
	Blejski lokalni izbor: Zveni po praznikih
	Pokljuka pozimi z Zimskim Bled Busom za hiter dostop do koč, smučišč in zimskih poti
	V Bohinj z Zimskim Bled Busom za enostaven dostop do aktivnosti in razglednih točk
	V Kranjsko Goro z Zimskim Bled Busom za doživetja med Julijci
	Zimska pravljica: Krog prijateljstva - Odkleni prijateljstvo
	Pot okoli Blejskega jezera bo znova prehodna
	Zimska pravljica: Legenda o potopljenem zvonu
	V novo leto s Fehtarji, Calypsom in polnočnim šovom z droni
	Regulacija embalaže in odpadne embalaže v turizmu
	Zadnji decembrski večeri na Bledu: niz koncertov in zimska doživetja
	Naj novo leto prinese ...
	Knjiga Bledologija kot darilo

Tabela 4: Sporočila za javnost

- **Predstavitve na sejmih in borzah**

Sodelovanje na turističnih sejmih, borzah in B2B delavnicah (en. workshopih) predstavlja eno ključnih komponent tržne strategije. Skozi samostojne predstavitve destinacije na teh dogodkih ustvarjamo neposreden stik in krepimo sodelovanje s potencialnimi obiskovalci, turističnimi ponudniki ter poslovnimi partnerji. Naš cilj je ponuditi vpogled v bogato turistično ponudbo Bleda, promovirati edinstvene značilnosti destinacije ter vzpostaviti in krepiti osebni in neposreden odnos s ključnimi deležniki.

Na številnih predstavitev sodelujemo skupaj s skupnostjo Julijske Alpe. Skupna udeležba omogoča razdelitev stroškov zakupa pulta in sejemskega nastopa ter hkrati omogoča predstavitev vseh destinacij znotraj Julijskih Alp. S tem sodelovanjem kreiramo skupno močno prisotnost, ki izboljšuje prepoznavnost celotne regije. Kot ključni partner slovenskega turizma Bled na izbrane dogodke potuje tudi samostojno, kar omogoča še dodatno individualno predstavitev destinacije in vzpostavljanje povezav s potencialnimi partnerji ter obiskovalci. Ta pristop nam omogoča fleksibilnost in usmerjenost v specifične cilje ter potrebe, ki se pojavljajo na posameznih sejmskih dogodkih.

V letu 2025 smo kot predstavniki Skupnosti Julijskih Alp sodelovali na sejmu Fitur v Madridu, sejmu CMT Stuttgart, sejmu Freizeitmesse v Celovcu, sejmu Outdoormesse v Kölnu, sejmu Touristik & Caravaning v Leipzigu, sejmu Alpe Adria na Gospodarskem razstavišču v Ljubljani, na Mednarodnem sejmu turizma v Beogradu, na največji svetovni turistični borzi ITB Berlin, WTM London ter na najpomembnejši borzi v Italiji TTG. Julijske Alpe so uspešno predstavile svojo ponudbo tudi na roadshowu ZDA v Houstonu in Los Angelesu, *Europe Meets North America*, v Torontu in v New Yorku ter IBX Catalunya v Barceloni.

Samostojno smo se predstavili na SIW, na svetovni turistični borzi WTM London, na odmevnem roadshowu Feel Slovenia na Japonskem, v Tokiu in Osaki, kjer se je izkazalo, da je Bled globalna ter tudi na japonskem trgu prepoznavna blagovna znamka.

Bled na Aviareps Around the World Roadshowu v Savdski Arabiji in ZAE

Turizem Bled se je na povabilo Slovenske turistične organizacije (STO) 19. in 20. novembra udeležil dveh poslovnih dogodkov v sklopu Aviareps Around the World Roadshow Saudi Arabia, ki sta potekala v Rijadu in Dubaju. Bled se je predstavil skupaj z drugimi slovenskimi turističnimi ponudniki in v okviru nacionalne predstavitve krepil svojo prepoznavnost na hitro rastočih trgih Bližnjega vzhoda.

Slovensko delegacijo so poleg STO in destinacije Bled sestavljali predstavniki destinacije Maribor ter turističnih agencij Luxury Slovenia, Palma in Promet T&T. Skupaj so na organizatorje potovanj iz Savdske Arabije in Združenih arabskih emirатов pustili prepričljiv vtis ter učinkovito izpostavili prednosti Slovenije kot zelene, aktivne in urejene destinacije.

Vsak dogodek je privabil več kot sto udeležencev, med katerimi so bili potovalni agenti, predstavniki korporativnega sektorja, snovalci luksuznih potovanj, strokovnjaki za MICE ter načrtovalci destinacijskih porok. Ta raznolika publika je slovenskim predstavnikom omogočila kakovostne poslovne pogovore in gradnjo kontaktov, pomembnih za nadaljnje delo na hitro razvijajočem se trgu.

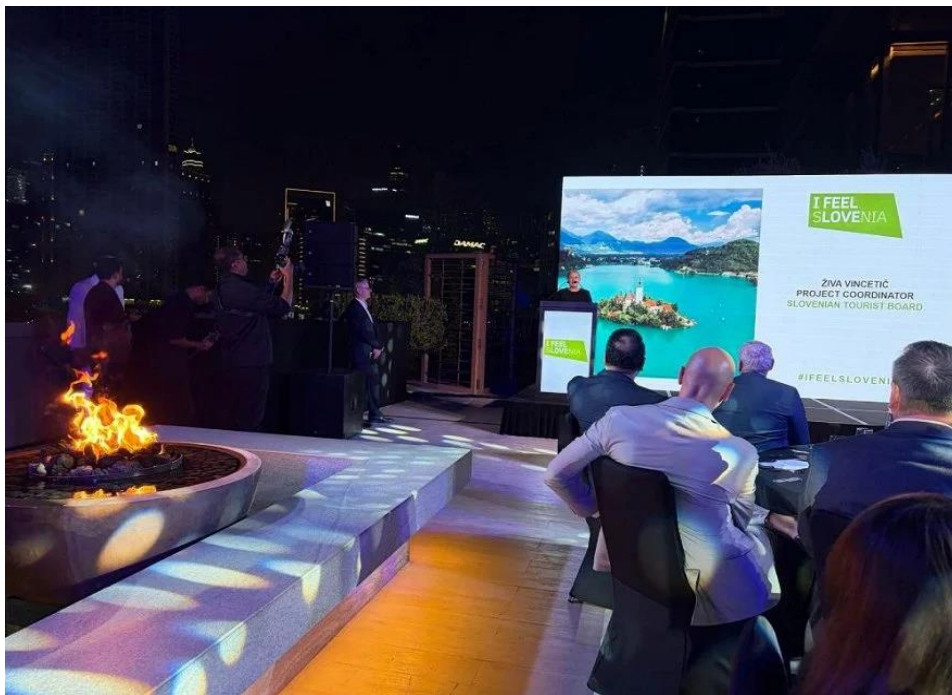
Nastopa v Rijadu in Dubaju sta pokazala, kako različna sta si trga. Rijad ostaja zahteven in specifičen, zahteva vztrajnost ter postopno gradnjo dolgoročnih odnosov. Dubaj pa je izrazito mednarodno okolje, kjer približno 90 % prebivalstva predstavljajo priseljenci z odličnimi letalskimi povezavami. Ti gostje veliko potujejo, dobro poznajo evropske destinacije in so odprti za nove ponudbe.

Udeleženci delavnic v Dubaju Slovenijo večinoma že poznajo. Mnogi so jo obiskali ali jo imajo visoko na seznamu prihodnjih potovanj. Trg omogoča hitrejšo sklepanje poslov in nagovarja goste, ki iščejo butična, pristna doživetja ter mirno okolje.

Slovenski predstavniki so na obeh dogodkih izpostavili prednosti Slovenije, hkrati pa podrobneje spoznali pričakovanja kupcev iz regije. Ti so posebej poudarili, da cenijo dejstvo, da Slovenija ni obremenjena z množičnim turizmom, ponuja urejeno naravno okolje, mir in storitve na zelo visoki ravni.

Bled se je v okviru roadshowa predstavil kot destinacija, ki združuje naravno lepoto, aktivnosti na prostem, tradicijo, gostoljubje ter odgovoren odnos do okolja. Kupcem smo predstavili ponudbo, ki ustreza gostom z Bližnjega vzhoda – od družinskih aktivnosti do namestitev višjega razreda, ekskluzivnih doživetij in gastronomije, ki jo je možno prilagoditi halal standardom.

Udeležba na Aviareps Roadshowu potrjuje, da ima Bled na trgih Savdske Arabije in ZAE močan odziv. Obe državi se turistično razvijata hitro in predstavljata pomemben potencial za goste, ki iščejo varno, urejeno okolje ter edinstveno izkušnjo – vse to sta lastnosti, ki ju Bled in Slovenija jasno izkazujeta.



Slika 2: B2B srečanje

Julijske Alpe z Bledom so uspešno predstavile svojo ponudbo svojem premiernem dogodku na področju industrije srečanj: roadshowu **Europe Meets North America**, ki se je odvijal 10. junija v Torontu in 12. junija v New Yorku. Skupaj z odličnimi partnerji iz Slovenije – Kongresni urad Slovenije, Intours DMC, Palma DMC, Kompas Meet DMC in Gospodarsko razstavišče Ljubljana – smo navdušili severnoameriške buyerje, ki organizirajo incentive potovanja in poslovna srečanja. Idealno za našo trajnostno in edinstveno destinacijo! Dogodek je bil poln intenzivnih "speed dating" sestankov, mreženja ter okušanja dobrot iz treh Evropskih držav: Slovenije, Italije in Francije. S pomočjo lokalnih partnerje smo omogočili posebno doživetje Julijskih Alp tudi dvema izžrebancema na vsakem dogodku.

Evropska potovalna komisija (ETC) podprla skupno predstavitev Julijskih Alp, Vipavske doline in Krasa ter hrvaške Istre in Furlanije - Julijske krajine v Severni Ameriki

Turistične organizacije ORA Krasa in Brkinov, Zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina, Skupnost Julijskih Alp ter PromoturismoFVG iz Italije in Turistična zveza Umag iz Hrvaške so letos prvič prijavile pri ETC skupni projekt »Alps2Adriatic« za skupno predstavitev na ameriškem trgu. Kampanjo, ki se bo izvajala v letu 2025 je podprla ETC in bo sofinancirana z evropskimi sredstvi. Kampanja bo usmerjena na ameriške turiste z višjo kupno močjo, ki iščejo aktivnosti v naravi, lokalno gastronomijo, turizem na podeželju in jih zanima kultura in zgodovina. Poudarjala bo potovanja izven sezone, trajnostno mobilnost, podpirala lokalne skupnosti in odkrivala še nepoznano skupno destinacijo »Alps2Adriatic« ameriškemu trgu. Cilj kampanje bo preko poslovnega segmenta pozicionirati regije kot eno destinacijo z avtentičnimi in aktivnimi doživetji, ki podpirajo lokalne skupnosti in ponujajo bogato kulturno in naravno dediščino od Julijskih Alp do Jadranskega morja, preko Vipavske doline in Krasa.

Med **22. in 26. januarjem 2025** je v **Madridu**, prestolnici Španije, potekala **45. izvedba poslovne borze FITUR**, ki je eden največjih dogodkov svetovne turistične industrije in vodilna evropska platforma za južnoameriški trg. Dogodka se je udeležila tudi Skupnost Julijske Alpe s predstavnico Turizma Bled.

V prvih treh dneh, namenjenih poslovnim obiskovalcem, je bilo največ zanimanja za aktivnosti v naravi, predvsem pohodništvo, alpinizem in kolesarjenje. Veliko pozornosti so pritegnili tudi daljinska pot Juliana Trail, romarske poti, kulturne znamenitosti, gastronomija, trajnostni turizem in mobilnost, možnosti nastanitev ter organizacija izletov za manjše skupine v Julijskih Alpah.

Zadnja dva dneva je bil FITUR odprt za širšo javnost. Obiskovalci, ki Slovenije in Julijskih Alp še niso poznali, so iskali predvsem osnovne informacije, medtem ko so tisti, ki so destinacijo že obiskali, izražali navdušenje in iskali ideje za ponovni obisk. Število prihodov gostov iz Španije v Slovenijo je leta 2024 naraslo na 95.938, kar predstavlja rast v primerjavi z letom 2023, ko je Slovenijo obiskalo 80.831 španskih gostov.



Slika 3: Sejmski prostor FITUR Madrid

Mednarodni sejem turizma IFT Beograd je na beograjskem sejmišču potekal v drugi polovici februarja 2025. največji sejem v JV Evropi, ki že 46 let sledi svetovnim trendom ter gradi partnerske odnose z razstavljalci s kakovostno ponudbo in vsako leto privlači več obiskovalcev, lani preko 40.000; letos je bil slogan sejma »Ena karta, nešteto svetov«.



Slika 4: IFT Beograd

ITB Berlin je vodilna globalna turistična borza, namenjena poslovni javnosti, ki z okoli 24.000 udeleženci in skupaj s spremljevalnimi dogodki, ki so potekali na štirih odrih v 17 tematskih sklopih, predstavlja celoten spekter turistične ponudbe, dogajanja in trendov v svetu. Glavni moto letošnje borze ITB Berlin je bil *The world of travel lives here – »Svet potovanja živi tukaj«*. Država partnerica borze je bila Albanija, ki je skupaj z organizatorji na večer pred začetkom pripravila spektakularno otvoritev borze. Na borzi je bilo prisotnih okoli 5.800 razstavljalcev iz več kot 170 držav in regij, poudarek pa je bil na tem, da je turizem tukaj in zdaj. Na tak način je borza letos želela preko turizma združevati različne kulture in ljudi, sploh zaradi političnega dogajanja in posledičnih konfliktov zadnjih nekaj let, ko se v trenutnih situacijah ruši, kar so generacije gradile. Slovenija se predstavlja kot destinacija izjemnih kulturnih in umetniških doživetij ter butičnih trajnostnih izkušenj za zahtevne goste. Da je Slovenija že zelo vidna na svetovnem platnu potrjuje njen uspeh na tekmovanju *The Golden City Gate*, kjer je STO za odličnost v trženju prejela skupno kar šest nagrad. Na tekmovanju *Green Destinations Top 100 Story Awards* pa je prvo mesto osvojila destinacija Jeruzalem – Slovenija.

Na slovenski stojnici v kombinaciji lesa in zelene barve z velikimi promocijskimi panoji, se je na skupni površini predstavilo 27 razstavljalcev, destinacij in turističnih podjetij. Slovenska stojnica je ponudila tudi intimnejše prostore za poglobljene pogovore in dogodke. Izbrani novinarji in predstavniki strokovne javnosti so vse dni na slovenski stojnici udeleževali tudi zanimivih pogovorov o vlogi umetnosti in kulture v turistični ponudbi. Drugi dan borze, v sredo, 5. marca, se je odvila tudi podelitev nagrad *The Golden City Gate*. To mednarodno tekmovanje turističnih filmov in multimedijskih vsebin po navedbah organizatorjev predstavlja »kreativen in inovativen izraz turistične industrije«. STO je letos s svojimi promocijskimi projekti osvojila šest nagrad. Nemški trg je za Slovenijo in za Julijske Alpe še vedno eden najpomembnejših bližnjih trgov. Na ITB Berlin pa se dejansko sreča poslovna turistična javnost iz cele Evrope in celega sveta, tako da je to dogodek na katerem tisti ki nekaj štejejo v turistični panogi, enostavno ne smejo manjkati.



Slika 5: ITB Berlin

V oktobru je potekala največja in najpomembnejša mednarodna turistična borza v Italiji *TTG Incontri Rimini*. Borza je namenjena predstavitvi, srečanjem, mreženju, sklepanju poslov med italijanskimi in mednarodnimi podjetji, destinacijami ter posredniki za turistične ponudnike in produkte. Obiskalo jo je preko 100.000 poslovnih in individualnih obiskovalcev. Slovenska stojnica je zasedala osrednje mesto v mednarodni hali, Julijske Alpe pa eno najpomembnejših vsebinskih in vizualnih komponent.

New Deal Europe Marketplace & Forum 2025 je potekal 25. marca v Kongresnem centru v Londonu. Več kot 80 sodelujočih ponudnikov je izvedlo več kot 1500 predhodno dogovorjenih poslovnih sestankov, usmerjenih v spodbujanje turizma v 12 državah jugovzhodne Evrope. Dogodka se je skupaj s Slovensko turistično organizacijo udeležilo tudi 16 podjetij iz Slovenije. Julijske Alpe in Bled so bile dodatno izpostavljene s predstavitvijo med drugim odmorom.



Slika 6: New Deal Europe, London

Global European Marketplace (GEM) je letos potekal 31. oktobra 2025, v petek pred pričetkom WTM-ja. Dogodek je namenjen izključno članom ETOA in udeležencem omogoča celodnevne kratke B2B sestanke s poslovnimi partnerji iz celega sveta. Večinoma so na dogodku prisotni razni tour operaterji, pa tudi svetovalna podjetja in podjetja, ki ponujajo tehnološke rešitve v turizmu.

Koncept sestankov se na GEM-u razlikuje od drugih takšnih dogodkov po tem, da kupci sedijo za mizo, ponudniki pa se gibljejo od enega do drugega sestanka. V celem dnevu je na voljo je 32 prostih terminov za 12-minutne sestanke, ki so vnaprej določeni glede na želje in zanimanja posameznih udeležencev. Možno se je naknadno dogovoriti za že dodatne sestanke, zato so na voljo še 4 odprti termini. Po uradnem delu sestankov sledi še neformalno druženje in možnost mreženja in navezovanja stikov s partnerji.

Borza World Travel Market (WTM) je v Londonu potekala med 4. in 6. novembrom 2025. Gre za enega najpomembnejših stičišč turistične industrije, kjer se srečujejo najpomembnejši deležniki iz turistične panoge, ki svojo ponudbo predstavljajo na globalni ravni, vzpostavljajo nova partnerstva in oblikujejo nove trende. WTM je v treh dneh sprejela več kot 46.000 obiskovalcev, razstavljalcev je bilo dobrih 4.000, predstavniki so prihajali iz več kot 180 držav iz celega sveta. V treh dneh je bilo izvedenih približno 34.000 vnaprej dogovorjenih sestankov. Udeležba na borzi je zelo primerljiva z lanskim letom.

Slovenija se je tudi tokrat predstavljala na skupnem razstavnem prostoru v velikosti 210 m², na kateri se je predstavljajo 16 slovenskih destinacij in ponudnikov. Na posebnem medijskem dogodku je Slovenska turistična organizacija (STO) izpostavila Edinstvena doživetja Slovenije. Na borzi smo se predstavljali s pultom Julijske Alpe, za sestanke smo imeli na voljo tudi svojo mizo. Sestanki so bili večinoma vnaprej dogovorjeni, nekateri partnerji pa so nas poiskali naknadno direktno na stojnici. Najbolj pogosto so se partnerji zanimali za naslednje vsebine: outdoor produkti (tudi v povezavi s kulturnimi vsebinami in doživetji), organizacija manjših incoming skupin, kolesarski produkti, ribiška ponudba, trajnostne vsebine, promocija Julijskih Alp v različnih medijih. Pogovarjali smo se tudi o udeležbi na dogodku ATN in o tehnoloških rešitvah za plačilne storitve. Za mizo smo se nahajali Tanja Sodja, Elizabeta Skumavec in direktorji: Luka Vrančič, Klemen Langus in Blaž Veber.

Na slovenskem razstavnem prostoru je v sredo, 5. novembra, potekal poseben dogodek za medije, ki se ga je udeležilo 20 britanskih novinarjev in vplivnežev. V okviru dogodka je bila organizirana tudi okrogla miza, na kateri so predstavili doživetja s certifikatom Slovenia Unique Experiences (SUE), ki so sinonim za avtentičnost, butičnost in trajnost. V pogovoru so

sodelovali Maša Klemenčič (STO), Elizabeta Skumavc (Turizem Bled, Skupnost Julijske Alpe), Tanja Sodja (Turizem Bohinj, Skupnost Julijske Alpe) in prof. Terry Stevens, mednarodno priznani strokovnjak za razvoj turističnih destinacij.

- **Študijske skupine in obiski novinarjev**

V letu 2026 je Turizem Bled gostil preko 60 študijskih ekip s skoraj vseh celin, največ iz Evrope. Pri sprejemnih in predstavitvah tvorno sodelujemo s turističnim gospodarstvom in drugimi turističnimi deležniki na destinaciji in tudi v širšem okolju Julijskih Alp. Velik poudarek dajemo vključevanju naših projektov, kot je Blejski lokalni izbor, Zelena shema, trajnostna mobilnost, ipd. Kronološka, geografska in vsebinska komponenta so predstavljene v spodnji tabeli:

	Datum	Država	Vsebina	št. oseb
➤	➤ JANUAR			
1	7.1.	Hrvaška	Novinarji, agencije Alma, preko SavaH	7
2	17.1.	Italija	Helena De Leonardis & Matteo Bertolotti https://www.instagram.com/triplovers753/ Simone Colombo https://www.instagram.com/srake/ Chiara Caldari https://www.instagram.com/vivielasciaviaggiare/	4
➤	➤ FEBRUAR			
4	3.2.	Španija	Novinarka Il Viajero	1
5	9.2.	Kitajska	Agenti in organizatorji potovanj	15
6	10.2.	Madžarska	Katica Viktoria Bikkes: https://turizmus.com , Ivett Vancsik: HG Mediam Alexa Etedi: Mediaworks Hungary Zrt., Beatrix Nagy: Femcafe.hu	4
7	17.2.	mednarodno	Fam Trip Conventa	10
➤	➤ MAREC			
8	17.3.	Italija	Obisk Osnovne šole Gemona	65
9	26.3.	mednarodno	Obisk študentov v okviru projekta DOEER 'Digitalno in odprto izobraževanje za enakost in odpornost'	29
10	26.3.	Kanada	Merit Travel Ski Vacations - VIP Group Trip Leaders	31
➤	➤ APRIL			
11	3.4.	Mehika	Fam trip za luksuzne agente v organizaciji Elite travel	12
12	7. - 9.4.	Hrvaška	Hrvaška press tura v organizaciji Sava hotelov Bled	8

13	10.4.	mednarodno	Obisk tujih študentov v organizaciji <i>Službe za mednarodno sodelovanje, Ekonomska Fakulteta</i>	30
14	16.4.	Nizozemska	Študenti managementa Academie Hospitality Business School Saxion	73
15	23.4.	mednarodno	Obisk tujih študentov v organizaciji Univerze v Mariboru	10
16	24.4.	Kanada	Novinar Jardino Huot - campingcaravaningmag.ca	1
17	26.4.	Španija	Študijski obisk španskih novinarjev v organizaciji agencije Palma	7
➤	➤ MAJ			
18	8.5.	mednarodno	ETOA board meeting	8
19	5.5.	UK	George Wanderlust	1
20	29.5.	UK	Laura Coffey	1
21	12.5.	Švica	švicarski novinar Pierra Morela	1
22	14.5.	USA	Press tura novinarji ZDA	5
23	15. – 16.5.	Benelux, UK	Obisk sales reps v Sloveniji (v organizaciji Bob DMC)	2
24	17.5.	mednarodno	FAM trip DMC skupin v organizaciji Intours DMC	8
25	17.5.	Mednarodno	Direktorji tujih tiskovnih agencij (Bojan Veselinovič)	10
26	18.5.	ZDA	IGH FAM trip v organizaciji Intours DMC	13
27	21. – 22.5.	Poljska	Študijski obisk - Velikopoljski kmetijski svetovalni center v Poznanju	26
➤	➤ JUNIJ			
28	2.6.	mednarodno	Obisk študentov Institute for Tourism and Leisure Research ITF - University of Applied Sciences of the Grisons - Švica	16
29	27.6.	J Koreja	Goyang City Government Officials Group, Korea	32
➤	➤ JULIJ			
30	1.7.	mednarodno	Sestanek Izvršilnega odbora Evropskega združenja hotelov, restavracij in kavarn - Hotrec	15
31	18. – 20.7.	Turčija	TRT World Kanal Koordinatorlughü	2
➤	➤ AVGUST			
32	7.8.	Mdž, Češka	Novinarja pohodništvo in kulinarika, MGM	2
33	18.8.	Srbija	Poslovneži, kratek sprejem	18
34	19.9.	Nemčija	Katolische Universtität Ingostadt	50
35	25.8.	Nemčija	Novinar Markus Schmit + family	2
➤	➤ SEPTEMBER			

36	5.9.	BiH	Novinarji RS: Minja Šuković - Nezavisne i Glas srpske Isidora Jović - Srpska info Stevan Lukić - ATV	3
37	8.9.	ZDA	Maritz Fam trip v izvedbi Intours DMC	10
38	13.9.	Avstrija	Novinar radia O1 Georg Renöckl	1
39	14.9.	Francija	Fam trip - Intours DMC	11
40	17.9.	ZDA	Fam trip v izvedbi Intours DMC	9
41	25.9.	Irska, Združeno Kraljestvo	Direktorji občinskih uprav z irskega otoka pod vodstvom Terrya Stevensa	13
42	24.9.	medn.	udeleženci Simpozija o operacijskih raziskavah - SOR 25	50
43	24.9.	J Koreja	Delegacija province Goyang	18
➤	➤ OKTOBER			
44	1. 10.	Kanada	Ta/to agenti	11
45	3.10.	Avstrija	Novinarke Dagmar Postel (Ask Enrico), Ingrid Steiner (Kurier). Anita (Kärnten..)	3
46	5.10.	Španija	Ekipa Travel TV program for RT Española (RTVE).	3
47	9.10.	Brazilija	TV show <i>CNN Viagem & Gastronomia</i>	4
48	15.10.	Nemčija	Novinarja za Stefan Loose Travel Guide in Marco Polo Camping Guide	2
49	27.10.	Slovenija	Študenti fakultete za Turizem Maribor	10
➤	➤ NOVEMBER			
50	2.11.	Špa/Mehika	Turistični agenti, preko Happytours	22
51	3. – 5.11.	Avstrija	Südsteiermark Občine in turizem, srečanje v H. Astoria	25
52	8.11.	Nemčija	T.agenti, zveza agencij avtobusarjev	37 + 2
53	16.11.	Slovenija	Usposabljanje t. vodnikov	
54	25.11.	Slovenija	Srečanje konzorcija Slovenia Green (GoodPlace)	60
55	29.11.	Hrvaška	modniALMA nah i vaš PR- Alma Premerl Zoko i Nikola Zoko Večernji list- Martina Strukić i Sandra Pećnjak; 24 sata- Davor Lugarić Milly Food (bloggerica) Milica Šundov; Vikend planer- Dražen Cvijetić; Gloria IN Anela Martinović; Znatko.com Hrvoje Hladnik	9
➤	➤ DECEMBER			
56	2.12.	Francija	Gostje Državnega zbora RS	15
57	4.12.	mednarodno	Združenje Eira, EU institut za ceste	25

58	9.12.	Madžarska	Novinarji za področje MICE v organizaciji Kongresnega urada Slovenije	6
59	12.12.	Vel. Britanija	Haus Travel & Life Style	2
60	12.12.	mednarodno	Predstavniki EBRD	20
61	2. - 18.12.	Slovenija	Influencerji in drugi spletni mediji, tema Pravlj.park, ZP	10
62	19.12.	Italija	Sara Terpin, influencerka	2
63	19.12.	Hrvaška	Ana Grzunov, influencerka	1

Tabela 5: Študijske skupine v letu 2025

	Datum	Država	Vsebina	št. oseb
➤	➤ JANUAR			
1	7.1.	Hrvaška	Novinarji, agencije Alma, preko SavaH	7
2	17.1.	Italija	Helena De Leonardis & Matteo Bertolotti https://www.instagram.com/triplovers753/ Simone Colombo https://www.instagram.com/srake/ Chiara Caldari https://www.instagram.com/vivielasciaviaggiare/	4
➤	➤ FEBRUAR			
4	3.2.	Španija	Novinarka Il Viajero	1
5	9.2.	Kitajska	Agenti in organizatorji potovanj	15
6	10.2.	Madžarska	Katica Viktoria Bikkes: https://turizmus.com , Ivett Vancsik: HG Mediam Alexa Etedi: Mediaworks Hungary Zrt., Beatrix Nagy: Femcafe.hu	4
7	17.2.	mednarodno	Fam Trip Conventa	10
➤	➤ MAREC			
8	17.3.	Italija	Obisk Osnovne šole Gemona	65
9	26.3.	mednarodno	Obisk študentov v okviru projekta DOEER 'Digitalno in odprto izobraževanje za enakost in odpornost'	29
10	26.3.	Kanada	Merit Travel Ski Vacations - VIP Group Trip Leaders	31
➤	➤ APRIL			
11	3.4.	Mehika	Fam trip za luksuzne agente v organizaciji Elite travel	12
12	7. - 9.4.	Hrvaška	Hrvaška press tura v organizaciji Sava hotelov Bled	8

13	10.4.	mednarodno	Obisk tujih študentov v organizaciji <i>Službe za mednarodno sodelovanje, Ekonomska Fakulteta</i>	30
14	16.4.	Nizozemska	Študenti managementa Academie Hospitality Business School Saxion	73
15	23.4.	mednarodno	Obisk tujih študentov v organizaciji Univerze v Mariboru	10
16	24.4.	Kanada	Novinar Jardino Huot - campingcaravaningmag.ca	1
17	26.4.	Španija	Študijski obisk španskih novinarjev v organizaciji agencije Palma	7
➤	➤ MAJ			
18	8.5.	mednarodno	ETOA board meeting	8
19	5.5.	UK	George Wanderlust	1
20	29.5.	UK	Laura Coffey	1
21	12.5.	Švica	švicarski novinar Pierra Morela	1
22	14.5.	USA	Press tura novinarji ZDA	5
23	15. – 16.5.	Benelux, UK	Obisk sales reps v Sloveniji (v organizaciji Bob DMC)	2
24	17.5.	mednarodno	FAM trip DMC skupin v organizaciji Intours DMC	8
25	17.5.	Mednarodno	Direktorji tujih tiskovnih agencij (Bojan Veselinovič)	10
26	18.5.	ZDA	IGH FAM trip v organizaciji Intours DMC	13
27	21. – 22.5.	Poljska	Študijski obisk - Velikopoljski kmetijski svetovalni center v Poznanju	26
➤	➤ JUNIJ			
28	2.6.	mednarodno	Obisk študentov Institute for Tourism and Leisure Research ITF - University of Applied Sciences of the Grisons - Švica	16
29	27.6.	J Koreja	Goyang City Government Officials Group, Korea	32
➤	➤ JULIJ			
30	1.7.	mednarodno	Sestanek Izvršilnega odbora Evropskega združenja hotelov, restavracij in kavarn - Hotrec	15
31	18. – 20.7.	Turčija	TRT World Kanal Koordinatorlughü	2
➤	➤ AVGUST			
32	7.8.	Mdž, Češka	Novinarja pohodništvo in kulinarika, MGM	2
33	18.8.	Srbija	Poslovneži, kratak sprejem	18
34	19.9.	Nemčija	Katolische Universtität Ingostadt	50
35	25.8.	Nemčija	Novinar Markus Schmit + family	2
➤	➤ SEPTEMBER			

36	5.9.	BiH	Novinarji RS: Minja Šuković - Nezavisne i Glas srpske Isidora Jović - Srpska info Stevan Lukić - ATV	3
37	8.9.	ZDA	Maritz Fam trip v izvedbi Intours DMC	10
38	13.9.	Avstrija	Novinar radia O1 Georg Renöckl	1
39	14.9.	Francija	Fam trip - Intours DMC	11
40	17.9.	ZDA	Fam trip v izvedbi Intours DMC	9
41	25.9.	Irska, Združeno Kraljestvo	Direktorji občinskih uprav z irskega otoka pod vodstvom Terrya Stevensa	13
42	24.9.	medn.	udeleženci Simpozija o operacijskih raziskavah - SOR 25	50
43	24.9.	J Koreja	Delegacija province Goyang	18
➤	➤ OKTOBER			
44	1.10.	Kanada	Ta/to agenti	11
45	3.10.	Avstrija	Novinarke Dagmar Postel (Ask Enrico), Ingrid Steiner (Kurier). Anita (Kärnten..)	3
46	5.10.	Španija	Ekipa Travel TV program for RT Española (RTVE).	3
47	9.10.	Brazilija	TV show <i>CNN Viagem & Gastronomia</i>	4
48	15.10.	Nemčija	Novinarja za Stefan Loose Travel Guide in Marco Polo Camping Guide	2
49	27.10.	Slovenija	Študenti fakultete za Turizem Maribor	10
➤	➤ NOVEMBER			
50	2.11.	Špa/Mehika	Turistični agenti, preko Happytours	22
51	3. – 5.11.	Avstrija	Südsteiermark Občine in turizem, srečanje v H. Astoria	25
52	8.11.	Nemčija	T.agenti, zveza agencij avtobusarjev	37 + 2
53	16.11.	Slovenija	Usposabljanje t. vodnikov	
54	25.11.	Slovenija	Srečanje konzorcija Slovenia Green (GoodPlace)	60
55	29.11.	Hrvaška	modniALMA nah i vaš PR- Alma Premerl Zoko i Nikola Zoko Večernji list- Martina Strukić i Sandra Pećnjak; 24 sata- Davor Lugarić Milly Food (blogerica) Milica Šundov; Vikend planer- Dražen Cvijetić; Gloria IN Anela Martinović; Znatko.com Hrvoje Hladnik	9
➤	➤ DECEMBER			
56	2.12.	Francija	Gostje Državnega zbora RS	15
57	4.12.	mednarodno	Združenje Eira, EU institut za ceste	25
58	9.12.	Madžarska	Novinarji za področje MICE v organizaciji Kongresnega urada Slovenije	6
59	12.12.	Vel. Britanija	Haus Travel & Life Style	2
60	12.12.	mednarodno	Predstavniki EBRD	20

61	2. - 18.12.	Slovenija	Infuencerji in drugi spletni mediji, tema Pravlj.park, ZP	10
62	19.12.	Italija	Sara Terpin, influencerka	2
63	19.12.	Hrvaška	Ana Grzunov, influencerka	1

Tabela 6: Novinarski obiski v letu 2025

- **Digitalno trženje**

Vsakodnevno se posvečamo posodabljanju destinacijske spletne strani www.bled.si, ki je ključen vir informacij za obiskovalce, zato jo nenehno dopolnjujemo z novimi podstranmi in aktualnimi informacijami. Za koncept spletne strani in njeno vzdrževanje sodelujemo z družbo Arctur, ki zagotavlja strokovno znanje in izkušnje na področju digitalnega trženja.

Spletna stran destinacije Bled je na voljo v šestih jezikih, kar nam omogoča doseg mednarodnega občinstva ter zagotovi, da je informacijski vir dostopen in razumljiv vsem našim obiskovalcem, ne glede na njihov materni jezik. Skozi digitalne kanale si prizadevamo za kakovostno komunikacijo z obiskovalci, povečanje prepoznavnosti destinacije Bled in spodbujanje pozitivnih interakcij z blejsko blagovno znamko.

V sklopu celovite destinacijske strategije trženja smo aktivno vključili tudi družbena omrežja. Zavedamo se, da večina potencialnih gostov spremlja različne digitalne platforme, zato je nujna aktivna prisotnost na vzpostavljenih družbenih omrežjih. S kontinuiranim objavljanim vsebin na Facebooku, Instagramu, TikToku, X-u, LinkedInu, YouTubeu in drugih platformah si prizadevamo za vzpostavitev interakcije s ciljno publiko, hkrati pa promoviramo aktualne dogodke, atrakcije in posebno ponudbo destinacije Bled.

- **Spletna stran www.bled.si**

Spletna stran www.bled.si je glavni komunikacijski kanal Turizma Bled, ki je dostopen v šestih različnih jezikih (slovenski, angleški, nemški, italijanski, francoski in madžarski). Je skupek različnih vsebin, kot so pomembne informacije za obiskovalce, informacije o produktih Turizma Bled, aktualne novice in razpisi ter aktualni dogodki, kot tudi inspiracijske in vizualne vsebine.

Del spletne strani je namenjen tudi oglaševanju lokalnih ponudnikov storitev: nastanitvenih objektov, gostinskih obratov in turističnih agencij. Leta 2025 je tako na spletni strani svojo pojavnost zakupilo 37 nastanitvenih in 11 gostinskih obratov ter 11 turističnih agencij.

Spletna stran se vsebinsko in oblikovno v letu 2025 ni bistveno spremenila. Dodane so bile le nekatere funkcije in izboljšave (npr. optimizacija spletne strani, skladno z Zakonom o dostopnosti spletišč in mobilnih aplikacij).

- **Sinhronizacija s spletnim portalom Moja občina**

Spletna stran www.bled.si je bila v letu 2025 še vedno povezana s portalom Moja občina, in sicer prek sinhronizacije dogodkov (dogodki, ki so bili objavljeni na www.bled.si/sl/prireditve, so se prikazovali tudi na spletnem portalu Moja občina).

- **Statistična analiza spletne strani www.bled.si za leto 2025**

Spletno destinacijsko stran si je v letu 2025 ogledalo 798.000 uporabnikov. Od teh je bila večina (730.000) novih uporabnikov, ki se na spletno stran po prvem obisku niso vračali. Povprečen čas, preživet na strani, je znašal 1 minuto in 27 sekund, skupno smo zabeležili 2,8 milijona ogledov strani. V povprečju si je vsak uporabnik ogledal 3,5 strani.

Krivulja ogledov spletne strani se je v prvi polovici leta 2025 začela postopoma vzpenjati, dosegla vrhunec od sredine julija do sredine avgusta 2025 in nato s septembrom začela strmo padati, kar sovpada z gibanjem števila obiskovalcev na destinaciji v tem času. Oktobra je sledil strm padec, saj je bila 17. 10. 2025 izvedena sprememba v nastavitvah Google Tag Managerja, s katero je bilo merjenje obiska usklajeno z zahtevami GDPR - Piškotki. Padec v obisku gre pripisati posledici spremembe v načinu merjenja obiska in ne gre za dejanski upad števila obiskovalcev spletne strani. Porast obiska se ponovno pojavi konec decembra.

Število aktivnih uporabnikov spletne strani je bilo v letu 2025 višje kot v letu 2024.



Slika 7: Prikaz krivulje števila aktivnih uporabnikov spletne strani za leto 2025 (temno modra krivulja) v primerjavi z letom 2024 (svetlo modra krivulja). Vir: GA4 analitika

Največ uporabnikov, od koder prihajajo uporabniki na stran www.bled.si, je v letu 2025 prišlo iz Slovenije (240.683), Nemčije (95.523), Italije (86.990), Madžarske (63.450), Avstrije (53.698), Združenega Kraljestva (45.986), ZDA (34.650), Francije (33.614), Hrvaške (26.565) in Nizozemske (17.132). V primerjavi z letom 2024 se je najbolj povečalo število uporabnikov iz ZDA (49,4 %) in Francije (20,3 %), najbolj pa se je zmanjšalo število uporabnikov iz Hrvaške (- 7 %) in Madžarske (- 5,6 %).

70,4 % uporabnikov obiše naše spletno stran preko mobilnih naprav, 28,2 % preko namiznih računalnikov, 1,6 % preko tabličnih naprav in 0,1 % preko pametnih televizorjev.

V letu 2025 je bilo največ ogledov zabeleženih za naslednje strani:

- Prireditve v slovenščini www.bled.si/sl/prireditve/ (79.797 ogledov s strani 24.083 uporabnikov, ki so na strani s prireditvami v povprečju prebili 1 minuto in 18 sekund);
- Spletne kamere v angleščini www.bled.si/en/information/webcam/ (72.766 ogledov s strani 26.554 uporabnikov, ki so bili na tej strani v povprečju 21 sekund);
- Znamenitosti v angleščini www.bled.si/en/what-to-see-do/attractions (64.294 ogledov s strani 31.019 uporabnikov, ki so se na strani z znamenitostmi v angleščini v povprečju zadržali 46 sekund).
- Spletne kamere v slovenščini www.bled.si/sl/informacije/spletne-kamere (59.625 ogledov s strani 21.642 uporabnikov, ki so tu preživeli v povprečju 16 sekund).
- Vstopna stran www.bled.si v slovenščini (58.941 ogledov s strani 30.241 uporabnikov, ki so v povprečju na vstopni strani preživeli 16 sekund);
- Vstopna stran www.bled.si v angleščini www.bled.si/en/ (47.283 ogledov s strani 31.985 uporabnikov, ki so na tej strani preživeli v povprečju 21 sekund).

- Znamenitosti v nemščini www.bled.si/de/sehenswertes-und-aktivitaten/sehenswurdigkeiten/ (40.432 ogledov s strani 19.121 uporabnikov, ki so na tej strani preživeli v povprečju 53 sekund).
- Prireditve v angleščini www.bled.si/en/events/ (36.934 ogledov s strani 15.609 uporabnikov, ki so na strani s prireditvami v povprečju prebili 51 sekund);
- Nastanitve v angleščini www.bled.si/en/accommodation/list-of-accommodations/ (33.802 ogledov s strani 14.585 uporabnikov, ki so na strani s prireditvami v povprečju prebili 33 sekund);
- Parkirišča v angleščini www.bled.si/en/information/getting-around-bled/20190920131938/parking-lots/ (33.667 ogledov s strani 21.262 uporabnikov, ki so na strani s prireditvami v povprečju prebili 1 minuta 4 sekunde).

V letu 2025 je največ novih uporabnikov prišlo na našo stran preko organskega iskanja (74,9 %), direktnega vstopa na stran (15,7 %), preko povezav z drugih spletnih strani (4,4 %), organsko preko socialnih omrežij (2,1 %), plačljivih oglasov na socialnih omrežjih (1,4 %) in preko e-maila (1 %). Največ časa na strani so preživeli uporabniki z e-maila (2 m 27 s), sledijo jim uporabniki preko povezav z drugih spletnih strani (1 m 41 s). Največ dejavnih sej so izvedli uporabniki iz e-maila (1,46), najmanj pa uporabniki iz plačljivih oglasov na socialnih omrežjih (0,41).

Največ sej so uporabniki začeli preko naslednjih kanalov: organsko iskanje (78,0 %), direkten vstop na stran (12,6 %), povezave z drugih spletnih strani (4,1 %), organsko preko socialnih omrežij (1,6 %), plačljivi oglasi na socialnih omrežjih (1,3 %) in e-mail (1,1 %). Največ časa na strani so preživeli uporabniki preko e-maila (1 m 5 s) in z drugih spletnih strani (1 m 2 s), najmanj pa s plačljivih oglasov na socialnih omrežij (16 s) ter organsko preko socialnih omrežij (31 s). Največjo stopnjo dejavnosti so dosegli uporabniki preko organskega iskanja (64,3 %) in z drugih spletnih strani (64,5 %), najmanjšo pa uporabniki preko plačljivih oglasov na socialnih omrežjih (28,7 %) in organsko preko socialnih omrežij (47,5 %).

Najbolj pogoste ključne besede iskanja, ki so jih uporabniki uporabili v iskalniku Google in so preko njih prišli na našo spletno stran, so bile: »Bled«, »Bled kamera«, »Bled webcam«, »webcam Bled«, »vintgar klamm«, »kamera Bled«, »vintgar szurdok«, »lago di bled«, »spletna kamera bled«, »bled dogodki«.

Vir analitike spletne strani www.bled.si: GA4 analitika.

a) Zemljevid mobilnosti na destinacijski spletni strani

Cilj digitalnega zemljevida, dostopnega na spletni strani, je obiskovalcem Bleda pomagati pri načrtovanju obiska destinacije. Zemljevid ponuja informacije o lokacijah parkirišč za avtomobile in motorje (vključno s parkirišči za osebe z oviranostmi), cenah parkiranja, lokacijah avtobusnih postaj, električnih polnilnic ter postajališčih turističnega vlakca. Prikazuje tudi postajališča za fijakerje in vstopne točke za vkrcanje na pletno ali linijski ladijski prevoz.

V letu 2025 se vsebina zemljevida ni spreminjala, posodobljeni pa so bili obstoječi podatki, kot so cene parkiranja in druge aktualne informacije. Posodobitev zemljevida je predvidena v prihodnjem letu.

b) Mobilna aplikacija ARikli

Brezplačna AR (razširjena resničnost) mobilna aplikacija ARikli, ki jo je pred petimi leti razvil Turizem Bled, predstavlja digitalizirano dediščino Arnolda Riklija, pionirja blejskega zdraviliškega turizma. Ponuja predloge za krajše izlete po Riklijevih poteh, ki vključujejo

postanke z vajami, prilagojenimi načelih zdravega življenja, ki jih je zagovarjal švicarski zdravilec Rikli. Ob izbranih Riklijevih poteh uporabniki aplikacije lahko najdejo vizualne točke, ki jim omogočajo dostop do AR vsebin, kot so prikaz telovadnih vaj ali 3D-predmeti. Aplikacija vsebuje tudi simbolni interaktivni zemljevid Bleda, na katerem so označeni Riklijevi spomeniki in poti. Na zemljevidu so označeni tudi izbrani gostinski in turistični objekti. Mobilna aplikacija v angleščini je na voljo za prenos in uporabo na napravah z operacijskima sistemoma Android in iOS.

Leta 2025 je bilo prek operacijskega sistema Android zabeleženih 26 prenosov aplikacije, medtem ko je večina uporabnikov aplikacije prihajala iz Slovenije, Hrvaške, Italije, Velike Britanije, Nemčije, Francije, Madžarske, Malte in ZDA. Prek operacijskega sistema iOS je bilo zabeleženih 138 prenosov aplikacije, uporabniki pa so prihajali iz Slovenije, Velike Britanije, ZDA, Nizozemske in Nemčije.

c) Spletni portal in mobilna aplikacija Outdooractive

Outdooractive je spletni portal in mobilna aplikacija, namenjena načrtovanju in raziskovanju aktivnosti na prostem. Uporabnikom omogoča iskanje pohodniških, kolesarskih in drugih poti, ponuja zemljevide, GPS navigacijo, opise tras, težavnost poti, fotografije ter praktične informacije za varno in kakovostno preživljanje aktivnega časa v naravi. Bled kot turistična destinacija na omenjenem portalu predstavlja pohodne in kolesarske poti na Bledu in v njegovi okolici. V letu 2025 na portal ni bila dodana nobena nova pot, bile pa so posodobljene obstoječe pohodniške in kolesarske poti glede na dogodke v naravi in prometu (vremenske razmere, zapore cest in podobno). Vsebine s portala Outdooractive so tudi dostopne na destinacijski spletni strani (pohodništvo, kolesarjenje).

d) Rezervacijski sistem za aktivnosti Regiondo

Regiondo je spletni rezervacijski sistem, namenjen ponudnikom doživetij, aktivnosti in izletov. Omogoča enostavno upravljanje rezervacij in prodajo vstopnic.

Leta 2025 se je Turizem Bled pridružil ponudnikom aktivnosti, ki prek spletne tržnice Julijskih Alp v okviru rezervacijskega sistema Regiondo ponujajo različna doživetja. Prek sistema, ki je bil vključen tudi na destinacijsko spletno stran, je Turizem Bled omogočil spletno prodajo vstopnic za obisk Pravljičnega parka Bled ter za Voden ogled Bleda.

Turizem Bled še naprej aktivno sodeluje pri posredni prodaji aktivnosti na Bledu, ki jih je mogoče rezervirati prek tržnice Julijskih Alp v okviru rezervacijskega sistema Regiondo. Rezervacijo je mogoče opraviti prek destinacijske spletne strani (www.bled.si/sl/aktivnosti) ali s skeniranjem QR kode, ki je obiskovalcem na voljo na recepciji Infocentra Triglavsko roža Bled.

e) Ostali spletni portali

Turizem Bled ohranja aktivno prisotnost na različnih spletnih portalih, ki povečujejo prepoznavnost Bleda, obiskovalcem nudijo koristne informacije ter omogočajo rezervacije doživetij. Med ključnimi portali so Tripadvisor, Google My Business in Viator.

f) E-mail marketing

E-mail marketing Turizma Bled vključuje pošiljanje e-novičnikov s poslovnimi vsebinami ter vsebinami za obiskovalce Bleda (kaj početi na Bledu, ideje za izlete, dogodki, ozaveščanje o trajnostnem potovanju). E-novičniki v slovenskem jeziku so poslani tri- do petkrat mesečno,

občasno pa tudi v tujih jezikih, predvsem ob menjavi sezon, ob napovedih novih produktov Turizma Bled in podobnih priložnostih. Vsak obiskovalec spletne strani, ki se prijavi na e-novičnik Turizma Bled v tujem jeziku, prejme niz petih e-novičnikov z izbranimi informacijami.

Primer e-novičnika o tem kaj početi na Bledu v slovenščini:

BLED *Počitek raja*

Jesenski utrip na Bledu
 Septembrski dnevi vabijo na Bled – naj bo na sproščujoče **aktivnosti v naravi**, na **vodena doživetja**, ki imajo priokus po blejski lokalni kulturi ali na obisk nekatere izmed **prirediv**, ki popestrijo vsakodnevni utrip na Bledu.
 V prihajajočih dneh še vedno lahko obiščete **sejem domače in umetnostne obrti** v Zdraviliškem parku ali pa navijate za tekmovalce, ki se bodo udeležili plavalnega dogodka v jezeru **X-WATERS**. Čakajo vas tudi zanimive **razstave**, v sredini septembra pa **spektakularni šov čarobne umetnosti!**

Sejem domače in umetnostne obrti
 12.–14.9., Zdraviliški park

X-WATERS Slovenia 2025
 14.9., Veslaški center Bled

Blejski parki
 17.9., Infocenter Triglavsko roža Bled

Napovedujemo: Gala Magic Show
Večer čarobne umetnosti
 V soboto, **20. septembra** se bodo na odru blejske **Festivale dvorane** zvrstili najboljši **čarobni umetniki** iz cele Evrope in navdušili s spektakularnimi triki, iluzijami in hudomušnimi predstavami.
 Vstopnice za **Gala Magic Show 2025** so na voljo na Eventim prodajnih mestih in prek **spleta**.

Nakup vstopnice

Načrtujte vaš obisk Bleda

Doživetja Blejskega lokalnega izbora
 Odkrijte lepote Bleda prek **avtentičnih doživetij**. Prisluhnite zgodbam domačinov in spoznajte kulturo kraja na pristen način.

Organizirane aktivnosti v naravi
 Jesen na Bledu je še posebej čarobna. Če pa jo preživite v naravi, ji ni para. Raziščite **možnosti za organizirane aktivnosti**.

Slika 8: Primer e-novičnika JZTB

Baza kontaktov za pošiljanje e-novičnikov v slovenskem jeziku je ob koncu leta 2025 obsegala skupno 3.822 kontaktov. V povprečju je e-novičnike odprlo med 38 % in 40 % prejemnikov, pri čemer je od teh 9 % prejemnikov kliknilo na vsaj eno povezavo znotraj e-novičnika.

Celotna baza kontaktov za **pošiljanje e-novičnikov v tujih jezikih** je decembra 2025 vsebovala skupno **5.469 kontaktov**, od tega jih je bila **2.857 v angleščini**, **1177 v nemščini**, **936 v italijanščini**, **338 v madžarščini** in **161 v francoščini**.

Skupno je bilo ob koncu leta 2025 v bazi kontaktov za pošiljanje e-novičnikov 9.291 kontaktov, kar je 1220 kontaktov več kot ob koncu leta 2024.

g) Digitalno oglaševanje v letu 2025

Turizem Bled je v letu 2025 izvedel pet večjih digitalnih/Meta kampanj ter se posluževal Facebook oglasov za informiranje ciljnih skupin o dogodkih na Bledu, produktih Turizma Bled in priložnostih za izobraževanje.

Seznam večjih digitalnih (Meta) kampanj v letu 2025

1. KAMPANJA: Promocija knjige Bledologija

Obdobje: 3. marec – 15. marec, ciljna publika: Slovenija (vse regije), cilj kampanje: prodaja knjige Bledologija v slovenščini, CTR: 1,35%



Slika 9: Primer kampanje Bledologija

2. KAMPANJA: Blejsko poletje 2025 in plačljivi koncerti na Veslaških tribunah (Koncerti z razgledom)

Obdobje: 22. maj – 5. september, cilj kampanje: obisk prireditve, prodaja vstopnic za plačljive koncerte, nočitve na Bledu, povečanje prepoznavnosti prireditve Blejsko poletje

Krovni oglasi za Blejsko poletje – maj/junij – 28. avgust:

- Slovenija: 22. maj – 28. avgust (99 dni), CTR: 2,35%
 - Avstrija (Koroška): 12. junij – 28. avgust (78 dni), CTR: 2,24%
 - Italija (Furlanija – Julijska Krajina): 12. junij – 28. avgust (78 dni), CTR: 1,78%
- Koncert štirih: 9. junij – 18. julij (40 dni), ciljna publika: Slovenija – Gorenjska in Osrednjeslovenska regija, CTR: 6,94%
 - Koncert skupine Big Foot Mama: 26. junij – 1. avgust (37 dni, predčasno ustavljeno oglaševanje), ciljna publika: Slovenija – Gorenjska in Osrednjeslovenska regija, CTR: 2,14%
 - Koncert pevke Helene Blagne: 7. julij – 15. avgust (40 dni), ciljna publika: Slovenija (vse regije), CTR: 7,54%
 - Koncert skupine Dan D: 22. julij – 5. september (46 dni), ciljna publika: Slovenija (vse regije), CTR: 3.43%



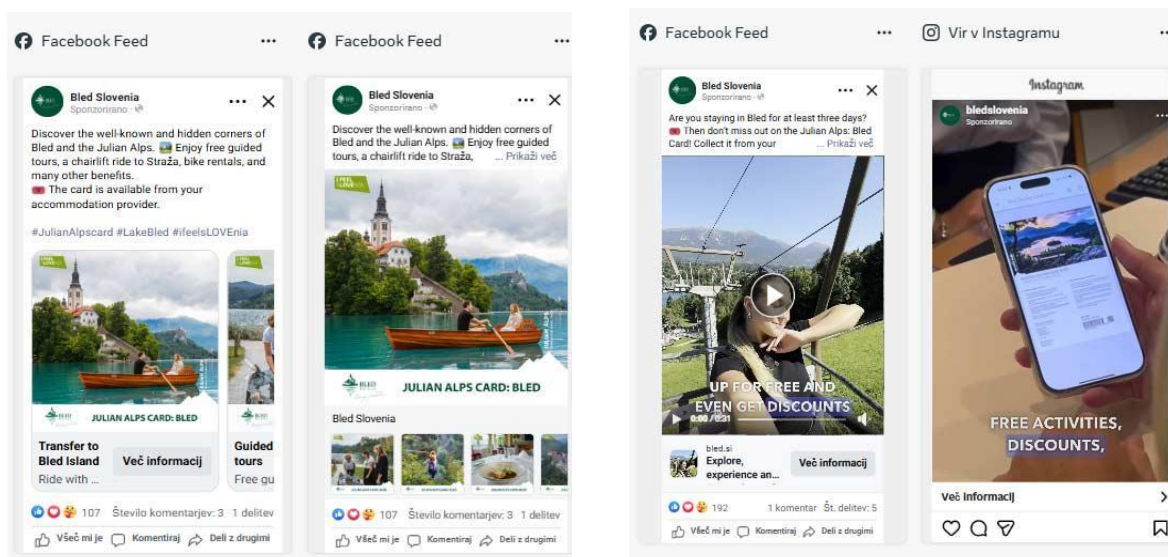
Slika 10: Primer kampanje Blejsko poletje

3. KAMPANJA: Informiranje o kartici Julijske Alpe: Bled (v slovenščini in angleščini)

Obdobje: 21. avgust – 30 september, ciljna publika: Slovenija (obiskovalci destinacije)

Cilj kampanje: Informiranje slovenskih in tujih obiskovalcev Bleda in okolice o načinu pridobitve kartice ugodnosti Julijske Alpe: Bled ter seznanjanje z ugodnostmi, ki jih lahko izkoristijo med obiskom Bleda in drugih destinacij v območju Julijskih Alp.

Kampanja je bila sestavljena iz seta treh različnih oglasov (fotografije in videi) v slovenščini in angleščini, ki so tekli med 21. avgustom in 30. septembrom (41 dni). Posamezni oglasi so dosegli dobre rezultate (CTR od 3,69 % do 5,8% na posamezen oglas).



Slika 11: Primer kampanje kartica Julijske Alpe: Bled

4. KAMPANJA: Kampanja za pridobivanje elektronskih naslovov na temo doživetij Blejskega lokalnega izbora

Obdobje: 5. september – 5. oktober (30 dni), Slovenija, CTR: 0,48 % in 404 zbranih elektronskih naslovov

Cilj kampanje: Primarni cilj Meta kampanje je bil informirati uporabnike Facebooka in Instagrama (v slovenščini) o avtentičnih doživetjih, ki jih Turizem Bled predstavlja pod kolektivno blagovno znamko Blejski lokalni izbor. Sekundarni cilj pa je bil pridobiti elektronske naslove uporabnikov platforme Facebook, ki jih omenjena tematika zanima ter vzpostaviti bazo, v lasti Turizma Bled, za nadaljnje pošiljanje e-novičnikov.

Doživetja Blejskega lokalnega izbora, ki so bila vključena v kampanjo so bila naslednja: Začaran gozd, Vrt okusov, Zveni po praznikih, Priprava in peka potice na Blejskem otoku, Blejski kuharski tečaj, Doživetje s čebelarjem in doživetje Od najlepše tepke do Tr'glavovega žganja.



Slika 12: Primer kampanje BLS

5. KAMPANJA: Promocija dogodka Zimska pravljica 25/26 in Pravljničnega parka Bled

Obdobje: 19. november – 18. januar, cilj kampanje: obisk prireditve, prodaja vstopnic za Pravljični park Bled, nočitve na Bledu, povečanje prepoznavnosti prireditve Zimska pravljica

Meta kampanja je bila sestavljena iz dveh različnih setov oglasov:

Set oglasov za prireditev Zimska pravljica: obdobje: 19. november 2025 – 4. januar 2026, ciljna publika: Slovenija, tuji v Sloveniji (Gorenjska in Osrednjeslovenska regija), obmejni Italija in Avstrija, Hrvaška (Zagreb), cilj oglasov: obisk prireditve v okviru Zimske pravljice, obisk Bleda (nočitve), CTR: 1,10 %

Set oglasov za produkt Pravljični park Bled: obdobje: 5. december 2025 – 18. januar 2026, ciljna publika: Slovenija, tuji v Sloveniji (Gorenjska in Osrednjeslovenska regija), cilj: informiranje o novem produktu na Bledu, nakup vstopnice za Pravljični park Bled, CTR: 1,3 %.



Slika 13: Primer kampanje Zimska pravljica 25/26 in Pravljičnega parka

Posamezni oglasi na Facebooku v letu 2025

1. **Prireditev: Komedija Visoka napetost:**

5. februar – 1. marec, lokacija: Slovenija - Gorenjska, cilj: prodaja vstopnic

2. **Prireditev: Blejski zbirateljski dnevi:**

18. februar – 15. marec, lokacija: Slovenija – Gorenjska, Osrednjeslovenska regija, cilj: povečanje prepoznavnosti prireditve, prodaja vstopnic

3. **Prireditev: Mesec ljubezni 2025:**

19. februar – 12. marec, lokacija: Slovenija – Gorenjska, Osrednjeslovenska regija, cilj: povečanje prepoznavnosti prireditve

4. **Prireditev: Blejski zbirateljski dnevi – video:**

24. februar – 15. marec, Lokacija: Slovenija – Maribor, Drava, Celje, Savinja, Ljubljana, Osrednjeslovenska regija, Gorenjska, cilj: povečanje prepoznavnosti prireditve, prodaja vstopnic

5. **Študijska tura kolektivne blagovne znamke (Laško in Sevnica):**

23. april – 12. maj, lokacija: Slovenija – Gorenjska, cilj: udeležba na ekskurziji

6. **Prireditev: Živjo, joga:**

13. junij – 24. junij, lokacija: Slovenija – Gorenjska, Osrednjeslovenska regija, cilj: prijava na dogodek

7. **Prireditev: 27. Rikljev pohod:**

19. junij – 1. julij, lokacija: Slovenija (vse regije), cilj: prijava na dogodek

8. Prireditev: Sejem domače in umetnostne obrti v Zdraviliškem parku – video v angleščini:

5. avgust – 31. avgust, lokacija: Slovenija – Gorenjska, cilj: informiranje o sejmu, obisk sejma

9. Prireditev: Pub kviz na Bledu:

11. avgust – 13. avgust, lokacija: Slovenija – Osrednjeslovenska regija, Gorenjska, cilj: prijava na dogodek

10. Prireditev: Gala Magic Show:

13. avgust – 20. september, lokacija: Slovenija (vse regije), cilj: nakup vstopnice za dogodek

11. Spletno izobraževanje: Trajnostno poslovanje:

6. oktober – 7. oktober, lokacija: Slovenija (vse regije), cilj: udeležba na spletnem izobraževanju

12. Prireditev: Pub kviz na Bledu:

23. avgust – 28. avgust, lokacija: Slovenija – Osrednjeslovenska regija, Gorenjska, cilj: prijava na dogodek

Promocija Pravljičnega Parka Bled prek ustvarjalcev vsebin (influencerjev) na družbenih omrežjih

Z namenom promocije novega produkta Turizma Bled v okviru Zimske pravljice 2025/26 – Pravljičnega Parka Bled – smo decembra 2025 na družbenih omrežjih (predvsem Instagramu, pa tudi Facebooku in TikToku) k ustvarjanju vsebin povabili več ustvarjalcev vsebin. Ti so park obiskali ter svoje vtise in doživetja delili na svojih družbenih kanalih.

V decembru je park na ta način obiskalo 18 ustvarjalcev vsebin, ki so svoje objave delili s skupno približno 251.500 sledilci. Večina ustvarjalcev je prihajala iz Slovenije, nekaj pa tudi iz tujine (Italija, Hrvaška).

Najuspešnejša partnerska objava o Pravljičnem Parku Bled je nastala v sodelovanju z ustvarjalcema vsebin, ki na družbenih omrežjih delujeta pod imenom @v.dvoje. Njuna objava (reel) je dosegla več kot 40.000 ogledov ter bila deljena naprej drugim uporabnikom 405-krat.



Slika 14: Primer promocije sodelovanja z ustvarjalci vsebin

h) Spletna rešitev Quickconnect

V letu 2025 je Turizem Bled nadaljeval z uporabo spletne rešitve QuickConnect, prek katere neposredno nagovarja poslovne partnerje in potencialne obiskovalce Bleda. Gre za B2B orodje, Poslovno – računovodsko poročilo zavoda Turizem Bled 1. 1. – 31. 12. 2025

ki omogoča gradnjo elektronske baze kontaktov poslovnih partnerjev, predvsem z odčitavanjem podatkov s poslovnih vizitk, ki jih predstavniki Turizma Bled zbirajo na turističnih borzah in sejmih v Sloveniji ter tujini.

Poslovni partnerji, katerih podatki so vneseni v QuickConnect, prejmejo t. i. follow-up elektronsko sporočilo s koristnimi informacijami o Bledu. Vsebine so tematsko razdeljene (splošna predstavitev Bleda, kulturne in naravne znamenitosti, dogodki, MICE, kulinarika, trajnost, umeščenost Bleda v Skupnost Julijske Alpe ipd.). Hkrati so ti partnerji vključeni tudi v bazo prejemnikov marketinško usmerjenih sporočil.

Ob koncu leta je baza e-poštnih naslovov, pridobljenih prek spletne rešitve QuickConnect, obsegala 285 kontaktov.

i) Predvajalniki vozni redov (Papercast)

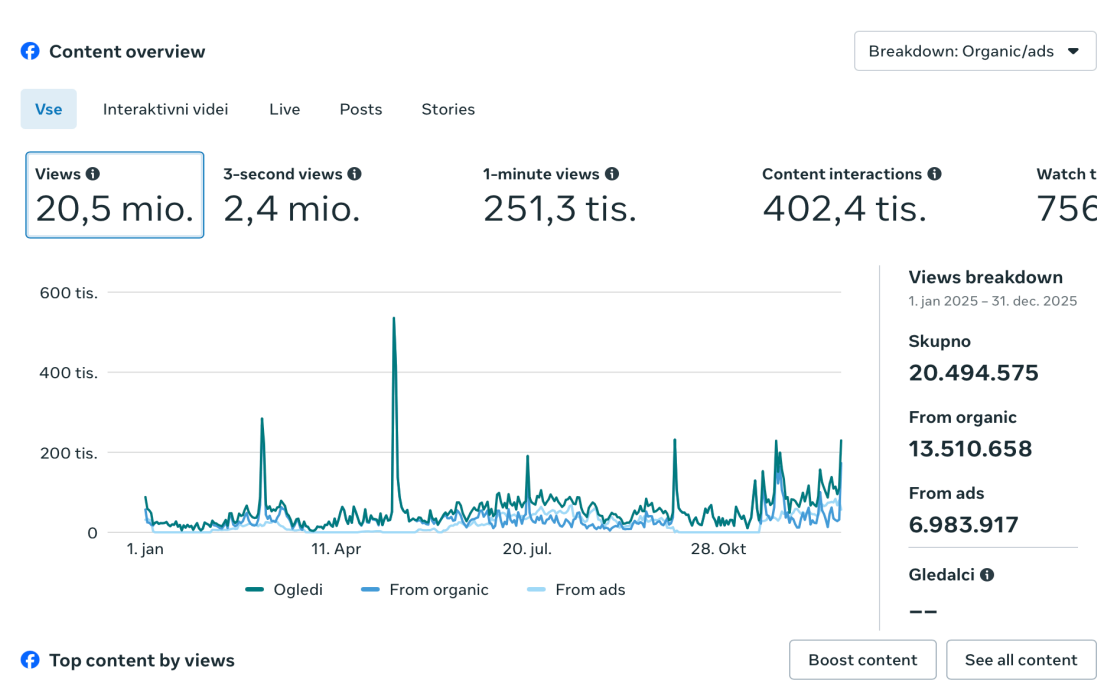
Turizem Bled upravlja z vsebinami, ki so prikazane na predvajalnikih vozni redov Papercast. Eden izmed njih je nameščen na glavni avtobusni postaji na Bledu, drugi pa pred vhodom v Infocenter Triglavska roža Bled. V letu 2025 so se na predvajalnikih prikazovale vsebine s QR kodami, ki so vodile na destinacijsko spletno stran, na prireditve Turizma Bled ali njegove produkte (kot so bili Bled Bus in kartica Julijske Alpe: Bled). Vozni redi za poletni Bled Bus, ki je vozil julija in avgusta, so bili obiskovalcem Bleda na voljo na portalu SIMO (Slovenian National Journey Planner).

j) Družbena omrežja

Facebook @BledSlovenia

- Do konca leta 2025 je imel Facebook profil Bled Slovenia 104.863 sledilcev.
- Družbeno omrežje je v ponovnem porastu.

Objavljamo različne objave: informativne, objave z dogodkov, poučne objave, »image objave« in Facebook story-e.

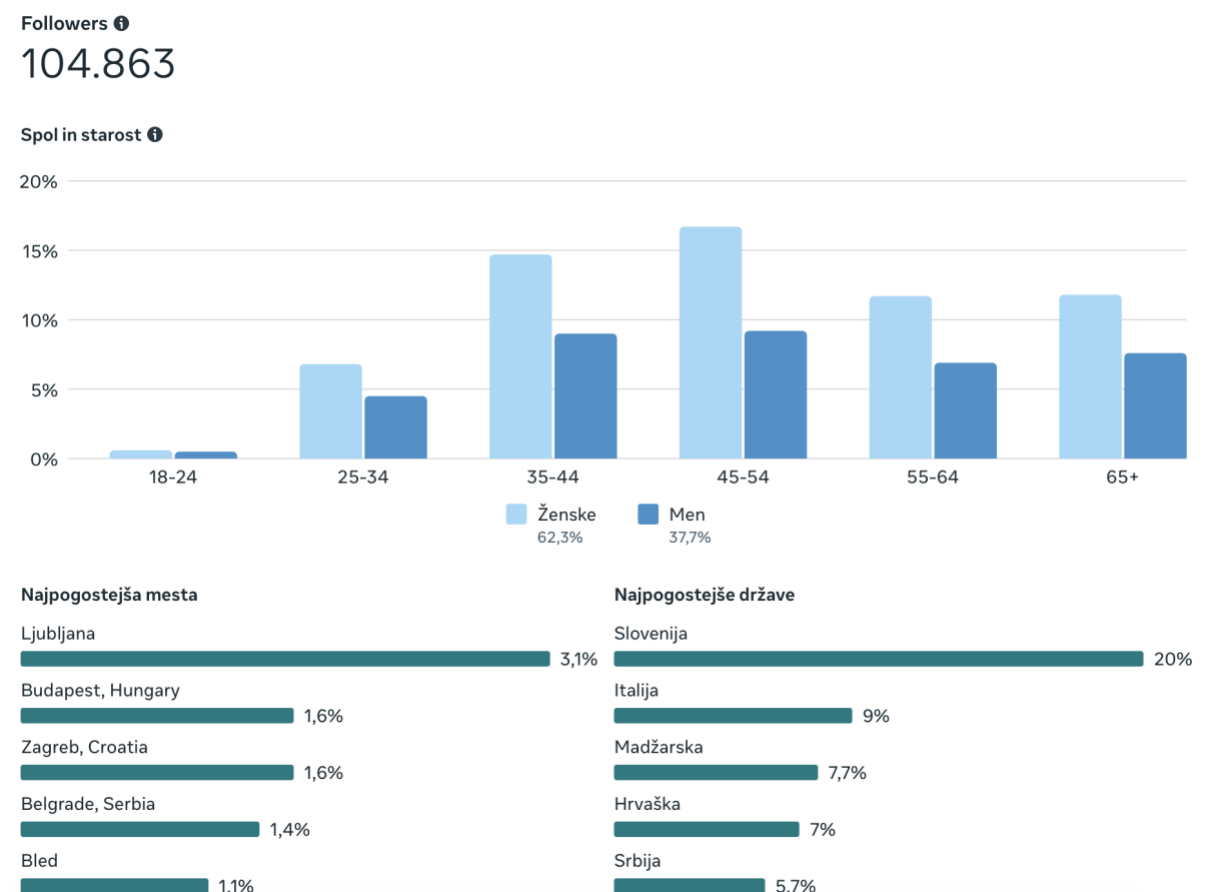


Slika 15: Letni pregled statistike na Facebook strani Bled, Slovenia

V letu 2025 je Facebook profil Bled Slovenia dosegel 20.5 milijona ogledov vsebine.

Uporabniki so vsebino všečkali oz. reagirali nanjo 402.400-krat, video vsebine si je vsaj 3 sekunde ogledalo 2.4 milijona uporabnikov, ogledi pa so, merjeno v dnevih, dosegli za 756 dni ogledov. Uporabniki so na povezave (url) na naših objavah kliknili 120.500-krat.

Vsebina z daleč največjim dosegom so video vsebine z dogodka Harmonike ob Blejskem jezeru in Dron Show na Silvestrovo. Najuspešnejši video ima 22.000 všečkov in več kot 1 milijon ogledov. Najbolj relevantna in gledana je vsebina, kreirana v živo, s katero se uporabniki lahko poistovetijo. Družbeni mediji delujejo po principu: »pristnost in aktualnost je več kot popolnost«.

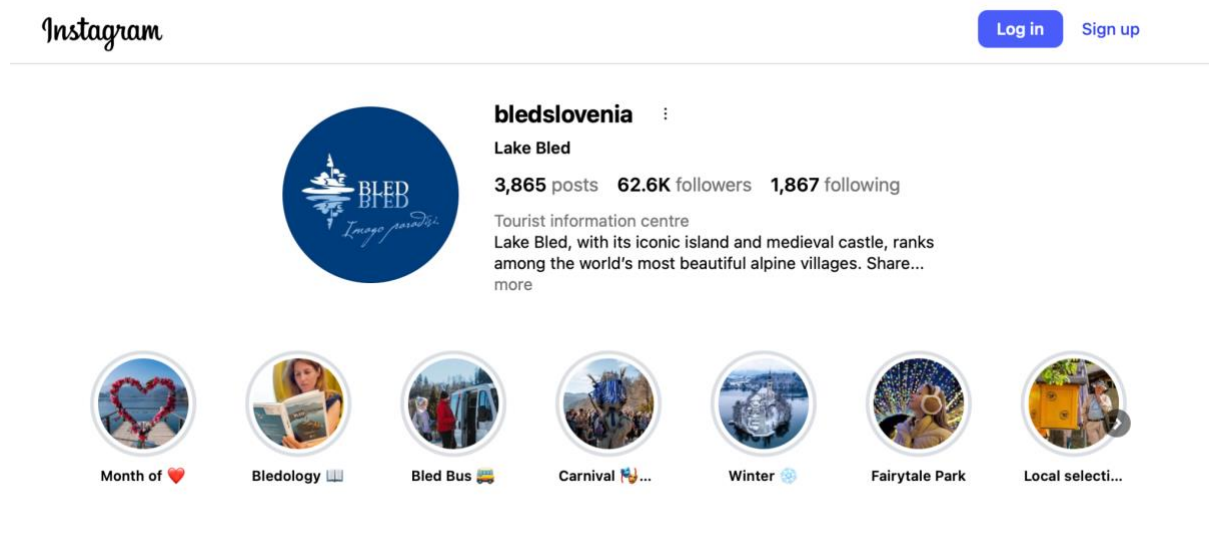


Slika 16: Prikaz števila sledilcev in njihova demografija

Število sledilcev je zraslo za 12.4 tisoč neto. Zanimiv podatek predstavlja dejstvo, da je kar 62 % sledilk in le 38 % sledilcev. Predstavljena so tudi mesta in države, od koder prihaja največ naših sledilcev. Iz demografije sledilcev profila lahko izluščimo tudi ene izmed naših ključnih trgov.

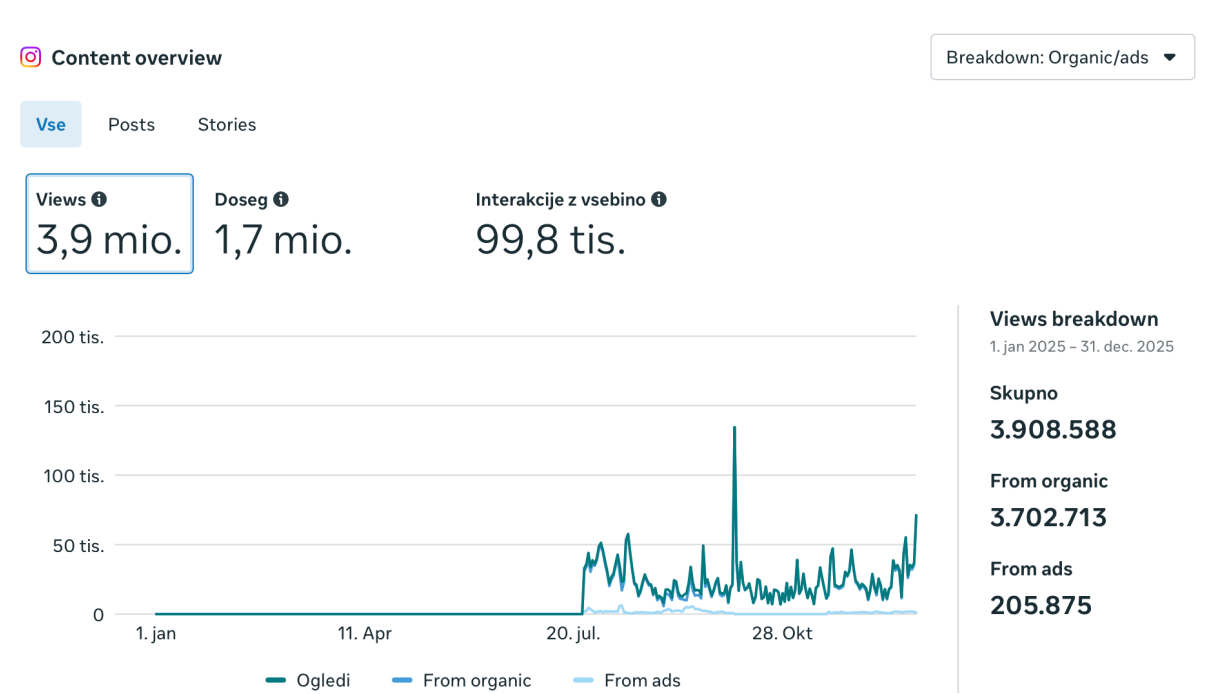
[Instagram @bledslovenia](#)

Instagram profil je imel do konec leta 2025 62.500 sledilcev, kar nas postavlja na tretje mesto med turističnimi destinacijami v Sloveniji (za Ljubljano in Kranjsko Goro). Število sledilcev je v enem letu zraslo za kar 16.600.



Slika 17: Vpogled v Instagram profil Bled Slovenia

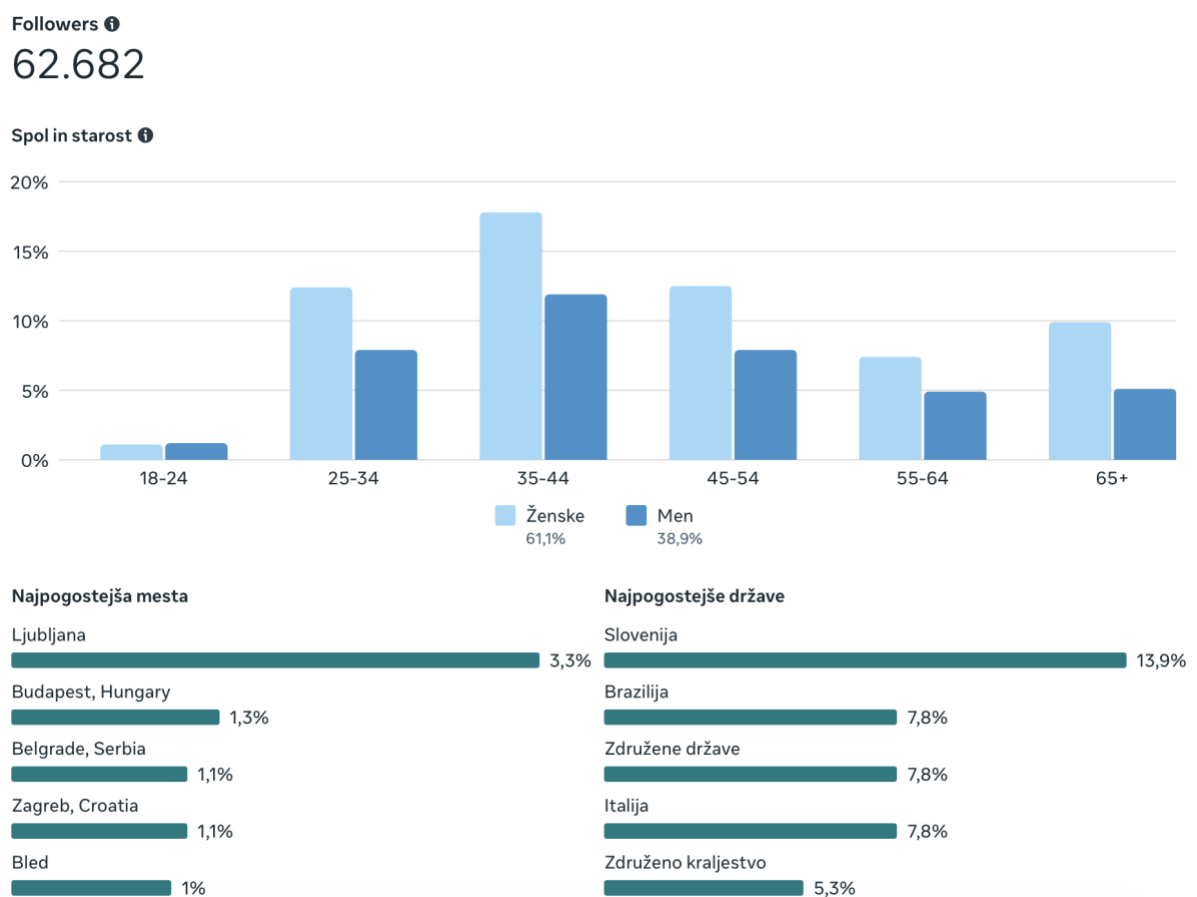
Glavni komunikacijski kanal predstavlja Instagram. Nanj objavljamo objave na “feed” – slikovne in video (reel-e), veliko pozornosti pa posvečamo tudi Instagram Story-em. Večino vsebine ustvarimo sami, hkrati pa seveda delimo tudi kvalitetno vsebino uporabnikov Instagrama. Prek kanala informiramo javnost o dogodkih in aktivnostih v destinaciji, veliko pozornosti posvečamo tudi t. i. “collaboration” objavam.



Slika 18: Vpogled v statistiko Instagram računa

Tako kot na Facebooku je tudi na Instagramu daleč največ ogledov in dosega prispeval video z dogodka Harmonike ob Blejskem jezeru (1.5 milijona ogledov). Zgornje številke ogledov in

reakcij ne predstavljajo povsem realnega stanja, saj je podatke zaradi uvedbe novih metrik Metin program zaznaval šele od julija dalje.



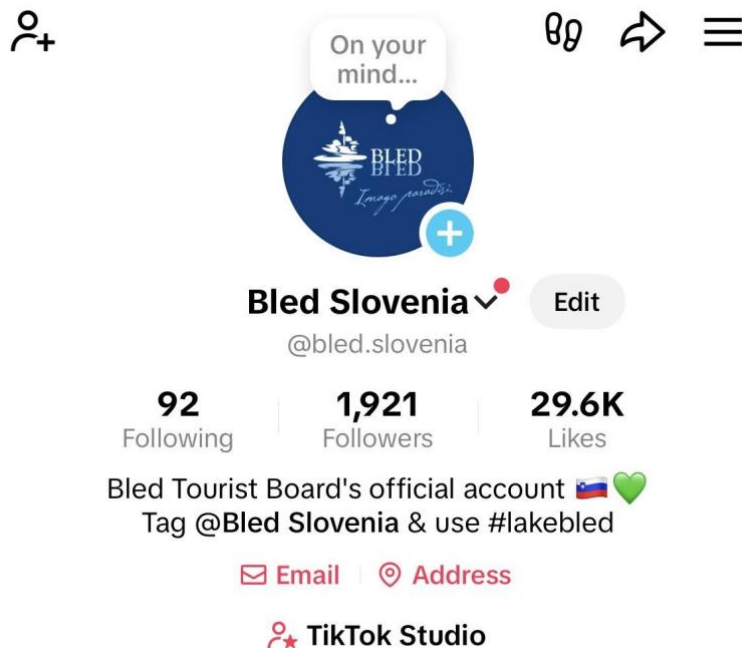
Slika 19: Sledilci in demografija

Demografija na Instagramu je nekoliko drugačna kot na Facebooku. Populacija je malo mlajša, se pa meja vsako leto nekoliko dvigne. Med najvidnejšimi državami za razliko od Facebooka tu presenetljivo najdemo Brazilijo, Združene države Amerike, Italijo in Združeno kraljestvo.

TikTok @bled.slovenia

V letu 2025 smo se osredotočili na krepitev prisotnosti profila @bled.slovenia na TikToku ter promocijo lepote Bleda in aktivnosti, ki jih ponuja. Profil bled.slovenia je ključni del strategije za izgradnjo destinacije Bled kot ene najbolj prepoznavnih slovenskih destinacij na svetovni ravni. S tem se kraj poveže tudi z mlajšo populacijo in predstavi sebe v najboljši luči.

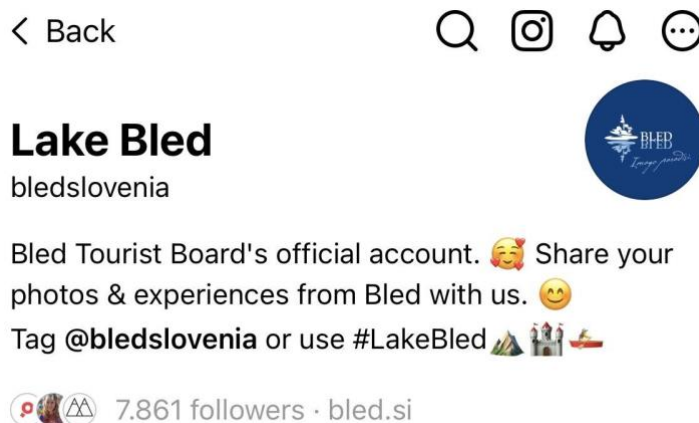
V letu 2025 je bilo na profil objavljenih 36 posnetkov, ima 1.921 sledilcev. Največ ogledov je dosegel video o Mescu ljubezni (49.800 ogledov, 2.371 všečkov, 47 komentarjev, objavo je shranilo 156 sledilcev).



Slika 20: Prikaz TikTok profila Bled Slovenia

Threads @bledslovenia

Ob koncu leta 2023 je za slovenske uporabnike na trg prišla aplikacija Threads – Instagramova “kopija X-a”. Še isti dan, ko je bila aplikacija na voljo v Sloveniji, smo kreirali profil, na katerega objavljamo nekajkrat mesečno. Tu gre predvsem za »image« objave. Na Threads profilu imamo trenutno 7.860 sledilcev.



Slika 21: Naslovnica Threads Lake Bled profila

X @bledslovenia

Aplikacija Twitter je po podjetju SpaceX pred dvema leti dobila novo, enočrkovno ime – X. Podobno kot pri aplikaciji Threads, tudi na X objavljamo vsaj 1x tedensko, predvsem “image” objave, objave za poslovno javnost in deljenje relevantnih objav organizacij in uporabnikov (npr. Feel Slovenia). Na X-u imamo 7400 sledilcev.



Bled Slovenia

@BledSlovenia

With immense natural beauty, #LakeBled, with its #island, a medieval #castle and surroundings, ranks among the most #beautiful #alpine resorts in the #World.

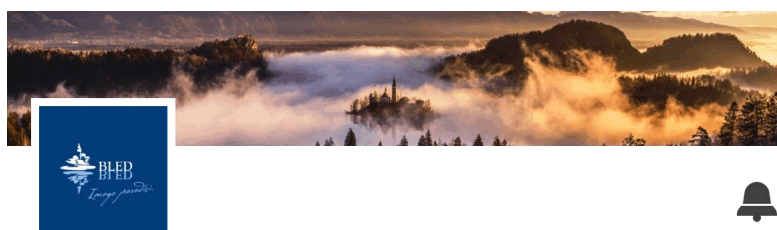
📍 Bled, Slovenia 🌐 bled.si 📅 Joined February 2012

5,6K Following 7,4K Followers

Slika 22: Profil X (bivši Twitter)

LinkedIn Bled Tourist Board

Aktivno upravljamo tudi s profilom Bled Tourist Board na platformi LinkedIn, ki je namenjen predvsem poslovni javnosti. Na profilu redno objavljamo objave s sejmov in borz, pomembne izvedene projekte, objave s statistiko in druge relevantne objave za poslovno javnost.



Bled Tourist Board

Bled - Imago Paradisi ❤️ 🏰 🌄

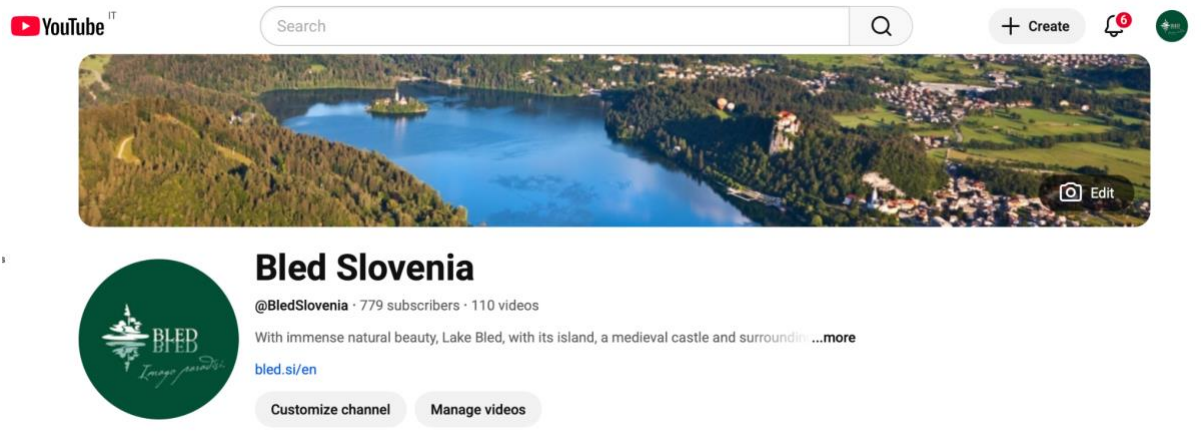
Travel Arrangements • Bled • 1K followers • 2-10 employees

Slika 23: LinkedIn Bled

YouTube kanal

YouTube kanal Bled Slovenia je namenjen nalaganju video vsebine in je priročen, saj lahko vsebino umestimo tudi na našo spletno stran. Na YouTube kanal Bled Slovenia smo v letu 2025 naložili 21 novih video vsebin / epizod The Bled Podcasta. YouTube kanal Turizma Bled je v letu 2024 zabeležil 22.500 ogledov, skupno pa so si uporabniki YouTube ogledali za 497 ur video vsebin.

Najpogostejše ključne besede, ki so jih v letu 2024 iskali uporabniki so bile: best places to visit in slovenia, lake bled carp fishing, lake bled restaurants, lake bled walking tour.



Slika 24: Youtube kanal Bled Slovenia

k) Oglaševanje na portalu Družinski izleti

V letu 2025 smo na portalu Družinski izleti oglaševali naslednje vsebine: izletniške poti Bleda, Bled Bus in Zimsko pravljico.

l) Izobraževanje zaposlenih o digitalnih vsebinah

Junija 2025 smo za vse zaposlene izvedli enodnevno delavnico na temo AI in uporabe ChatGPT-ja in podobnih orodij. Spomladi in jeseni sta se dve zaposleni udeležili Akademije digitalnega marketinga 2025 v organizaciji Slovenske turistične organizacije.

- **5-zvezdični produkt oz. edinstveno doživetje**

Produkt »Vodne, zračne in sončne kopeli z Arnoldom Riklijem«, ki je bil ustvarjen v okviru projekta »DigiRikli Bled 2020/2021« se trži od leta 2022 dalje. Vsebina doživetja skupaj s promocijskim videom in možnostjo rezervacije je objavljena na destinacijski spletni strani (<https://www.bled.si/sl/kaj-videti-poceti/razvedrilo/2021101315590062/vodne-zracne-in-soncne-kopeli-z-arnoldom-riklijem/>). Rezervacijo pa je mogoče opraviti tudi prek spletnih platform Viator in TripAdvisor. Ugotavljamo, da je doživetje zaradi višje cene tržno manj privlačno, so pa segmenti le tega dobrodošla vsebina za agencije, ki nagovarjajo zahtevnejše goste.



Slika 25: Spletna stran Arnold Rikli

- **Blejski lokalni izbor**

Kolektivna blagovna znamka Blejski lokalni izbor predstavlja enega osrednjih projektov Turizma Bled, saj pomembno prispeva k razvoju in povezovanju lokalnega okolja ter izkazuje velik potencial za dvig kakovosti turistične ponudbe tudi v prihodnje.

Turizem Bled je 17. februarja 2025 objavil Javni razpis za pridobitev pravice do uporabe kolektivne blagovne znamke turistične destinacije Bled – Blejski lokalni izbor / Bled Local Selection, vključno s pripadajočimi termini delavnic za ponudnike in datumi ocenjevanj. Aktivnosti, povezane z razpisom, so potekale skozi vse leto in so vključevale izvedbo individualnih svetovanj s ponudniki (izvedba dveh svetovalnih dni), ponovna ocenjevanja že certificiranih izdelkov in storitev ter ocenjevanja vseh petih vzpostavljenih kategorij (rokodelski izdelki, prehranski izdelki, jedi in pijače, turistični produkti in vodena doživetja in nastanitvene kapacitete).

Ponudnike in ponudnice, vključene v Mrežo povezanih ponudnikov, sistematično spodbujamo k povezovanju in razvoju novih produktov ter jih redno vključujemo v vse aktivnosti Turizma Bled. Ponudnikom certificiranih rokodelskih in umetniških izdelkov smo v okviru tradicionalnega Sejma domače in umetnostne obrti prvič namenili eno od stojnic ter k sodelovanju povabili tudi sosednje destinacije s certificiranimi izdelki po modelu Izvorno slovensko. V okviru Blejskega turističnega foruma: Vizija 2025 smo uspešno izpeljali pogostitev izključno s certificiranimi lokalnimi izdelki Blejski lokalni izbor. Sodelovali smo na dogodku Euro Masters Regatta s promocijskim in prodajnim mestom z izdelki Blejskega lokalnega izbora in onudnike spodbudili k sodelovanju na Festivalu ponovne uporabe, ki je potekal v Zdraviliškem parku na Bledu. V sodelovanju s sosednjo destinacijo smo ponudnike vključili na dogodek Otvoritvena večerja z Okusi Radol'ce – kulinarčna tržnica. Pred poletno sezono smo vzpostavili novo prodajno vitrino Blejskega lokalnega izbora v prostorih TIC Bled. V preteklem letu smo ponatisnili predstavitvene letake in dodali nove jezikovne različice v italijanskem in nemškem jeziku. Obenem smo nadgradili spletni register ponudbe, certificirane pod znamko Blejski lokalni izbor, ki je dostopen na naši spletni strani in preveden v pet tujih jezikov.

V letu 2025 smo izvedli dve študijski turi na destinaciji, ki sta predstavili najboljše trajnostne prakse pod znamko Blejski lokalni izbor: 15. maja za študente VSŠ Bled in 27. oktobra za študente Višje strokovne šole za gostinstvo in turizem Maribor. Dne, 22. maja, smo ponudnike in druge zainteresirane povabili na celodnevno strokovno ekskurzijo z ogledi dobrih praks

drugih destinacij, tokrat smo se odpravili na območje TKBZ Sevnica Premium in TKBZ Okusiti Laško.

V tednu med 29. septembrom in 3. oktobrom smo blejskemu turističnemu gospodarstvu skupaj s ponudniki doživetij omogočili, da iz prve roke doživi certificirana doživetja Blejskega lokalnega izbora. V petih dneh se je več kot 50 predstavnikov lokalnega gospodarstva udeležilo izbranih izkušenj, ki so prikazale raznolikost, pristnost in domiselnost ponudbe Bleda ter predanost in ustvarjalnost lokalne skupnosti. Teden doživetij je bil organiziran prvič, k sodelovanju pa se je odzvalo sedem od osmih certificiranih ponudnikov vodenih doživetij.

Teden doživetij smo 3. oktobra zaključili s slavnostnim dogodkom Večer odličnosti Blejskega lokalnega izbora, ki je potekal v Blejski hiši. Poleg predstavitve ponudnikov smo na dogodku uradno sprejeli nove člane. Skupnost se je letos povečala za osem novih ponudnikov, skupno pa smo podelili certifikate za 43 rokodelskih in prehranskih izdelkov, 13 jedi, eno nastanitev in eno doživetje.



Slika 26: Blejski lokalni izbor, podelitev nagrad (foto: Boris Pretnar)

V okviru projekta Blejski lokalni izbor se aktivno povezujemo in izmenjujemo dobre prakse z drugimi kolektivnimi blagovnimi znamkami v Julijskih Alpah ter širše. To poteka predvsem prek aktivne udeležbe na strokovnih srečanjih Mreže TKBZ po modelu Izvorno slovensko, na katerih smo se koordinatorji vseh teritorialnih kolektivnih blagovnih znamk v Sloveniji v letu 2025 srečali trikrat.

Uspešno smo oddali skupni projekt »Povezovanje blagovnih znamk na območju LAS Zgornja Gorenjska – BOJA« skupaj z destinacijami Bohinj, Radovljica in Kranjska Gora, v okviru katerega v letih 2026 in 2027 pričakujemo dodatna sredstva za dvig kakovosti in nadgradnjo kolektivnih blagovnih znamk.

Uspešno smo oddali skupni projekt »Povezovanje blagovnih znamk na območju LAS Zgornja Gorenjska – BOJA« skupaj z destinacijami Bohinj, Radovljica in Kranjska Gora, v okviru katerega v letih 2026 in 2027 pričakujemo dodatna sredstva za dvig kakovosti in nadgradnjo kolektivnih blagovnih znamk.

- **Projekt “Promocija destinacije Bled v letu 2025”**

Javni zavod Turizem Bled je projekt Promocija destinacije Bled v letu 2025 uspešno zaključil in v celoti počrpal odobrena sredstva Slovenske turistične organizacije z javnega razpisa za promocijo in digitalizacijo turistične ponudbe vodilnih destinacij v letu 2025. Sofinanciranje v višini 83.254,09 EUR predstavlja 80 % upravičenih stroškov; preostali delež in DDV je zagotovil JZ Turizem Bled. Upravičeni stroški so nastajali v obdobju od 1. januarja do 15. oktobra 2025, dodeljena sredstva pa so bila v celoti prejeta.

V okviru javnega razpisa smo izvedli digitalno oglaševanje na slovenskem avstrijskem in italijanskem trgu. Oglaševali smo Blejsko poletje, poletne koncerte, kartico Julijske Alpe: Bled in doživetja Blejskega lokalnega izbora.

Dodatno smo na spletni strani The Independent, ki pokriva predvsem britanski trg, oglaševali še romantični pobeg na Bled.

Poskrbeli smo za bolj kakovostno prisotnost destinacije Bled na digitalnih kanalih s tem, da smo najeli dva zunanja izvajalca, ki sta upravljala z našimi socialnimi omrežji. Skupaj z gostiteljem Noahom Charneyem smo posneli sedem novih podcastov. Najeli smo osebo, ki je pisala vsebino za naše digitalne kanale. Določena besedila smo dali v prevod, da bodo na voljo tudi tujim obiskovalcem, večji del teh je bil povezan z blagovno znamko Bled Local selection.

Izvedli smo nekaj tehničnih nadgradenj na naši spletni strani. Največja med njimi je bila optimizacija spletne strani, skladno z Zakonom o dostopnosti spletišč in mobilnih aplikacij.

Na našem internem sistemu za prikaz zasedenosti nastanitev smo tudi izvedli nadgradnjo. Dodali smo možnost vpisa ocene strukture gostov po mesecih.

Za potrebe kongresnih gostov smo izvedli 3D digitalizacijo Bleda, iz česar smo pridobili prikaz prizorišč za poslovne dogodke na dron posnetkih Bleda, fotografije in 360 ° fotografije z lokacij prizorišč za poslovne dogodke.

Z javnim razpisom smo pokrili del organizacije Blejskega turističnega foruma 2025, izvedli pa smo še delavnico za ponudnike, in sicer o trajnostnem poslovanju.

Izdelali smo študijo ocene nosilne zmogljivosti Blejske jezerske sklede z otokom. V sklopu študije smo pridobili več različnih podatkov, ki se nanašajo na obravnavano območje, in jih analizirali. Poleg tega smo izvedli tudi anketiranje obiskovalcev glede njihove doživljajske izkušnje z aktivnostmi na obravnavanem območju. Modelirali smo oceno nosilne sposobnosti za identificirana območja, opredelili ozka grla in identificirali ukrepe za odpravljanje ozkih grl.

V okviru projekta »Vzpostavitev celovite spletne platforme za trženje turističnih storitev in produktov – JAbook« so bile izvedene ključne vsebinske, tehnične in organizacijske aktivnosti za vzpostavitev in pripravo lansiranja digitalne tržnice nastanitev, ki bo omogočala napredno trženje, digitalni marketing in podporo ponudnikom nastanitev na ravni regije Julijske Alpe.

Kljub zamiku uradnega lansiranja platforme so bile vse vsebine, materiali, analize in tehnične povezave pravočasno pripravljene, kar bo omogočilo nemoten zagon ob začetku delovanja

tržnice. Aktivnosti so obsegale tako vsebinski kot tehnični vnos ponudnikov, pripravo prevodov, standardizacijo ponudniških profilov ter vzpostavitev povezav s channel managerji in plačilnimi sistemi. Pomemben del projekta je predstavljalo administrativno in pravno usklajevanje na ravni regije ter nadgradnja poslovne analize, s čimer je bila zagotovljena dolgoročna vzdržnost projekta, skladnost s pravnimi okvirji in učinkovita razdelitev odgovornosti med partnerji.

Na področju trženja je bila pripravljena celostna komunikacijska kampanja, ki vključuje kreativno zasnovo, video in foto produkcijo ter pripravo vsebin za oglaševanje. Vzpostavljene so bile tudi oglaševalske kampanje na platformah Meta in Google Ads, optimizirane za sprožitev ob uradnem lansiranju tržnice.

Z vidika vizualne identitete je bila izdelana digitalna oblikovalska knjiga, logotip in celostna vizualna podoba JAbook, ki se smiselno umešča v znamko Julijske Alpe in zagotavlja enoten, sodoben in profesionalen digitalni nastop projekta.

Na tehničnem področju so bile uspešno izvedene integracije ključnih channel managerjev (Phobs, Bentrall, Cubilis, Rentlio), kar bo omogočilo nemoteno delovanje sistema in vključenost širokega kroga ponudnikov.

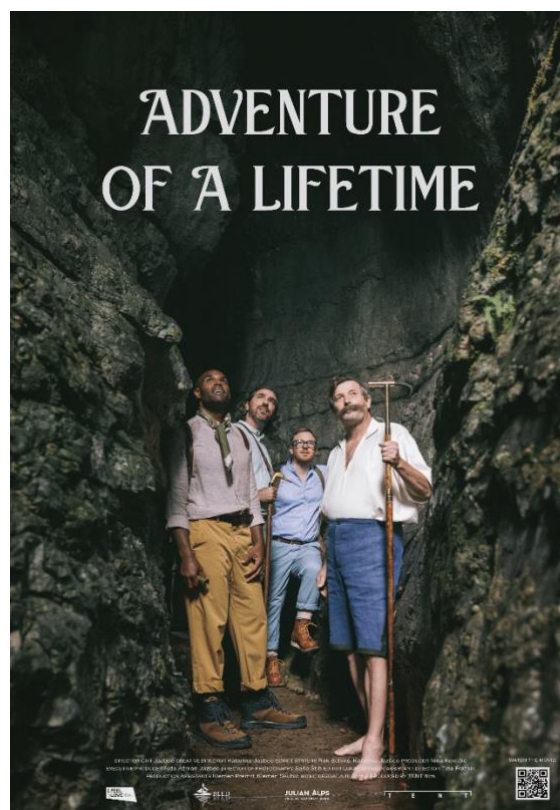
V okviru projekta je bil zasnovan tudi strateški model regijske kartice Julijske Alpe, ki predstavlja pomembno razvojno in trženjsko nadgradnjo sistema, saj povezuje ponudnike in obiskovalce prek skupnih ugodnosti, trajnostno naravnanih storitev ter spodbujanja uporabe javnega prevoza.

- **Blejski multimedijijski projekt**

V letu 2023 je Javni zavod Turizem Bled predstavil multimedijijski projekt, ki je Bled preoblikoval iz destinacije »moram videti« v »moram doživeti«. Projekt združuje tri komplementarne medije – promocijski film *Pustolovščina življenja* (*Adventure of a Lifetime*), podkast *The Bled Podcast – Is This the Most Beautiful Place on Earth?* in knjigo *Bledologija* – s čimer ustvarja celostno, avtentično in doživljajsko pripoved o destinaciji. Pobuda se neposredno navezuje na cilje Strategije trajnostnega razvoja blejskega turizma 2018–2025, kot so podaljšanje povprečne dolžine bivanja, promocija manj znanih območij, podpora lokalnim ponudnikom in trajnostno naravnan razvoj.

a. Promocijski film Pustolovščina življenja (Adventure of a lifetime)

Promocijski film *Pustolovščina življenja* (2023) je nastal v sodelovanju s priznanima slovenskim režiserjem in fotografom Cirilom Jazbecem ter produkcijsko hišo TENT Film. Film, navdihnjen z Instagram fotografijo zaroke ob Blejskem jezeru, spremlja tri mednarodne turiste na iskanju popolnega mesta za snubitev, skozi kar se raziskuje lepota kraja, lokalni običaji in čar



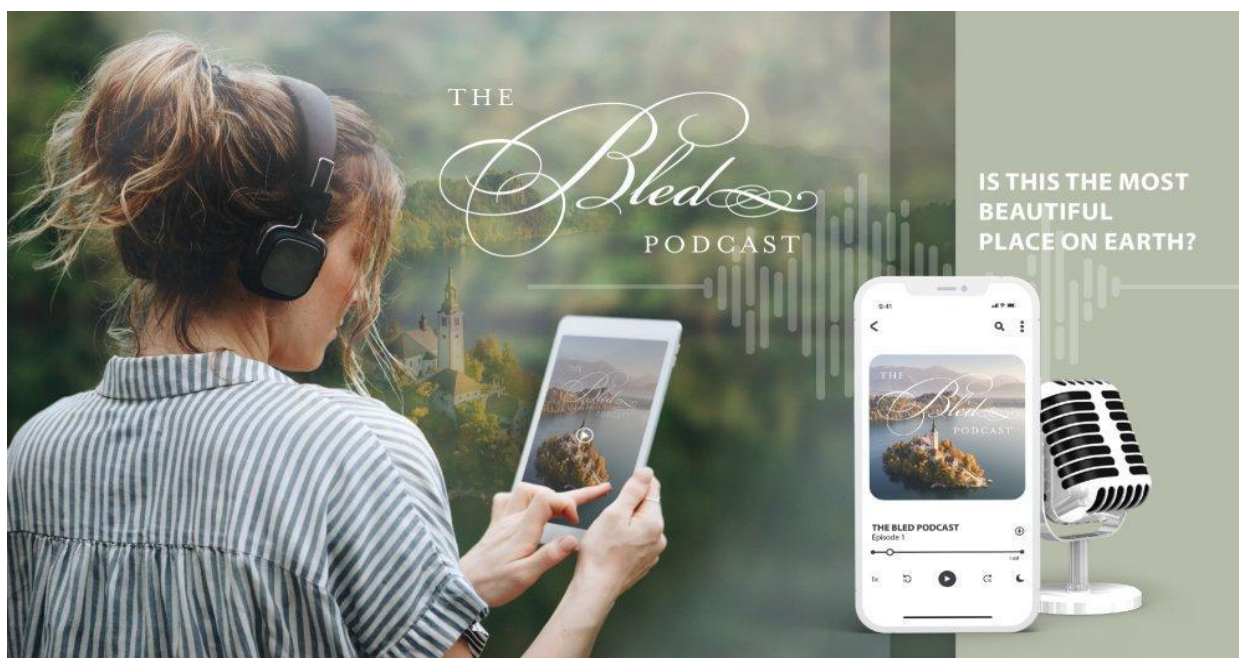
Slika 27: naslovnica filma *Pustolovščina življenja*

doživetij izven glavnih atrakcij. Vizualno dovršen in nadrealistično obarvan v slogu Wesa Andersona, je film prejel več kot 100.000 ogledov na digitalnih kanalih in zlato nagrado na 6. ITFFA International Tourism Film Festivalu 2024 v Južni Afriki.

Film je javno dostopen na YouTube kanalu Turizma Bled: <https://www.youtube.com/@BledSlovenia>, kjer je do konca leta 2025 dosegel več kot 10.000 organskih ogledov.

b. The Bled Podcast

Podkast *The Bled Podcast – Is This the Most Beautiful Place on Earth?* vodi dr. Noah Charney, ambasador slovenskega turizma in gostitelj nacionalnega podkasta *Feel Slovenia*. Posnet v angleškem jeziku, podkast v oddajah raziskuje lepote Bleda, lokalno prebivalstvo, kulinariko in doživetja ter obiskovalcem nudi vse ključne informacije za pripravo na popoln oddih ali dopust. Podkast je dostopen na večjih platformah, vključno z Apple Podcast, Spotify, Amazon, YouTube ter na uradni spletni strani Javnega zavoda Turizem Bled (<https://www.bled.si/sl/navdih/podcast/>).



Slika 28: Naslovnica Bled Podcast

Od objave prve epizode podkasta novembra 2023 do konca leta 2025 je bilo zabeleženih skupno 3.415 prenosov podkasta na pretočnih platformah in 4.395 vseh 20. epizod na YouTube kanalu.

Najpomembnejšo platformo za poslušanje the Bled Podcasta glede na pridobljene podatke je YouTube, sledijo Apple podcasts, Buzzsprout Embed Player in Spotify. Vendar je pri slednjih realno število poslušalcev bistveno večje, a njihova analitika beleži le prenose.

V letu 2025 je bilo objavljenih 7 epizod, navedenih v spodnji tabeli.

Ime epizode	Datum objave	Število ogledov od objave do 31.12.2025 na YouTube	Število prenosov od objave do 31.12.2025 na podkast platformah
The Bled Podcast Trailer	10.11.2023	252	182
The Bled Podcast: Is This The Most Beautiful Place on Earth? Episode 1	13.11.2023	437	415
The Bled Podcast Episode 2: Bled Castle	12.12.2023	222	281
The Bled Podcast Episode 3: Exploring Bled Island	16.1.2024	135	243
The Bled Podcast Episode 4 - Bled Legends	12.2.2024	178	184
The Bled Podcast Episode 5: Vila Bled, Royalty and Tito: Stories from Former Mayor Janez Fajfar	12.3.2024	506 (op. video)	187
The Bled Podcast Episode 6: The Lonely Planet Guide to Bled with Virginia DiGaetano	12.4.2024	214	184
The Bled Podcast Episode 7: Beekeeping in Slovenia and Bled	14.5.2024	234	157
The Bled Podcast Episode 8: Royal Golf in Bled	13.6.2024	89	100
The Bled Podcast Episode 9: Rowing Lake Bled	12.7.2024	142	109
The Bled Podcast Episode 10: Climbing and Touring Bled's Neighbour, Bohinjska Bela	12.8.2024	150	131
The Bled Podcast Episode 11: An Exclusive Interview with LA Kings Ice Hockey Star Anze Kopitar	14.9.2024	206	181
The Bled Podcast Ep. 12: Slovenia's First Woman of Business: Danica Purg and IEDC	16.10.2024	288	135
The Bled Podcast Christmas Bonus Episode: Behind the Scenes Filming "Adventure of a Lifetime"	16.12.2024	210	136
The Bled Podcast Hiking Bled	23.4.2025	138	113
The Bled Podcast Romantic Bled	12.5.2025	306	116
The Bled Podcast Cream Cake and Beyond: Tasting Bled	30.5.2025	110	126
The Bled Podcast Dried Pears and Ziplines: Zasip, Bled's Famous Village	1.7.2025	148	129
The Bled Podcast It's Official: Bled is the Most Beautiful Place in Europe	10.9.2025	133	98
The Bled Podcast 5 Great Day Trips from Bled	2.10.2025	67	83

The Bled Podcast The Villas around Lake Bled: A Walking Tour	13.10.2025	230	125
SKUPAJ		4395	3418

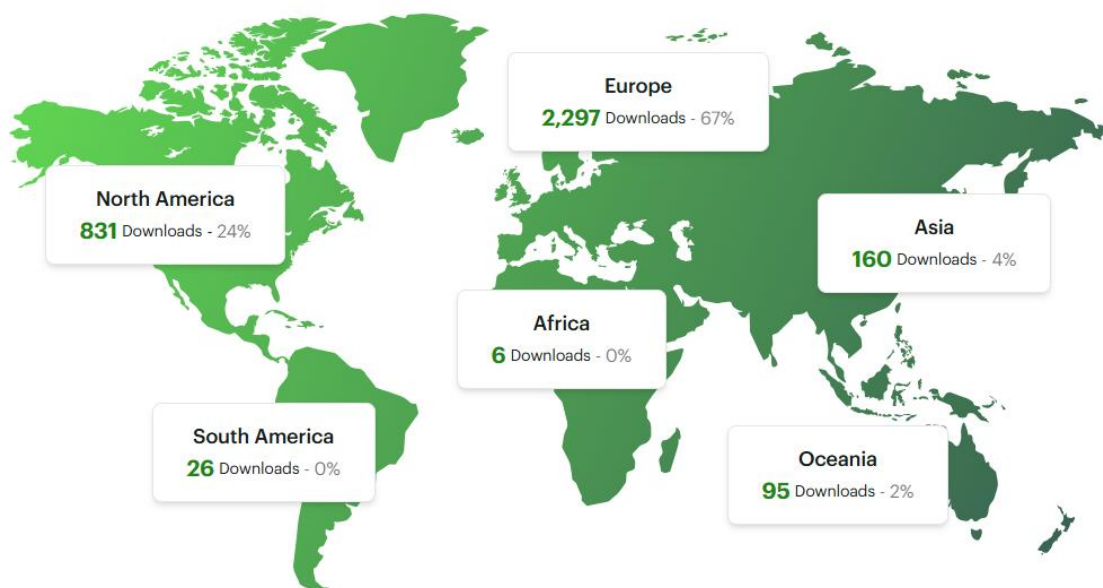
Tabela 7: Epizode Bled Podcasta in gledanost

V letu 2025 smo pretočnih platformah zabeležili skupno 1.604 prenosov (vseh epizod), kar je 8% več kot v letu 2024. Dva vrhunca v prenosih sta bila v mesecu juniju, ko je bila objavljena epizoda o Blejski kremni rezini in v mesecu oktobru, ko sta bili objavljeni epizodi o dnevnih izletih in vilah.



Slika 29: Statistika prenosov podcasta (vir: Buzzsprout)

Največ prenosov *The Bled Podcasta* prek pretočnih kanalov za podkaste doslej je bilo s strani poslušalcev iz Slovenije (34 %), sledili so poslušalci iz ZDA (20 %), Velike Britanije (6 %), Nemčije (10 %) in Kanade (3 %).



Slika 30: Lokacije prenosov (vir: Buzzsprout)

c. Bledologija



Slika 31: Primer oglasa Bledologija

Po uspešnici *Slovenologija*, ki je predstavila bistroumne in humorne zapise ameriškega avtorja dr. Noaha Charneyja, je leta 2024 izšla knjiga *Bledologija*. Knjiga na svež in izviren način predstavlja zanimive kraje, osebe ter lokalne šege in običaje gorenjskega dela Julijskih Alp, daleč od običajnega pristopa tipičnih turističnih vodičev.

V skladu s strategijo turističnega razvoja Bleda in okolice je Javni zavod Turizem Bled spodbudil nastanek knjige z namenom raziskovanja aktivnosti v okolici Bleda, razbremenitve središča kraja in vpogleda v destinacijo skozi oči gosta. Vsebina nagovarja bralce k daljšemu bivanju in obisku destinacije v vseh letnih časih.

Projekt so vizualno obogatili trije mednarodno priznani fotografi – Ciril Jazbec, Matjaž Tančič in Simon Plestenjak – s skupno 22 fotografijami. Vsebina knjige je nastajala v letu 2023, tiskana različica v angleškem jeziku je bila izdana 5. decembra 2024 z naklado 2.000 izvodov.

3.4.2025 je sledila tiskana izdaja slovenskega prevoda v nakladi 500 izvodov in 6.10.2026 pa še objava elektronskih različic knjige v angleškem in slovenskem jeziku.

Cena tiskane knjige znaša 29,90 evra in je v prodaji prek spleta, na sedežu Javnega zavoda Turizem Bled, obeh turistično informacijskih centrih in nekaterug hotelih na Bledu. Sicer pa v knjigarnah in nekaterih turističnih trgovinah po Sloveniji.

Cena elektronske knjige je 9.99 EUR in je na voljo na platformah Amazon Kindle in Beletrina Digital.

Za promocijo knjige je bil pripravljen tudi video, dosegljiv na Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ElZ4d7tWHxg> in krajše različice za uporabo na družbenih omrežjih.

Prodaja knjig

V letu 2025 smo preko lastnega spletnega portala prodali 457 knjig (skupna številka za Bledology in Bledologija). Knjige smo prodajali preko koncesije tudi v Infocentru Triglavska

Roža Bled, trgovini Na Kilo, TiC Bled, Infocenter Turizma Radovljica, trgovini Zakladi ter preko knjižnega posrednika Avrora.

d. Nagrade

V letu 2024 se je kratek promocijski film *Adventure of a Lifetime* uvrstil med finaliste nagrade SOF in prejel zlato nagrado na Mednarodnem turističnem filmskem festivalu Afrika 2024.

V letu 2025 je multimedijski paket Turizma Bled prejel prestižno priznanje **Top 100 Green Destinations Stories** s strani mednarodne organizacije Green Destinations.



Slika 32: Priznanje Green destination Top 100 stories

Knjiga *Bledologija* je bila po oceni strokovnjakov kulturnih in turističnih vsebin pohvaljena kot referenčna publikacija za obiskovalce, ki iščejo poglobljeno in avtentično razumevanje destinacije, hkrati pa je prejela certifikat **Bled Local Selection**, ki deluje po modelu [Izvorno slovensko](#).

- **Dnevi odprtih vrat**

V letu 2025 smo na Javnem zavodu Turizem Bled nadaljevali z dnevom odprtih vrat. Vsak prvi ponedeljek v mesecu med 11.30 in 13.30 direktor in ekipa vabimo na sedež zavoda, na osebna srečanja občane in ostale deležnike na destinaciji. Na ta dan najava za snidenje ni potrebna, predstavlja pa priložnost za izmenjavo mnenj, kritik, pritožb, vprašanj in pobud. s

- **Turistično gospodarstvo vabljeno na Teden doživetij**

V sodelovanju z blejskimi ponudniki smo uvedli Teden doživetij za turistično gospodarstvo, ki bo postalo stalnica sodelovanja med ponudniki aktivnosti in turističnim gospodarstvom. Teden

doživetij ponuja priložnost, da ponudniki v kraju brezplačno preizkusijo različne aktivnosti, ki se odvijajo na Bledu in v okolici. Na ta način lahko turistično gospodarstvo in ponudniki nastanitvenih kapacitet spoznajo ponudbo kraja in jo priporočijo svojim gostom.

Teden doživetij je priložnost za ponudnike nastanitvenih obratov, da brezplačno preizkusijo in spoznajo različne aktivnosti, ki so na voljo na Bledu in okolici in jih tako iz lastne izkušnje priporočijo svojim gostom. V Tednu doživetij v spomladanskem obdobju smo jih tako povabili na rafting, na voden ogled Blejskega gradu in Bleda ter na soteskanje..

V tednu med 29. septembrom in 3. oktobrom smo blejskemu turističnemu gospodarstvu skupaj s ponudniki doživetij omogočili, da iz prve roke doživi certificirana doživetja Blejskega lokalnega izbora. V petih dneh se je več kot 50 predstavnikov lokalnega gospodarstva udeležilo izbranih izkušenj, ki so prikazale raznolikost, pristnost in domiselnost ponudbe Bleda ter predanost in ustvarjalnost lokalne skupnosti. Teden doživetij je bil organiziran prvič, k sodelovanju pa se je odzvalo sedem od osmih certificiranih ponudnikov vodenih doživetij.

- **Nagrade**

Bled se že več kot desetletje sistematično razvija kot trajnostno upravljana turistična destinacija, kar potrjujejo številna ugledna nacionalna in mednarodna priznanja. Destinacija od leta 2018 neprekinjeno nosi zlati znak Slovenia Green Destination, ki predstavlja temeljni standard trajnostnega upravljanja, ter se redno uvršča med vodilne trajnostne destinacije na globalni ravni.

V letu 2025 je Bled prejel več pomembnih priznanj, ki potrjujejo uspešnost dolgoročne strategije in kakovost upravljanja destinacije:

- uvrstitev multimedijskega projekta med TOP 100 Stories - s čimer je zopet stopil med primere dobre prakse najbolj trajnostnih destinacij sveta (Green Destinations Top 100), s čimer je Bled to priznanje prejel že četrtoč (2018, 2019, 2020, 2025);
- vključitev v globalno mrežo UN Tourism »Best Tourism Villages«, prestižno priznanje Svetovne turistične organizacije, ki potrjuje odgovoren, vključujoč in inovativni razvoj turizma;
- zlati znak gostoljubnosti v okviru nacionalnega izbora Moja dežela – znak gostoljubnosti, ki potrjuje visoko raven urejenosti, kakovosti bivanja in izkušnje obiskovalcev;
- certifikat kolektivne blagovne znamke Blejski lokalni izbor za knjigo Bledologija, ki izpostavlja uspešno povezovanje turizma, lokalne skupnosti in kulturne dediščine.

Nagrade in priznanja, prejeta v letu 2025, predstavljajo jasno potrditev strateških usmeritev destinacije Bled ter pomembno prispevajo k njenemu mednarodnemu ugledu, konkurenčnosti in dolgoročni dodani vrednosti turizma.

Skupnosti

- **Zelena shema slovenskega turizma**

Zelena shema slovenskega turizma (ZSST) predstavlja nacionalni program in certifikacijsko shemo, ki pod krovno znamko **SLOVENIA GREEN** celostno združuje prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji. Shema destinacijam in turističnim ponudnikom zagotavlja jasno strukturiran sistem orodij za spremljanje, vrednotenje in stalno izboljševanje trajnostnega

delovanja, hkrati pa prek znamke Slovenia Green aktivno promovira zeleni, odgovorni in vključujoči turizem na nacionalni in mednarodni ravni.

Destinacija **Bled** je v ZSST vključena od leta 2018, ko je pridobila **zlati znak Slovenia Green Destinations**. V letu **2024** je Bled znak uspešno obnovil po **novem, zahtevnejšem certifikacijskem postopku**, kar potrjuje visoko raven sistematičnega in dolgoročnega upravljanja trajnostnega razvoja destinacije.

- **Akcijski načrt trajnostnih ukrepov 2025–2027**

Na podlagi opravljene presoje ter priporočil strokovne komisije je zelena koordinatorica v sodelovanju z zeleno ekipo destinacije v letu **2025** pripravila **Akcijski načrt trajnostnih ukrepov za obdobje 2025–2027**. Dokument sledi usmeritvam **84 ocenjevalnih kriterijev in več kot 230 posameznih meril**, ki pokrivajo področja upravljanja destinacije, varstva okolja, družbene odgovornosti, gospodarstva ter kulture in dediščine.

Akcijski načrt je bil **18. marca 2025** predstavljen na seji Občinskega sveta Občine Bled, s čimer je bila zagotovljena tudi transparentnost ter vključevanje odločevalcev v trajnostno upravljanje destinacije.

V skladu z zahtevami ZSST vse vključene destinacije **letno poročajo o izvedenih aktivnostih** in napredku pri uresničevanju akcijskega načrta presojevalcu ter občinskemu svetu.

- **Ključne aktivnosti destinacije Bled v letu 2025**

- **Raziskave zadovoljstva** prebivalcev in obiskovalcev z razvojem turizma, kot podlaga za nadaljnje usmerjanje destinacije.
- **Sprejem študijskih obiskov** domačih in tujih deležnikov za izmenjavo znanj in dobrih praks na področju trajnostnega turizma.
- **Prepoznavni trajnostni projekti:**
 - Blejski lokalni izbor in spodbujanje lokalne ponudbe,
 - celostna trajnostna mobilnost (izposoja koles, turistični vlakec, fijakerji, pletne, linijski ladijski prevoz, električne polnilnice, Bled Bus in Bled Ski Bus),
 - projekt *Vprašaj me – sem domačin*,
 - koncept **Zero Waste občine** in spodbujanje novih nakupovalnih navad (tržnica, Na kilo, Škart),
 - trajnostna ozelenitev prostora,
 - dogodki z manj embalaže,
 - pitniki ter pametne usmerjevalne table, ki prikazujejo zasedenost parkirišč.
- **Komunikacija trajnosti:**
 - spletna stran, blog, podkast *The Bled Podcast*, knjiga *Bledologija*, videoprodukcije (*Pustolovščina življenja*), tiskani letaki,
 - akcija »Pridružite se naši zeleni zgodbi« s QR-kodami na parkomatih in avtobusnih postajah, prikazovalniki Papercast.

- **Javna objava statističnih podatkov.**

- **Izobraževalni dogodki:**

- dnevi odprtih vrat Javnega zavoda Turizem Bled,
 - spletno predavanje o trajnostnem poslovanju za turistično gospodarstvo (7. 10. 2025)
 - ter številni strokovni posveti na temo kakovosti vode v Blejskem jezeru.
- **Zeleni dogodki in akcije:**
 - Mednarodni Zero Waste dan (28. 3. 2025) – izmenjevalnica oblačil, ozaveščanje o tekstilnih odpadkih, predstavitev evropskega projekta STICT, sodelovanje z Ekologi brez meja,
 - Dan v rabljenih oblačilih (april 2025) – ozaveščanje o ponovni uporabi tekstila in zmanjševanju okoljskega odtisa,
 - Festival ponovne uporabe (avgust 2025) – ponovna uporaba, popravljavnice, second-hand ponudba, lokalni in reciklirani izdelki, delavnice krožnega gospodarstva,
 - Izmenjevalnice in popravljavnice oblačil v okviru zero waste aktivnosti in evropskih projektov.



Slika 33: Utrinek Zero Waste dnevana Bledu

- **Imetniki znaka Slovenia Green na Bledu**

Poleg destinacijskega vključevanja v certifikacijsko shemo ZSST imajo možnost za to tudi ponudniki namestitvev, turističnih agencij, restavracij, atrakcij, parkov, plaž, turističnih znamenitosti in kongresnih centrov preko primarnih trajnostnih znakov.

V letu **2025** je bilo na Bledu v shemo vključenih **18 imetnikov znaka Slovenia Green**, ki s pridobljenimi primarnimi trajnostnimi znaki pomembno prispevajo k dvigu trajnostne kakovosti celotne destinacije in kreptitvi njene verodostojnosti.

Poleg destinacije so bili to ponudniki:

1. Bled Apartmaji Koman SG za namestitve (Zeleni ključ)
2. Bled Bled Rose Hotel d.o.o. SG za namestitve (Zeleni ključ)
3. Bled Camping Bled SG za namestitve (Zeleni ključ)
4. Bled Garden Village Bled SG za namestitve (EU Ecolabel)
5. Bled Grajsko kopališče Bled SG za plaže (Modra zastava)
6. Bled Hotel Astoria Bled SG za namestitve (EU Ecolabel)
7. Bled Hotel Park Bled SG za namestitve (Zeleni ključ)
8. Bled Hotel Savica SG za namestitve (EU Ecolabel)
9. Bled Hotel Triglav Bled SG za namestitve (Zeleni ključ)
10. Bled Jezeršek - Restavracija Blejski grad SG za restavracije (Zeleni ključ)
11. Bled Kavarna Park SG za restavracije (Zeleni ključ)
12. Bled Rikli Balance Hotel SG za namestitve (Zeleni ključ)
13. Bled Vila Bled SG za namestitve (Zeleni ključ)
14. Bled Vila Mila SG za namestitve (EU Ecolabel)
15. Bled Zavod za kulturo Bled SG za kongresne centre (Good Travel Seal Platinum)
16. Bled Sked'n SG za namestitve (Zeleni ključ)
17. Bled Ribno Alpine Resort SG za namestitve (EU Ecolabel)

- **Mednarodna vpetost in priznanja**

Zelena koordinatorica destinacije se je kot vabljenica udeležila dogodka **Sustainable EU Tourism Project** v Bruslju, kjer je sodelovala na panelu *Widening Horizons: Diversifying Tourism for a Sustainable Tomorrow* ter na delavnicah za destinacijske organizacije (DMO). Destinacija Bled je v letu 2025 dosegla tudi pomembna **mednarodna priznanja**, med drugim uvrstitev med **Top 100 Green Destinations Stories** ter vključitev v globalno mrežo **UN Tourism Best Villages**, kar potrjuje mednarodno prepoznavnost Bleda kot zgleda odgovornega, vključujočega in trajnostnega turizma.

Novembra 2025 je Bled gostil tudi **zaključno srečanje Konzorcija Slovenia Green**, s čimer je dodatno utrdil svojo vlogo enega vodilnih središč trajnostnega turizma v Sloveniji.

- **Skupnost Julijske Alpe**

V skupnosti Julijske Alpe sodelujejo destinacijske organizacije oziroma občine Bled, Bohinj, Dolina Soče, Kranjska Gora, Radovljica, Brda, Žirovnica, Gorje in Jesenice ter Triglavski narodni park. Osnovni namen je učinkovitejša predstavitev regionalne turistične destinacije, optimizacija stroškov, prenos znanja in oblikovanja skupnih turističnih produktov. Turizem Bohinj je koordinator Skupnosti Julijske Alpe. Okrepili smo kadrovsko strukturo, trenutno je za del marketinga in skrb za tehnična orodja zadolžena Elizabeta Skumavec in Petra Pekovec. Prijavili smo se na razpis STO, kjer smo na skupnem regijskem delu prejeli več kot 150.000 javnih sredstev, ki smo jih namenili skupnim marketinškim aktivnostim in podpori izdelavi skupnega rezervacijskega sistema JABOOK.

V letu 2025 so izstopali naslednji skupni produkti:

1. prva skupna konferenca Skupnosti Julijskih Alp pred poletno sezono z vsemi župani
2. promocijski dogodek na Bavarskem z Ansablom Saša Avsenika
3. priprave na formalizacijo skupnosti vezano na razpis MGTŠ
4. priprava novega zemljevida, ki bo izdan 2026
5. sodelovanje pri izdaji novega vodnika Juliana založbe Sidarta v slovenskem in angleškem jeziku.

6. koordinacija in udeležba na sejmih;
7. priprava trženjsko komunikacijskega načrta za Julijske Alpe za leto 2026;
8. delo s kolektivnimi blagovnimi znamkami;
9. članstvo v OTT in ETOA;
10. nadgradnja e-mail marketinga;
11. sodelovanje na prireditvi Julian Alps Trail Run kot partner;
12. BOJA 100 %;
13. podpis pogodbe z ambasadorji Ansambel Saša Avsenika;
14. priprava MUDIST-a – rezervacijski motor za namestitve;
15. priprava novega stebra in aktivnosti Alpski wellbeing;
16. kartica Julijske Alpe, ki ponuja nekatere skupne ugodnosti na območju Julijskih Alp in ugodnosti znotraj posameznih destinacij;
17. uvajanje trajnostne mobilnosti in skupnega ter enotnega načina obveščanja in informiranja (vozni redi);
18. aktivno sodelovanje s Triglavskim narodnim parkom;
19. povezovanje deležnikov za sejemske nastope na temo ribištva in tematsko fotografiranje;
20. zakup programa Trail Angels za booking center JA za prodajo produkta Juliana Trail; raziskava alternativnih enotnih rezervacijskih sistemov za Julijske Alpe za namestitve in aktivnosti;

Skupne sejemske, borzne in druge predstavitve

8. - 12. 1.	NL	Vakantiebeurs Utrecht
16. – 19. 1.	AT	Ferienmesse Dunaj
18. - 26. 1.	DE	CMT Stuttgart
22.- 26. 1.	ES	FITUR - Feria Internacional De Turismo Madrid
24. – 26. 1.	IL	World Holiday Show Dublin
29. 1.-1. 2.	SL	Alpe Adria
4. 2. - 6. 2.	IT	Bit Milano
19. 2.- 23. 2.	DE	F.R.E.E. München
21. - 23. 2.	IT	Liberamente Bologna
20. – 23. 2.	SRB	IFT - Međunarodni Sajam Turizma Beograd
5. 3.- 7. 3.	DE	ITB Berlin
14. - 16. 3.	IT	Fa' La Cosa Giusta, Milano
MAREC	BLUX	Roadshow Benelux
MAREC	ZDA	Roadshow ZDA
25. 3.	GB	New Deal Europe, London
2. 4.	IL	Irish Travel Trade Show Dublin
4. - 6. 4.	IT	Agri & Slow Travel Expo, Bergamo
4. - 6. 4.	AT	Freizeit Celovec

24. - 27. 4.	IT	Tempo Libero Bolzano
13. – 15. 5.	SI	SIW
JUNIJ	ZDA	MICE Dogodek
1. 7.	DE	Workshop München
		Expo Osaka
30.-31.8.	DE	Outdoorwelt Koeln
23. - 25. 9.	FR	IFTM Top Resa Pariz
29. 8.-7. 9.	DE	Caravan Salon Düsseldorf
SEPT	SRB	Workshop Beograd
8. - 10. 10.	IT	TTG Incontri Rimini
28. - 31.10.	ES	IBX Catalunya Barcelona
6.-9.11	GB	Luxury Travel Fair
3. 11.	GB	GEM London
4. 11. - 6. 11.	GB	WTM London
14.3. - 16.3.	CZ	Holiday Eworld Praga
25. - 27. 4.	CZ	GO - Reiontour Brno
14.-16.2.	NL	Fiets en Wandelbeurs, Utrecht
4. – 6. 4.	IT	Fiera Del Cicloturismo, Bologna
12.-13.4.	AT	Argus Bike Festival, Dunaj
22. – 25. 5.	CH	Cycle Week, Zürich
29. 8. - 7. 9.	DE	Caravan, Natur, Düsseldorf
8. – 9. 11.	Avstrija	Photo & Adventure Dunaj/Vösendorf
19. -23.11.	DE	Touristik & Caravaning Leipzig
5. - 6. 4.	DE	EFW Fürstenfeld
28. - 30.11.	DE	Angelwelt Berlin

Tabela 8: Seznam sejmskih nastopov s skupnostjo Julijske Alpe

- **Alpski biseri/Alpine Pearls**

Skupščina Alpine Pearls: Pogled v prihodnost

Dne 4. aprila 2025 je v Brixnu potekala redna letna skupščina članov združenja "Alpine Pearls", ki je združila vse člane in ključne partnerje. Srečanje je bilo namenjeno pregledu dosežkov preteklega leta in sprejemanju strateških odločitev za prihodnost.

Na skupščini so bili potrjeni letni računovodski izkazi za leto 2024 in proračun za leto 2025. V ospredju razprav so bile teme, kot so spremembe statuta, prihodnja organizacijska struktura in novi komunikacijski ukrepi, ki bodo okrepili položaj združenja kot vodilnega na področju

trajnostnega turizma v Alpah. Poudarjena je bila zavezanost k inovativnim rešitvam za okolju prijazno mobilnost in nadaljnjemu razvoju sodelovanja med člani. Dogodek je potrdil enotnost in odločenost članov za doseganje skupnih ciljev ter postavil temelje za nadaljnje uspešno delo v prihodnjih letih.

Delavnica v Werfenwengu: Snovanje prihodnosti trajnostne mobilnosti

Združenje Alpine Pearls je 24. oktobra 2025 v Werfenwengu organiziralo strateško delavnico v okviru projekta "Central Mountains", ki je bila osredotočena na prihodnost čezmejnega sodelovanja in razvoj inovativnih projektov. Dogodek je združil člane, strokovnjake in predstavnike evropskih institucij, ki so razpravljali o vlogi Evropskega združenja za teritorialno sodelovanje (EZTS) kot ključnega orodja za uresničevanje prihodnjih ciljev.

Osrednja tema je bila krepitev položaja Alpine Pearls kot vodilne mreže za trajnostno mobilnost v Alpah. Predstavljene so bile dobre prakse in finančne priložnosti v okviru programov, kot so Interreg, LIFE in Horizon Europe. V interaktivnem delu so udeleženci snovali konkretne projektne ideje, med katerimi so izstopali predlogi za razvoj multimodalnih mobilnostnih vozlišč, sistemov spodbud za trajnostno potovanje in digitalnih rešitev za pametno upravljanje prometa.

Delavnica se je zaključila z ustanovitvijo namenske delovne skupine, ki bo nadaljevala z razvojem najbolj obetavnih idej. Srečanje v Werfenwengu je tako postavilo trdne temelje za novo poglavje v delovanju združenja, usmerjeno v konkretne, inovativne in čezmejno usklajene projekte za prihodnost alpskega prostora.

Na delavnici je dr. Pavel Branda, član Evropskega odbora regij in predsednik Evropske čezmejne platforme (ECBP), predstavil ključno vlogo Evropskih združenj za teritorialno sodelovanje (EZTS) kot instrumentov za krepitev evropskega sodelovanja. Poudaril je, da EZTS omogoča regijam in občinam, da presežejo administrativne ovire in skupaj uresničujejo čezmejne projekte.

Predstavitelj je izpostavila glavne prednosti pravne oblike EZTS, ki združenju Alpine Pearls zagotavlja status enotne pravne osebe, kontinuiteto sodelovanja, ki presega projektno logiko, in neposreden dostop do razpisov v okviru programov EU. Ta pravni okvir krepi pogajalsko moč članov v odnosu do nacionalnih in evropskih institucij ter poenostavlja izvajanje skupnih pobud na področju trajnostnega turizma in mobilnosti.

Sprejetje te oblike potrjuje strateško usmeritev združenja Alpine Pearls k učinkovitejšemu in dolgoročnemu uresničevanju svoje vizije. S tem je postavljen trden temelj za prihodnje projekte in utrjen položaj mreže kot vodilnega akterja na področju trajnostnega razvoja v Alpah.

UPRAVLJANJE PRODUKTOV IN STORITEV ZAVODA

Organizacija tradicionalnih prireditev

- **Blejsko poletje 2025**

Blejsko poletje 2025 je potekalo med 25. junijem in 2. septembrom na različnih prizoriščih ob Blejskem jezeru. V tem času se je zvrstilo kar 45 dogodkov (vseh planiranih dogodkov je bilo 52, a jih je nekaj odpadlo zaradi dežja), med katerimi je bilo tudi prvo srečanje godb Julijskih Alp. Vrhunec poletja pa je bila tradicionalna prireditev Lučke na jezeru, ki je potekala 19.07. .

Koncept poletnih dogodkov skozi teden:

- sreda – Piknik kino v Veliki Zaki v soorganizaciji Kina Bežigrad
- četrtek – PUB quiz (avgust)
- petek – koncerti z razgledom v Veliki Zaki in DJ-ji na promenadi
- sobota – slovenski večeri na promenadi
- nedelja – otroško poletje na Olimpijskem trgu Bled in akustični večeri na promenadi
- **Glasbeni večeri na Jezerski promenadi**

Četrte je popestril PUB kviz, ki je poskrbel za zabavno druženje in preizkušanje znanja. Petkovi večeri so na Jezerski promenadi zaživel ob ritmičnega diska, funka in housa – v sklopu DJ petkov so za plesno energijo poskrbeli različni DJ-ji. Ob sobotah so na prizorišče stopile slovenske melodije, ki so zazvenele v okviru tradicionalnih slovenskih večerov. Nedeljski večeri pa so bili rezervirani za akustiko, kjer so glasbeniki izvajali avtorske skladbe ter priredbe slovenskih in tujih uspešnic.

- **Prvo srečanje godb Julijskih Alp na Jezerski promenadi**

Letos smo poletno promenado otvorili s prvim srečanjem godb Julijskih Alp. Dogodek je potekal na Dan Državnosti, 25.06.2025 med 15.00 in 20.00 uro.

Dogodka so se udeležili: Pihalni orkester Jesenice – Kranjska Gora, Godba Bohinj, Godba Gorje. Dogodek je zaključil Ansambel Maxi.

Odzivi obiskovalcev in nastopajočih so bili pozitivni.

Dogodek je štel cca. 1.000 obiskovalcev.



Slika 34: Srečanje godb Julijskih Alp

- **Blejski dnevi**

19. julija je Bled zaživel ob najpomembnejšem dogodku poletja – Lučke na jezeru.

Dogodek je ponudil raznolik glasbeni program in posebna presenečenja, vrhunec večera pa je bil trenutek, ko je jezero zasijalo v soju 10.000 lučk v jajčnih lupinah, ki jih že vrsto let izdeluje domačin Andrej Vidic. Letos so mu pri tem na pomoč priskočile članice Društva upokojencev Bled in Ribno. Tradicionalna prireditev je bila letos izvedena že triinpetdesetič, dodatno pa jo je popestril glasbeni program Violin Islands z violinskim nastopom ob spremljavi DJ JAMirka. Dogodek je štel približno 1.500 obiskovalcev.



Slika 35: Utrinek Blejskih dni



Slika 36: Lučke na Blejskem jezeru

- **Koncerti in filmske projekcije na prostem**



Slika 37: Koncerti in filmske projekcije

Na Veslaških tribunah v Veliki Zaki je bila organizirana serija plačljivih koncertov, kjer so nastopili Rudi Bučar, Severa Gjurin, Vasko Atanasovski in Dejan Lapanje pod skupnim imenom »Koncert štirih«, Big Foot Mama v akustični izvedbi, Helena Blagne ob 40. letnici glasbene kariere in pa skupina Dan D.

V Veliki Zaki je Piknik kino omogočil ogled izbranih filmskih projekcij. Na sporedu so bile akcijske komedije, romantične drame in filmske klasike.

- **Dodatne aktivnosti in zaključek poletja**

V Zdraviliškem parku je med 4. aprilom in 5. oktobrom potekal **Sejem domače in umetnostne obrti**, ki je ponujal raznovrstne lokalne izdelke in unikatne umetniške stvaritve. Med pomembnejšimi dogodki je bil tudi **26. Rikljev pohod**, ki se potekal v nedeljo, 7. julija.

Odzivi obiskovalcev, tako tujih kot domačih, so bili pozitivni. Večina prireditev je bila zadovoljivo obiskanih, z različnimi izvajalci smo zadostili različnim željam in okusom obiskovalcev.

Turizem Bled koordinira in skupaj s prireditvenim svetom Občine Bled usmerja dogodke in prireditve na Bledu. Sestavlja koledar prireditev in ga redno objavlja na svoji spletni strani ter posreduje številnim drugim nacionalnim in lokalnim portalom.

- **Zimska pravljica 2025/2026**

Zimska pravljica je letos trajala 38 dni in prinesla bogat ter raznolik program. V tem času se je odvilo 22 koncertov, dva pa sta bila odpovedana (zaradi bolezni in slabega vremena), izveden pa je bil tudi otroški koncert Fehtarjev ter prihod Dedka Mraza.

Za prehod v novo leto je bil namesto klasičnega ognjemeta pripravljen dron show, ki je trajal približno 6 minut. Svetlobne formacije dronov so nad jezerom ustvarile čudovite podobe in motive, povezane z Bledom ter Zimsko pravljico. Dogodek je bil dobro sprejet, saj je ponudil atraktivno in okolju prijaznejšo alternativo ognjemetu ter ustvaril prav posebno praznično vzdušje.



Slika 38: Skulptura pletne, Zimska pravljica

V sklopu Zimske pravljice se je ponovno predstavila tudi Legenda o potopljenem zvonu, ki je bila letos izvedena v Veliki Zaki na tribunah; kljub nekoliko »dislocirani« lokaciji je bil obisk zelo dober. V dveh dneh je potekal tudi Krog prijateljstva, ki obiskovalce spodbuja k sprehodu okoli jezera, reševanju miselnih izzivov ter zbiranju črk za končnega gesla in nagrade. Poleg tega smo v cerkvi pripravili še Božično novoletni koncert, ki je bil lepo obiskan.

Iz programa je bilo jasno razvidno, da ima vreme izjemno velik vpliv na dnevni obisk promenade – ob sončnih dneh je bil obisk izrazito boljši, medtem ko so mraz, veter in padavine obisk občutno zmanjšali. Po navedbah gostincev je bila obiskanost proti koncu leta nekoliko slabša kot v prejšnjih sezonah, kar prav tako pripisujemo vremenskim razmeram. Na prizorišču so bile postavljene 3 gostinske hiške, 6 rokodelskih malih hišk, 1 sladka hiška ter 3 foto točke – stol, gugalnica in Photolandia.

V Zdraviliškem parku so bile postavljene jaslice. Svetlobne skulpture so krasile različne dele Bleda: Vitez pri Gradu, Kočijaž v Zdraviliškem parku ter Kremšnita pod Kavarno Park, preostale skulpture pa smo letos prestavili v Grajsko kopališče, kjer smo ustvarili pravo zimsko pravljico – Pravljični park.

Na promenadi se je v času Zimske pravljice skupaj ustavilo približno 35.000 obiskovalcev. Koncertni del programa je bil zelo dobro obiskan – posamezne koncerte je v povprečju spremljalo približno 350 ljudi pod odrom, pri čemer so bili nekateri vrhunci bistveno nad tem številom.

Koncerti z več kot 350 obiskovalci pod odrom

- PRIŽIG LUČK – Vili Resnik (29. 11.)
- Jet Black Diamonds (5. 12.)
- COT90s – Sebastian, Mirna Reynolds, Žana Povše (6. 12.)
- Yugo nostalgica (13. 12.)
- Fehtarji – otroški koncert (31. 12.)
- Calypso – silvestrovanje (31. 12.)
- Prifarski muzikanti (1. 1.)
- Rock Partyzani (3. 1.)
- 80's Forever (22. 12.)



Slika 39: Utrinek Legende o potopljenem zvonu

Legenda o potopljenem zvonu

Dogodek *Legenda o potopljenem zvonu* je potekal 25. 12. 2025 na Veslaških tribunah v Veliki Zaki in je bil tudi letos zelo dobro obiskan. Prireditve se je udeležilo približno 1.000

obiskovalcev, kar potrjuje, da dogodek ostaja izjemno prepoznaven in priljubljen med domačini ter širšo javnostjo.

Letošnja izvedba je prinesla več pomembnih novosti. Dogodek je bil prvič plačljiv, kar predstavlja pomemben korak v smeri dolgoročneje finančne vzdržnosti prireditve. Kljub temu je bil obisk zelo dober, kar kaže na visoko zanimanje za vsebino in na dobro sprejetost novega režima vstopa.

Predstava *Legenda o potopljenem zvonu* je bila izvedena kakovostno in na dobri vsebinski ravni ter je obiskovalcem ponudila prijetno in doživeto praznično izkušnjo.

Pomembna novost letošnjega leta je bila tudi organizacija brezplačnega avtobusnega prevoza na prizorišče. V sodelovanju s podjetjem Vintgar d. o. o. sta bila zagotovljena dva avtobusa, ki sta bila v večini voženj zelo dobro zasedena. Ukrep se je izkazal kot izredno uspešen, saj je obiskovalcem olajšal dostop do prizorišča, hkrati pa prispeval k razbremenitvi prometa in parkirnih površin v okolici Velike Zake.

Organizacija dogodka je potekala uspešno in je omogočila varno ter nemoteno izvedbo prireditve ob velikem številu obiskovalcev. Izkušnje letošnje izvedbe predstavljajo dobro izhodišče za nadaljnji razvoj dogodka, zlasti na področju nadgradnje organizacijskih postopkov, vodenja obiskovalcev in dodatne izboljšave spremljevalne ponudbe.

Na vstopni točki v Mali Zaki je ob konicah prihoda obiskovalcev prišlo do povečanega pritiska na vhod, kar je pokazalo, da bo ob primerljivem obisku v prihodnje potrebna dodatna okrepitev vhodne organizacije (več rediteljev, dodatna fizična usmeritev obiskovalcev ter okrepljena prisotnost varnostne službe).

Uvedba plačljivega vstopa je pri manjšem delu obiskovalcev, predvsem domačinov, sprožila posamezna vprašanja in nejasnosti glede režima vstopa, kar kaže na potrebo po še jasnejši in bolj vidni predhodni komunikaciji informacij o vstopninah in morebitnih upravičenjih.

Dogodek *Legenda o potopljenem zvonu* tudi v letošnjem letu potrjuje svoj pomen kot pomembna praznična prireditev na Bledu ter kot vsebinsko in organizacijsko projekt, ki ima velik potencial za nadaljnjo rast in nadgradnjo.

Krog prijateljstva

Letošnja tema prireditve Kroga prijateljstva je bila »Odkleni prijateljstvo«. Ideja je bila zasnovana po principu sobe pobega, prirejena za vse generacije, tako da so obiskovalci s pomočjo miselnih ugank odkrivali namige okoli jezera. Obiskovalce je igra spodbujala k skupnemu sodelovanju za reševanje ugank, brez uporabe telefonov in k skupinskemu prehodu okoli jezera. Udeleženci so se srečali s 17 ugankami, v kartončku pa so morali zbrati 9 žigov. Tisti ki so predložili izpolnjen kartonček so prejeli simbolično nagrado in prilepili svoj pečat na mozaik- velik zemljevid blejskega jezera. Prireditve se je udeležilo 202 skupin od tega 46 tujih.



Slika 40: Utrinek Kroga prijateljstva

- **Pravljični park**

Pravljični park je med 29. 11. 2025 in 8. 2. 2026, v času obratovanja med 15.00 in 20.00, privabil približno 10.000 obiskovalcev, večinoma domačinov. Odzivi obiskovalcev na vsebinsko zasnovo in vizualno podobo parka so bili večinoma zelo pozitivni, posamezne pripombe pa so se nanašale na višino vstopnine.

V parku je bilo nameščenih približno 33.000 svetlobnih elementov, postavljenih šest svetlobnih in tri vodne skulpture. Med osrednjimi novostmi je izstopala skoraj pet metrov visoka pravljična vila. Ena izmed najbolj prepoznavnih in obiskanih fotografskih točk je bila velika snežna kupola s pogledom na Blejski otok. Posebnost parka je predstavljala postavitve stotih vrat, med katerimi je bilo šest vsebinsko zasnovanih – tri so vodila v sobe z zgodbami blejskih legend, tri pa v doživljajske in fotografske prostore.

Pomemben poudarek je bil namenjen sodelovanju lokalne skupnosti. Park so krasile smreke, okrašene z izdelki otrok iz vrtcev Bled in Gorje, ki so bile hkrati tudi med najbolj priljubljenimi fotografskimi točkami. V času trajanja parka je bilo izvedenih šest otroških predstav. Obiskovalci so si lahko ogledali tudi steno dobrih želja ter oddali lepe misli in sporočila, namenjena nadaljnjemu širjenju pozitivnih vrednot.

Za obiskovalce je bila organizirana tudi nagradna igra s tremi glavnimi nagradami. Vstop v park je bil brezplačen za otroke do četrtega leta starosti. Redna vstopnina je znašala 5 evrov, družinska vstopnica 12 evrov, imetnikom kuponov ter evropske kartice ugodnosti za invalide pa je bil omogočen brezplačen vstop.

Ostale prireditve

- **Sejem domače in umetnostne obrti**

Tradicionalni sejmi slovenske domače in umetnostne obrti so potekali med 4. aprilom in 5. oktobrom, vsak petek, soboto in nedeljo ter na dela proste dni. 15 ponudnikov je bilo izbranih na podlagi Javnega poziva za zbiranje vlog za najem stojnic na sejmu slovenske domače in umetnostne obrti na Bledu v poletni sezoni 2025. Sejem je del poletnega programa, ki predstavlja slovensko tradicijo in certificirane rokodelske ter umetniške izdelke Blejskega lokalnega izbora. Je prodajne in demonstrativne narave.

- **Pustni karneval 2025**

Pustni karneval Blejskih legend je na Bledu potekal dne, 2. marca 2025 in pritegnil več kot 3.000 obiskovalcev, ki so si lahko ogledali inovativne skupinske maske, pripravljene skladno s temo karnevala. V pustni povorki, ki sta jo spremljala hoduljarja, Godba Gorje z mažoretkami ter kurenti s Ptuja, se je prehodilo 400 mask. Pustna povorka je potekala od infrastrukture Bled, nadaljevala pot čez Bledec na Jezersko promenado, kjer so se maske predstavile gledalkam in gledalcem, zatem pa je sledila zabava za otroške in odrasle maske z glasbeno skupino Karneval band.



Slika 41: Pustni karneval 2025 (foto: Skivibe)

Na karnevalu je sodelovalo devetnajst blejskih društev in klubov, med njimi Medgeneracijski center Vezenine Bled, Društvo upokojencev Bled, MM studio Eleven, Turistično društvo Bled, Turistično društvo Bohinjska Bela, Turistično društvo Ribno, Odbojgarski klub Bled, KUD Zasip, PDG Kupljenik, Nogometni klub Bled, Folklorno društvo Bled, Smučarski klub Bled, KUD Rudija Jedretiča Ribno, HKMK Bled, KD IS viteza Gašperja Lambergerja, Atletsko društvo Ribno Alpine Resort Bled, Kulturno društvo DO RE MI, Slikarsko društvo Atelje Bled ter Društvo čarobnih umetnikov. V sklopu dogodka je potekalo tudi tekmovanje za naj masko, pri čemer je komisija izbrala sedem najboljših pustnih mask v posameznih kategorijah.

- **Harmonike ob Blejskem jezeru**

Med 10. in 11. majem 2025 je na Bledu potekal Vikend harmonik, ki se je pričel s sobotnim tekmovanjem Zlata harmonika v Festivalni dvorani in narodnozabavno uverturo za vse generacije na Jezerski promenadi, vrhunec dogajanja pa je predstavljala tradicionalna nedeljska prireditev Harmonike ob Blejskem jezeru.

Na tekmovanju Zlata harmonika 2025, ki je potekalo v organizaciji Občine Bled, Javnega zavoda Turizem Bled in v sodelovanju z Zvezo diatonične harmonike Slovenije, se je predstavilo 60 harmonikarjev in harmonikaric v osmih starostnih kategorijah. Tekmovanje predstavlja tudi predizbor za 11. državno tekmovanje v igranju na diatonično harmoniko.



Slika 42: Harmonike ob jezeru (foto: Miro Zalokar)

Ogrevanje za nedeljsko dogajanje je potekalo na Jezerski promenadi z otroškim programom, predstavitevijo vseh treh blejskih folklor in doživetja certificiranega Zveni po praznikih ter nastopom harmonikarja iz Pirana, ki sta Bled obiskala v sklopu projekta Sol za smreko. Sobotno dogajanje se je zaključilo ob narodnozabavnih melodijah ansambla Pr' Foxi, ki ga sestavljajo zaposleni Osnovne šole prof. dr. Josipa Plemlja Bled.

Tradicionalni dogodek Harmonike ob Blejskem jezeru je na Bled privabil okrog 400 harmonikarjev in harmonikaric, ki so ob 12. uri ob kulisi Blejskega jezera skupinsko zaigrali Avsenikovi Otoček sredi jezera, Na Golici ter Čebelarja Lojzeta Slaka. Ob 14. uri je sledil sprevod harmonikarskih skupin, dan pa se je zaključil ob glasbenem programu kvinteta Cik-cak. V okviru dogodka se je predstavilo 15 harmonikarskih skupin iz Slovenije in tujine, najštevilčnejša harmonikarska skupina je štela kar 45 udeležencev. Udeleženci tradicionalnega dogodka so sodelovali v žrebu za glavno nagrado, harmoniko BP Harmonika Poličar, nagrade pa so bile podeljene tudi prvoprijavljenemu na letošnjo prireditev, najmlajšemu in najstarejšemu harmonikarju oziroma harmonikarici, ter štirim naključnim srečnežem, ki jih je določil žreb.



Slika 43: Harmonike ob Blejskem jezeru (foto: Miro Zalokar)

Na Jezerski promenadi je bila poleg ponudbe s storitvami, oblačilno dediščino in izdelki, obarvanimi v slovensko tradicijo in narodnozabavno glasbo, na voljo kulinarična ponudba tradicionalnih gorenjskih jedi, predstavili pa so se tudi ponudniki, vključeni v kolektivno blagovno znamko Blejski lokalni izbor. Dogodek Harmonike ob Blejskem jezeru je bil izveden s podporo lokalne skupnosti, petindvajsetih prostovoljcev petih blejskih društev, ki so ekipi Turizma Bled pomagali pri informiranju ter usmerjanju obiskovalcev ter nastopajočih, z ozaveščanjem o ustreznem ločevanju odpadkov ter skrbeli za hrambo harmonik in njihovo varnost.

- **BMW IBU svetnovni pokal v biatlonu**

V marcu 2025 je na Pokljuki potekal BMW IBU svetovni pokal v biatlonu, pri katerem je Turizem Bled sodeloval kot soorganizator in destinacijski partner. Dogodek je na Bled in v okolico privabil 511 udeležencev (tekmovalcev in članov ekip) ter preko 15.000 obiskovalcev, kar je ključno prispevalo k turističnemu obisku v predsezoni.

Destinacijska izpostavljenost in promocija

Kot soorganizator smo poskrbeli za prisotnost znamke Bled na vseh ravneh tekmovanja:

- **Digitalna prisotnost:** Logotip Bleda je bil izpostavljen na uradni spletni strani dogodka, vključno s posebnim zavihkom "About Bled", ki je obiskovalcem nudil informacije o lokalni ponudbi.
- **Izpostavljenost na prizorišču:** Znamka Bled je bila vidna na ograjah ob progi, na velikih zaslonih na stadionu ter v uradnem programu gostoljubja (VIP šotor in tribune).
- **Medijska vidnost:** Preko TV prenosov in uradnih kanalov IBU je podoba Bleda dosegla občinstvo po vsem svetu, kar utrjuje Bled kot športno-turistično destinacijo.

Strateški pomen

Sodelovanje pri svetovnem pokalu potrjuje tesno povezanost Bleda s športnimi dogodki na

najvišji ravni. Pridobljeni podatki o obisku in medijski doseg so neprecenljivi za nadaljnje načrtovanje promocijskih aktivnosti in pozicioniranje Bleda kot gostitelja velikih mednarodnih prireditev.

- **Blejski zbirateljski dnevi**

V marcu 2025 je v Festivalni dvorani Bled potekala prva mednarodna prireditev **Blejski zbirateljski dnevi (Bled Collectors' Days)**, v organizaciji **Turizma Bled** v sodelovanju z Zavodom za kulturo Bled. Prireditvev je bila zasnovana z namenom obogatitve dogajanja izven glavne turistične sezone in nagovarjanja novega segmenta gostov.



Slika 44: Blejski zbirateljski dnevi 2025

Dvodnevni dogodek je v Festivalno dvorano privabil **900 obiskovalcev**. Na prireditvi je sodelovalo **45 razstavljalcev**, od tega 34,1 % tujih in 65,9 % domačih, ki so zapolnili 55 razstavnih miz. Sodelujoči so prihajali iz **9 držav**, poleg Slovenije še iz sosednjih držav (Hrvaška, Srbija, Avstrija, Italija, Madžarska) ter Slovaške, Poljske in Švice.

Vsebinski poudarki

Zbiratelji so predstavili predmete s šestih glavnih področij:

- filatelija (poštne znamke),
- artofilija (razglednice),
- numizmatika (kovanci in bankovci),
- minerali in fosili,
- stare knjige, tiski in antikvitete,
- keramika in porcelan.

Spremljevalni program

Dogodek je vključeval tri posebne razstave, ki so dodatno obogatile vsebino:

- Razstava zmagovalne grafike za spominski kovanec ob 100. obletnici rojstva Mikija Mustra.
- Razstava meteorita.
- Razstava starih razglednic Bleda.

Promocija in odmevnost

Za uspešno izvedbo je bila ključna obsežna promocija, ki je vključevala obiske devetih zbirateljskih sejmov v tujini in doma ter uporabo devetih različnih komunikacijskih kanalov, vključno s socialnimi omrežji in sodelovanjem z mediji, kot so RTV Slovenija, Gorenjski glas in Bled TV. Poseben poudarek je bil namenjen tudi lokalnemu okolju, saj je bila zbirateljska kultura približana več kot 100 blejskim družinam.

Z izvedbo prve edicije so bili doseženi vsi zastavljeni cilji, Bled pa se je utrdil na zemljevidu pomembnih mednarodnih zbirateljskih srečanj, kar predstavlja odlično osnovo za organizacijo dogodka tudi v prihodnjem letu.

● Velikonočni koncert Godbe Gorje

V nedeljo, 20. aprila 2025, je ob 16. uri v Zdraviliškem parku na Bledu potekal tradicionalni Velikonočni koncert Godbe Gorje. Dogodek je privabil okoli 150 poslušalcev, med katerimi so bili v večini turisti.



Slika 45: Velikonočni koncert

Začetki delovanja godbe z izjemno tradicijo segajo v leto 1907, ko je bila uradno ustanovljena, velja tudi za prvo godbo v Sloveniji, ki se je leta 1969 oblekla v narodne noše in s tem postavila vizualne smernice

slovenskih godb. Godbi od leta 2023 dirigira prof. Marko Možina, letošnji repertoar pa je zvenel tako v domačih tonih valčkov in polk ter zabavne glasbe iz celega sveta.

● Kresovanje na straži

V sodelovanju z **Infrastrukturo Bled** in **Krajevno skupnostjo Bled** smo 30. aprila 2025 na Straži izvedli **tradicionalno kresovanje – Večer nad Bledom**. Dogodek je privabil 1.500 obiskovalcev ter ponudil pester program s predstavitvijo poklicev, otroškimi animacijami in predstavo, prižigom kresa ter večernim glasbenim programom s skupinama Pr'foxi in Pop Design.

● Mednarodni historični lokostrelski turnir Bled 2025

V maju 2025 je na Bledu potekal mednarodni historični lokostrelski turnir, ki smo ga v soorganizaciji izvedli Turizem Bled, Zavod za kulturo Bled in Lokostrelska družina Palček

Bled. Prireditelj je na različnih lokacijah gostila 135 tekmovalcev iz 12 držav, kar je prispevalo k mednarodni prepoznavnosti destinacije in povezovanju športnih aktivnosti s kulturno dediščino.

Program se je pričel v Festivalni dvorani s pregledom opreme in uradno otvoritvijo, osrednji tekmovalni del pa je bil razdeljen med Blejski grad in poligon na Bohinjski Beli. Na gradu so se tekmovalci pomerili v streljanju na historične tarče, medtem ko so na Bohinjski Beli preizkušali veščine na 3D poligonu v naravnem okolju. Dogodek je vključeval tudi kulturne vsebine, kot sta projekcija filma Zvon in razstava srednjeveških kostumov, medtem ko so finale na grajskih terasah spremljali številni obiskovalci ob prikazu rezultatov v realnem času.



Slika 46: Oglas za Historično lokostrelstvo 2025

Tekmovanje se je zaključilo z uspešnimi nastopi domačih predstavnikov, ki so osvojili tri srebrne in eno bronasto plaketo. Uspešna izvedba turnirja je rezultat sodelovanja lokalnih zavodov, društva in prostovoljcev, s čimer je bil vzpostavljen ustrezen okvir za organizacijo tovrstnih tematskih dogodkov v prihodnje.

- **10. mednarodni Blejski vodni forum**

V dneh **4. in 5. junija 2025** je na Bledu potekal jubilejni Blejski vodni forum (BWF), pri katerem je Turizem Bled sodeloval v vlogi so-organizatorja. Dogodek je združil mednarodne strokovnjake z namenom spodbujanja kulture pitja vode, razvoja novih standardov kakovosti ter soustvarjanja globalnih trendov na področju varovanja vodnih virov. Forum se je letos še močneje osredotočil na prehod iz teorije v prakso, s poudarkom na inovativnih tehnoloških rešitvah za ohranjanje vodnega okolja.

Osrednji del programa je bil posvečen varnosti pitne vode in predstavitvi dela Evropskega združenja vodnih someljejev, ki vodi daje nove razsežnosti v turistični in gostinski ponudbi. Pomemben mejnik predstavlja ustanovitev BWF inovativnega centra, ki bo služil kot stičišče najnaprednejših znanj o vodi in njihovo širjenje v svetovni prostor. Na forumu je bil napovedan tudi nov program BWF Young; do septembra 2025 se zbirajo predlogi za povezovanje mladih, z letom 2026 pa se načrtuje polna implementacija novih pristopov k spodbujanju kulture pitja vode med mlajšimi generacijami. Sodelovanje pri tem mednarodnem forumu utrjuje ugled Bleda kot okoljsko ozaveščene destinacije, ki aktivno podpira trajnostni razvoj in varovanje naravnega bogastva.

- **27. Riklijev pohod**

V soboto, 5. julija, je smo gostili že 27. Riklijev pohod, tradicionalni dogodek, posvečen načelom in življenjski filozofiji »blejskega sončnega doktorja«. 100 udeležencev je dan začelo pred Hotelom Rikli Balance, kjer jih je pričakal zajtrk.



Slika 47: Rikljev pohod v organizaciji Turizma Bled

Zbrane je nagovoril dolgoletni promotor Riklijeve zapuščine Vojko Zavodnik, pohod pa je tudi letos simbolično vodil sam »Rikli«, v interpretaciji igralca, ki je pohodnike pospremil čez celotno traso.

Pot jih je vodila čez gozdove in sončne jasnine proti Straži. Na posameznih točkah so obujali zgodbe iz Riklijevega življenja ter spoznavali njegova prepričanja o zdravem, naravnem načinu bivanja. Razgledi na Blejsko jezero so ponujali postanke za oddih, na eni izmed jas pa je bila organizirana vodena vadba s sončno kopeljo.

Po vrnitvi v dolino je sledil sprehod proti Mlinem, kjer je udeležence v Hotelu Starkl pričakal osvežilen napitek. Zaključek pohoda je potekal na Jezerski promenadi, kjer je pohodnike pričakalo kosilo, ki ga je pripravila ekipa Restavracije Grajska plaža.

Dogodek ne bi bil mogoč brez predanih podpornikov Riklijeve dediščine – Vojka Zavodnika, Sava hotelov Bled, Hotela Starkl, Kmetije Prnikar in Restavracije Grajska plaža, ter vseh pohodnikov, ki že vrsto let ohranjajo to tradicijo živo.

- **Slo Vespa 2025**

Med 6. in 8. junijem 2025 je Bled utripal v ritmu kulturnih motorjev, saj je gostil Slo Vespa – Slovenian Vespa Week, do sedaj največje mednarodno srečanje ljubiteljev Vesp v Sloveniji. Dogodek, ki ga je organiziral Vespa klub Ljubljana ob podpori Turizma Bled, je v našo destinacijo privabil več kot 400 uradno prijavljenih udeležencev iz kar 11 evropskih držav, panoramski vožnji pa se je pridružilo še dodatnih 60 voznikov. Z vidika turističnega obiska je prireditev dosegla izjemen uspeh, saj je velika večina udeležencev na Bledu preživela od tri do pet dni, kar je rezultiralo v več kot 350 hotelskih in zasebnih prenočitvah v lokalni skupnosti. Program se je osredotočal na druženje v namensko urejeni "Vespa vasi", vrhunec pa je predstavljala 85-kilometrska sobotna panoramska vožnja čez Pokljuko in Bohinj nazaj na Bled, ki jo je pospremil nastop folklorne skupine. Za Turizem Bled je bila prireditev izjemna promocijska priložnost, saj je bil logotip javnega zavoda močno izpostavljen na vseh digitalnih kanalih, akreditacijah udeležencev, odrskih pasicah in v uradnih predstavitvenih videih.

Dogodek je prejel široko medijsko pokritost na nacionalnih televizijah, kot so Planet TV, RTV Slovenija in POP TV, kjer je bila v reportažah večkrat poudarjena lepota Bleda kot gostitelja. Z močno prisotnostjo na družbenih omrežjih, kjer so objave dosegle več kot 35.000 ogledov, je Slo Vespa 2025 pomembno prispevala k utrjevanju Bleda kot privlačne destinacije za butična mednarodna srečanja in aktivni turizem.



Slika 48: Srečanje vespa motorjev na Bledu

- **Živjo Joga!**

Bled se je v soboto, 28. junija 2025, prebujal v znamenju miru in globalne povezanosti, ko je Mala Zaka gostila jubilejno, deseto obeležitev mednarodnega dneva joge. Dogodek "Živjo, joga!", ki ga je Turizem Bled organiziral v tesnem sodelovanju z Veleposlaništvom Indije v Sloveniji, je v soju mogočne kulise ob obali jezera združil 130 navdušencev iz vseh družbenih sfer.

Veleposlanik Amit Narang je v svojem nagovoru poudaril pomen notranjega ravnovesja za doseganje širše harmonije, čemur je sledila poglobljena vadba pod vodstvom slovenske gurujke iz centra Kaya. Da bi bila izkušnja za udeležence zares nepozabna, so na prizorišču prejeli brezplačne podlage za jogo, majice, vespa in poučne knjige, piko na i pa je postavilo druženje ob tradicionalnih indijskih dobrotah.

Z dogodkom, ki je požel veliko zanimanja v lokalnih medijih in na družbenih omrežjih, se Bled ponovno potrjuje kot vrhunska destinacija za zdrav življenjski slog in mednarodno sodelovanje. Zahvala za to navdihujočo pobudo gre Veleposlaništvu Indije, ki je s svojo energijo in kulinarčno noto povežalo lokalno skupnost z globalnim gibanjem za notranji mir.



Slika 49: Utrinek z dogodka Živjo, joga!

- **Festival Bled**

Festival Bled 2025, ki je potekal od 1. do 11. julija, je tudi letos obiskovalcem ponudil pester kulturni program na več prizoriščih, med katerimi so izstopali Festivalna dvorana Bled, Cerkev sv. Martina, Grand Hotel Toplice, Blejski grad in Veslaške tribune v Zaki. Dogodek je soorganiziran v sodelovanju z Društvom Kulturni Hram in je združeval razstave, koncerte, matineeje komornih skupin, klavirske improvizacije in tribute nastope.

Festival je odprla razstava *BIROSTROJ* Melite Vovk v sodelovanju z Osnovno šolo Gorje, sledilo pa je jubilejno 30. odprtje festivala s koncertom Kvinteta Vintgar. Med festivalnimi vrhunci so bili kantavtorski koncert Iztoka Mlakarja, arije oper in operet pod vodstvom Edite Garčević Koželj, tribute band *Cherry Wine*, zaključek mojstrskih tečajev z mladimi virtuozmi ter več koncertov komornih skupin in solo nastopov.

Posebno pozornost je pritegnil koncert *Balkan Boys – Koncert z razgledom*, ki je bil zaradi vremenskih razmer sicer prestavljen z Veslaških tribun v Festivalno dvorano Bled. Cena vstopnic za ogled koncerta je znašala 25 €.

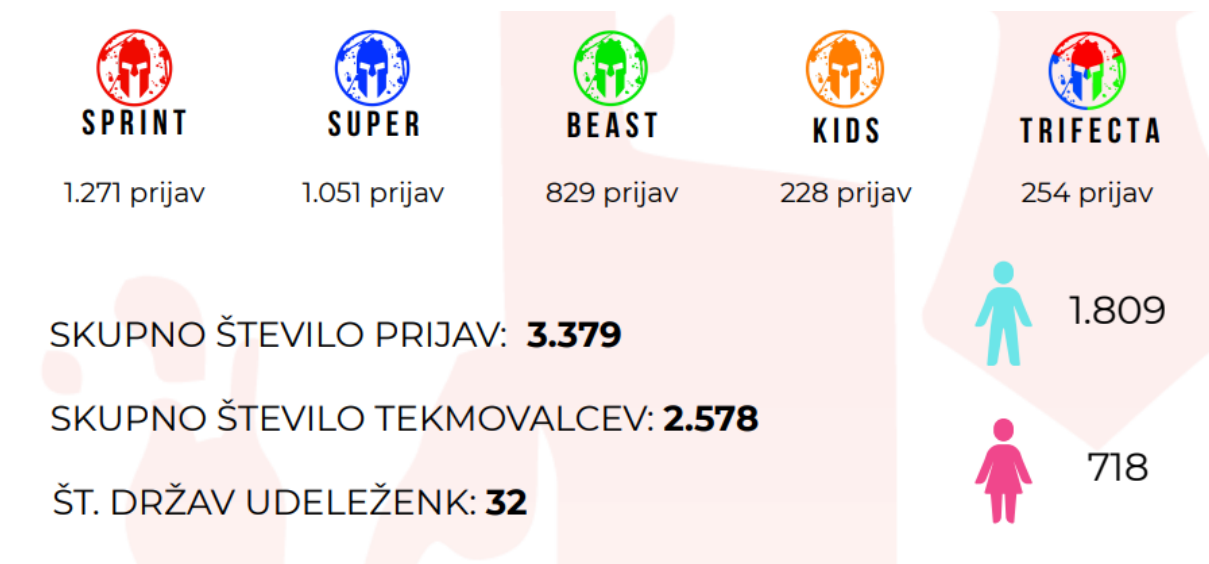
Celoten program festivala je obiskalo približno **1.000 obiskovalcev**, kar potrjuje, da je Festival Bled tudi letos uspešno povezoval različne glasbene in umetniške zvrsti ter privabljal tako lokalne kot mednarodne obiskovalce.

- **Spartan Bled 2025 hosted by I feel Slovenia**

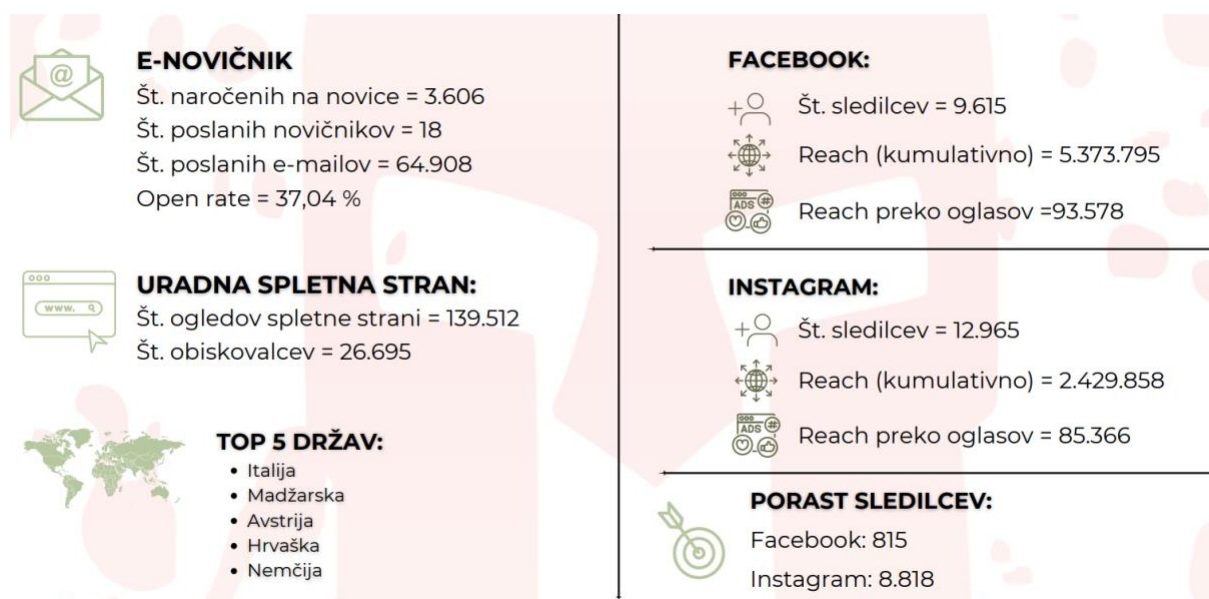
Spartan Trifecta Bled hosted by I Feel Slovenia je tudi v letu 2025 dokazal, da čudovita narava, zahtevna trasa in navdušeni športniki skupaj ustvarjajo izjemen dogodek, kakršnemu v širši okolici ni para. Ponovno so se pomerili vsi, ki jih povezuje strast do gibanja, novih izzivov in preseganja lastnih meja – letos v še večjem številu kot prej. Z izjemnim veseljem smo pozdravili številne znane obraze, ki so se tekme na Bledu udeležili že drugo leto zapored, kar potrjuje

uspešnost dogodka in posebnost kraja, kjer se vse skupaj odvija. V letošnjem letu smo na tekmovalnem seznamu z naštelifjoga

še več udeležencev, povečalo pa se je tudi število prijav na posamezne razdalje. To pomeni, da se je veliko tekmovalcev odločilo preizkusiti na več razdaljah v dveh dneh, kar dodatno potrjuje njihovo predanost, motivacijo in kakovost samega dogodka. Udeležili so se ga tekmovalci različnih starostnih skupin – najmlajši so šteli zgolj 4 leta, najstarejša kategorija pa se je zaključila pri starosti 65 let.



Slika 50: Statistika prijav



Slika 51: Dosegi

• Evropsko prvenstvo v veslanju za veterane

Evropsko prvenstvo v veslanju za veterane (Euro Masters Regatta Bled 2025) je junija 2025 uspešno potekalo na Bledu in predstavlja enega večjih mednarodnih športnih dogodkov v destinaciji. Dogodek je na Bled pripeljal **1.547 tekmovalcev iz 33 držav** ter ustvaril približno

10.000 nočitev v Bledu in okolici, kar je pomembno prispevalo k turističnemu obisku v predpoletnem obdobju.

Turizem Bled je pri dogodku sodeloval kot **soorganizator in destinacijski partner**, zlasti na področju promocije destinacije ter zagotavljanja celostne izpostavljenosti blagovne znamke. Logotip Turizma Bled je bil prisoten v vseh ključnih komunikacijskih in promocijskih materialih dogodka (spletna stran, tiskovine, akreditacije, uradni dokumenti, prizorišče, podelitve in uradne majice).

V okviru dogodka so bile izvedene tudi **promocijske aktivnosti destinacije**, vključno z distribucijo promocijskih materialov in predstavitvijo lokalne ponudbe. Dogodek je potekal skladno s trajnostnimi usmeritvami destinacije Bled in hkrati služil kot pomembna referenca za prihodnje mednarodne športne prireditve.



Slika 52: Masters regata 2025

- **X-WATERS Slovenia 2025**

Septembra 2025 je Bled gostil mednarodni plavalni maraton X-WATERS Slovenia, ki se je uveljavil kot eden najatraktivnejših športnih dogodkov v regiji. Tekmovanje je na Bled privabilo **300 udeležencev iz kar 39 držav**, pri čemer je bil delež tujih plavalcev več kot 80-odstoten (le 42 tekmovalcev je bilo iz Slovenije). Posebej velja izpostaviti močno udeležbo iz Velike Britanije, od koder je pripotovalo več kot 60 plavalcev.

Dogodek je požel široko pozornost tako v lokalnih kot tujih medijih. Izveden je bil uradni YouTube prenos v živo, ki so ga spremljali gledalci iz Slovenije, Slovaške, Velike Britanije, Črne gore in Madžarske. O dogodku je obširno poročala tudi televizija RTV Budva iz Črne gore v 21-minutni oddaji. Reportaža o dogodku je bila objavljena v mednarodni reviji WINGS Magazine, ki Slovenijo promovira kot vrhunsko destinacijo za športni turizem. Lokalno je o dogodku poročal Gorenjski glas.



Slika 53: Xaters Slovenija 2025

- **Julian Alps Trail Run by UTMB**

Septembra 2025 je potekal mednarodni tekaški dogodek Julian Alps Trail Run by UTMB, pri katerem je Turizem Bled sodeloval kot ključni strateški soorganizator. Prireditev, ki spada v elitno svetovno serijo UTMB, je pomembno prispevala k promociji Bleda kot vrhunske destinacije za aktivni turizem in outdoor športe v Julijskih Alpah.

Organizacijski in promocijski poudarki:

- **Štart preizkušnje na Bledu:** V okviru dogodka je bila izvedena 80-kilometrsko tekaška preizkušnja, ki se je začela v Mali Zaki na Bledu. Lokacija štarta je tekmovalcem in obiskovalcem ponudila atraktivno kuliso blejskega jezera, kar je dodatno izpostavilo naravne lepote destinacije.
- **Destinacijska vidnost:** Blagovna znamka Bled je bila vključena v vse ključne promocijske kanale, vključno s sporočili za medije, e-novicami in objavami na družbenih omrežjih Facebook in Instagram. Logotip Bleda je bil viden tudi v uradnem promocijskem videu in na spletni strani dogodka, ki nagovarja globalno skupnost trail tekačev.
- **Vodnik za tekaške dogodivščine:** V okviru sodelovanja je bil objavljen poseben vodnik po Julijskih Alpah, ki je spodbujal podaljšanje bivanja tekmovalcev na Bledu ter jih usmerjal k dodatnim aktivnim doživetjem v okolici.



Slika 54: Oglas za JATR by UTMB

Sodelovanje pri organizaciji tega prestižnega športnega dogodka omogoča Bledu neposreden dostop do mednarodnega trga aktivnih gostov in utrjuje destinacijo na zemljevidu najpomembnejših trail tekaških prireditev na svetu.

- **Pokal Slovenije v hokeju na ledu**

Pokal Slovenije v hokeju na ledu bi moral potekati od 4. do 6. septembra 2025 v Ledeni dvorani Bled, vendar izjemoma ni bil izveden. Razlog za odpoved je bila celovita prenova Ledene dvorane Bled, zaradi katere v času priprave tekmovalnega koledarja ni bilo mogoče zagotoviti razpoložljivosti ustreznega prizorišča.

- **Kolesarske prireditve KK Bled 2025**

V letu 2025 je Turizem Bled kot soorganizator in partner podprl serijo tradicionalnih kolesarskih prireditev, ki so na Bled in Pokljuko privabile številne domače in tuje športnike. Sodelovanje je temeljilo na promociji destinacije znotraj športnih dogodkov, ki so ključni za razvoj aktivnega turizma v regiji.



Slika 55: Kolesarska tekma KK Bled 2025

Izvedeni dogodki in poudarki:

- **VN Pokljuke in Vzpon na Pokljuko (19. in 20. julij 2025):** V sodelovanju s KK Gorje je bila izvedena mednarodna dirka v biatlonskem centru na Pokljuki, ki je štela za Pokal Slovenije. Naslednji dan je sledil množičen vzpon na Pokljuko z več kot 300 udeleženci, kjer je tekmovanje štelo tudi za prvenstvo Slovenske vojske.
- **52. kolesarska dirka za Pokal Bleda (19. oktober 2025):** Tradicionalna prireditev je potekala na krožni progi Ribno–Koritno–Bodešče. Tekmovanje, ki je namenjeno vsem OMR kategorijam v okviru Pokala Slovenije, je potrdilo pomen lokalnih prog za tekmovalni kolesarski šport.

Promocijske aktivnosti: V okviru vseh prireditev je bila destinacija Bled izpostavljena kot ključni partner. Promocija je obsegala objave v uradnih biltenih tekmovanj ter postavitev transparentov na prizoriščih štartov in ciljev. Uspešna izvedba dogodkov je rezultat tesnega sodelovanja s športnimi klubi, lokalnimi društvi in prostovoljci, kar krepi športni utrip destinacije.

Zimski produkti

- **Zimski Bled Bus**

V zimski sezoni 2024/2025 smo organizirali zimske prevoze do smučarskih središč v Julijskih Alpah pod imenom Bled Ski Bus. V letu 2025 smo spremenili ime v Zimske Bled Bus (Winter Bled Bus) ter organiziramo prevoze do zimskih središč Julijskih Alp. V sezoni 2024/25 je zimski prevoz potekal med 20. decembrom 2024 in 2. marcem 2025, v letošnji sezoni (2025/26) poteka med 19. decembrom 2025 in 8. marcem 2026.

Zaradi spremembe imena smo tudi vizualno spremenili izgled ter ga oblikovali po principih zapisanih v CGP destinacije Bled.



Slika 56: Nova grafična podoba - zemljevid Zimski Bled Bus

V sezoni 2024/25 je bil odhod/prihod omogočen z osmih točk po Bledu: glavna avtobusna postaja Bled, Hotel Krim, Rikli Balance Hotel, Restavracija Panorama, avtobusna postaja Mlino, Hotel Ribno, avtobusna postaja Rečica (vzhod za Vogel in Kranjsko Goro / zahod za Pokljuko) in Hotel Triglav. Za prevoz je potrebna predhodna najava prek spletnega obrazca na www.bled.si, vsaj dan pred zelenim odhodom. Cena povratne vozovnice znaša 10 EUR. Za otroke do 14. leta v spremstvu odrasle osebe, imetnike kartice Julijske Alpe: Bled ali smučarske karte Julian Alps International Ski Pass je prevoz brezplačen. Novost pa je bila sezonska vozovnica po ceni 30 evrov na osebo, na voljo za nakup v Infocentru Triglavska roža Bled.

V sezoni 2025/26 je odhod/prihod omogočen iz 10 točk: glavna avtobusna postaja Bled, Rikli Balance Hotel, Restavracija Old Cellar Bled (Lakeview), avtobusna postaja Mlino, Hotel Ribno, centralno parkirišče Bled, avtobusna postaja Rečica (vzhod za Vogel in Kranjsko Goro / zahod za Pokljuko), Hotel Triglav, ŽP Bled-Jezero in ŽP Lesce-Bled. Cena povratne vozovnice je ostala 10 EUR, omogočili smo nakup novih 3-dnevnih (20 EUR) in mesečnih vozovnic (30 EUR). Cena sezonske vozovnice v sezoni 2025/26 je 40 EUR. Za otroke do 12. leta starosti, v spremstvu odrasle osebe, imetnike smučarske karte Julian Alps International Ski Pass ter kartic Julijske Alpe: Bled, Bohinj, Radovljica in Dolina Soče je prevoz brezplačen.

Prepeljani potniki v letu 2025:

	Bohinj	Kranjska Gora	Pokljuka
januar 2025	38	31	20
februar 2025	94	46	17
marec 2025	0	0	0

december 2025	15	71	4
---------------	----	----	---

Tabela 9: Število prepeljanih potnikov z Bled winter busem, 2025

Z organiziranim zimskim prevozom je bilo v letu 2025 prepeljanih 336 potnikov.

Trajnostna mobilnost

- **Pohodniške poti**

Zavod opravlja funkcijo strateškega koordinatorja 220 kilometrov pohodniški poti na Bledu. Te vključujejo lokalne ceste, gozdne prometnice, kolovoze in steze.

V letu 2025 je vzdrževanje potekalo čez celotno leto, v skladu z letnim načrtom vzdrževanja sprehajalnih poti.

Večja vzdrževalna dela so potekala predvsem na Ojstrici, Mali in Veliki Osojnici, kjer je pot zaradi visokega obiska zelo načeta. Posledično je bil v letu 2025 urejen dostop do in razgledno mestno na Veliki Osojnici ter na poti do Ojstrice, kjer je bila pot zbrušena zaradi spolzkosti. Zaradi visokega obiska in prepoznanega neupoštevanja varnostnih pravil smo v poletni sezoni posneli tudi informacijski video, ki je bil predvajan na socialnih omrežjih.

Spletna podpora pohodniških poti in tiskovine

Vse urejene pohodniške poti so opisane na spletni strani bled.si in podrobneje v aplikaciji Outdoor Active. Opise sproti ažuriramo, saj je pomemben del aplikacije navigacija poti. V letu 2025 smo tudi posodobili pohodniško trnganko.

- **Bled Bus**

V poletnih mesecih so bili na Bledu organizirani brezplačni avtobusni prevozi pod skupnim imenom **Bled Bus**, ki so obsegali tri linije: **Okoli jezera**, **Po vaseh** in **Pokljuka**. Vse tri linije so imele začetno in končno postajo na Selišah, pred Infocentrom Triglavska roža. Linija na Pokljuko je dvakrat dnevno vozila obiskovalce na planoto, linija Po vaseh je obratovala trikrat dnevno, avtobus s krožno vožnjo okoli jezera pa je vsak dan opravil deset voženj. Na liniji Pokljuka je bil na voljo tudi prtljažnik za prevoz petih navadnih koles.

V letu 2025 se je obstoječim trem linijam Bled Busa pridružila nova linija **Radovljica Bus**, vzpostavljena v sodelovanju Javnega zavoda Turizem in kultura Radovljica ter Javnega zavoda Turizem Bled. Linija je povezovala Radovljico in Bled, vstop pa je bil omogočen tudi na železniški postaji Lesce ter v kampih Šobec in River Camp Bled.

Obiskovalcem soteske Vintgar so bili na voljo prevozi z **električnim Vintgar Shuttlom**, ki je vozil z glavne avtobusne postaje in parkirišča pri podjetju LIP Bled. Shuttle je obiskovalce neposredno pripeljal do soteske, kjer je bil dostop za osebna vozila omejen. S tem so obiskovalci lahko brez skrbi obiskali sotesko, se izognili prometni gneči in iskanju parkirišča

ter hkrati prispevali k ohranjanju občutljivega naravnega okolja. Trije avtobusi so vozili v 20-minutnih intervalih in zagotavljali udoben prevoz v obe smeri.

Vsi organizirani prevozi so bili brezplačni ter na voljo tako domačinom kot obiskovalcem, z namenom razbremenitve prometne infrastrukture in spodbujanja raziskovanja kraja na trajnosten način.



Slika 57: Zemljevid avtobusne linije Bled bus

POKLJUKA LINE POKLJUKA			COUNTRYSIDE LINE PO VSEEN			LAKE LINE OKOLI JEZERA			RADOVLJICA LINE RADOVLJICA									
Salisa	07:20	18:05	Salisa	09:00	13:00	16:00	Salisa	09:00	10:00	11:00	12:00	14:00	Radovljica	08:15	10:15	12:15	17:15	19:15
Bled - Union	07:23	18:08	Bled - Union	09:02	13:02	16:02	Bled - Union	09:02	10:02	11:02	12:02	14:02	Lesce	08:18	10:20	12:20	17:20	19:20
Bled	07:28	18:13	Bled	09:05	13:05	16:05	Bled	09:07	10:07	11:07	12:07	14:07	Camping Sobec	08:23	10:27	12:27	17:27	19:27
Centralno parkirišče Bled	07:33	18:18	Centralno parkirišče Bled	09:07	13:07	16:07	Bled - Milno	09:12	10:12	11:12	12:12	14:12	River camp Bled	08:28	10:33	12:33	17:33	19:33
Bled - Retica	07:35	18:20	Jermanska	09:10	13:10	16:10	Velika Zaka	09:15	10:15	11:15	12:15	14:15	Bled - Union	08:35	10:37	12:37	17:37	19:37
Retica - LIP Bled	07:36	18:21	Sebanja - Podhom	09:12	13:12	16:12	Bled - Jezero	09:17	10:17	11:17	12:17	14:17	Bled	08:40	10:40	12:40	17:40	19:40
Spodnja Gorje	07:38	18:23	Sebanja	09:13	13:13	16:13	Bled - Retica	09:20	10:20	11:20	12:20	14:20	Bled	09:15	11:15	16:15	18:15	20:15
Zgornje Gorje	07:41	18:26	Zasip	09:15	13:15	16:15	Centralno parkirišče Bled	09:22	10:22	11:22	12:22	14:22	Bled - Union	09:18	11:18	16:18	18:18	20:18
Dolgo Brdo	07:42	18:27	Genajna	09:17	13:17	16:17	Blejski grad	09:25	10:25	11:25	12:25	14:25	River camp Bled	09:23	11:23	16:23	18:23	20:23
Krnica	07:43	18:28	Salisa	09:22	13:22	16:22	Bled - OŠ	09:30	10:30	11:30	12:30	14:30	Camping Sobec	09:28	11:28	16:28	18:28	20:28
Zatnik	07:48	18:33	Koritno 1	09:25	13:25	16:25	Salisa	09:33	10:33	11:33	12:33	14:33	Lesce	09:35	11:35	16:35	18:35	20:35
Pokljuka Mrzli Studenec	08:00	18:45	Koritno 2	09:26	13:26	16:26	Salisa	15:00	16:00	17:00	19:00	20:00	Radovljica	09:40	11:40	16:40	18:40	20:40
Pokljuka Goreljek	08:02	18:47	Bedežice	09:29	13:29	16:29	Bled - Union	15:02	16:02	17:02	19:02	20:02						
Pokljuka Rudno polje	08:07	18:52	Ribno	09:30	13:30	16:30	Bled	15:07	16:07	17:07	19:07	20:07						
			Selo	09:33	13:33	16:33	Bled - Milno	15:12	16:12	17:12	19:12	20:12						
Pokljuka Rudno polje	08:10	18:55	Alpski blaki	09:38	13:38	16:38	Velika Zaka	15:15	16:15	17:15	19:15	20:15						
Pokljuka Goreljek	08:15	19:00	Bled - Union	09:40	13:40	16:40	Bled - Jezero	15:17	16:17	17:17	19:17	20:17						
Pokljuka Mrzli Studenec	08:17	19:02	Bled	09:45	13:45	16:45	Bled - Retica	15:20	16:20	17:20	19:20	20:20						
Zatnik	08:29	19:14	Bled - Milno	09:50	13:50	16:50	Blejski grad	15:25	16:25	17:25	19:25	20:25						
Krnica	08:34	19:19	Kupljenik R1-209	09:54	13:54	16:54	Bled - OŠ	15:30	16:30	17:30	19:30	20:30						
Dolgo Brdo	08:35	19:20	Obirno	09:57	13:57	16:57	Salisa	15:33	16:33	17:33	19:33	20:33						
Zgornje Gorje	08:36	19:21	Podklesenc - Bohinjška Bela	10:00	14:00	17:00												
Spodnja Gorje	08:39	19:24	Velika Zaka	10:10	14:10	17:10												
Retica - LIP Bled	08:41	19:26	Bled - Jezero	10:12	14:12	17:12												
Bled - Retica	08:42	19:27	Bled - Retica	10:15	14:15	17:15												
Centralno parkirišče Bled	08:44	19:29	Bled	10:20	14:20	17:20												
Bled	08:49	19:34																
Bled - Union	08:54	19:39																
Salisa	08:57	19:42																

Opomba: Vozni red je točen ob normalnem prometu. Zastoji lahko povzročijo zamude.
Disclaimer: Bus schedule is accurate under normal traffic. Delays may occur due to congestion.



Slika 58: Časovnica Bled bus 2025

V poletni sezoni 2025 je Bled Bus skupaj prepeljal **16.880 potnikov**, kar predstavlja 24-odstotno zmanjšanje v primerjavi z letom 2024 (22.174 potnikov). Zmanjšanje je mogoče pripisati optimizaciji voženj v sotesko Vintgar, saj so bili prevozi skozi celotno sezono organizirani izključno z glavne avtobusne postaje, zmanjšanju števila voženj na Pokljuko ter dalj časa trajajoči okvari enega od vozil, ki dva tedna ni imelo vidnejše vizualne podobe. Na podlagi ankete med obiskovalci je bilo ugotovljeno, da je prepoznavnost možnosti organiziranih prevozov nizka.

Na podlagi sporočil uporabnikov in rezultatov ankete je bilo ugotovljeno, da je za polovico zmanjšano število voženj na Pokljuko v primerjavi z letom 2024, do katerega je prišlo zaradi umika sredstev Javnega zavoda Triglavski narodni park, z vidika uporabniške izkušnje in razbremenitve prometa na zavarovanem območju neoptimalno. Za zagotavljanje boljše izkušnje, večje uporabe organiziranih prevozov in večje prometne razbremenitve bi bilo v prihodnje treba zagotoviti najmanj tri dnevne prevoze.

Linija **Radovljica Bus** je bila med uporabniki zelo dobro sprejeta. V juliju se je na tej liniji prepeljalo 5.695 potnikov, v avgustu pa 11.558 potnikov. Z **Vintgar Shuttlom** je bilo z glavne avtobusne postaje dnevno v povprečju v sotesko prepeljanih približno 650 obiskovalcev.

Javni zavod Turizem Bled je financiral avtobusne prevoze na linijah Okoli jezera in Po vaseh ter skupaj z Zavodom za turizem in kulturo Radovljica sofinanciral linijo Radovljica Bus. Občina Bled in Občina Gorje sta financirali avtobusno linijo na Pokljuko, prevoze do soteske Vintgar pa družba Soteska Vintgar d.o.o.

Za namen boljšega informiranja o organiziranih in javnih prevozi na Bledu je Turizem Bled pripravil zloženko **Trajnostna mobilnost**, informacije o prevozi pa so bile posredovane prek vseh komunikacijskih kanalov, s panoji na vseh avtobusnih postajališčih ter s Papercast tablami na avtobusni postaji Bled in pri Infocentru Triglavska roža Bled. Vsi avtobusi so bili tudi vizualno opremljeni, kar je dodatno prispevalo k boljši prepoznavnosti organiziranih prevozov.

Informiranje gostov na destinaciji pod okriljem zavoda poteka preko dveh turistično informacijskih centrov, in sicer v TIC pri TD Bled in v Infocentru Triglavsko roža Bled, ter projekta "Vprašaj me, sem domačin".

• TIC pri TD Bled

V letu 2025 je bil TIC odprt celo leto. Delovni čas je bil prilagojen obisku (na podlagi izkušenj iz prejšnjih let):

- 1. 1. – 14. 4.: pon. – sob.: 9.00 – 17.00, ned., prazniki: 10.00 – 16.00
- 15. 4. – 15. 6.: pon. – sob.: 9.00 – 18.00, ned. prazniki: 8.00 – 17.00
- 16. 6. – 31. 8.: pon. – sob.: 8.00 – 20.00, ned. – prazniki: 9.00 – 17.00
- 1. 9. – 14. 10.: pon. – sob.: 8.00 – 19.00, ned. prazniki: 9.00 – 17.00
- 15. 10. – 31. 12.: pon. – sob.: 9.00 – 17.00, ned., prazniki: 10.00 – 16.00

Že v letu 2022 smo ugotovili, da je potrebno delovni čas povečati v mesecu juniju, ko se obisk precej poveča in je potrebno odprtje TIC ob 8.00 uri, kar smo upoštevali.

Delo v TIC Bled je pokrito z dvema zaposlenima informatorjema, po potrebi v dopoldanskem času delo informatorke prevzame tajnica TD Bled. V letu 2025 ni bilo študentov VGS na praktičnem izobraževanju, kar je posledica manjšega vpisa študentov na šoli. Informatorji govorijo vsaj 3 tuje jezike: v angleškem, nemškem, italijanskem in španskem jeziku.

V letu 2025 je TIC Bled sprejel 35423 obiskovalcev, kar potrjuje stabilizacijo obiska v visoki sezoni. TIC Bled obiščejo tako domači in tuji gostje, kakor tudi enodnevni ter večdnevni obiskovalci. Gostje, ki bivajo na Bledu imajo drugačna vprašanja kakor enodnevni obiskovalci, slednji si predvsem želijo ogleda najbolj znanih znamenitosti destinacije. Gostje, ki bivajo na Bledu pa iščejo o informacije o aktivnostih, kulturnih znamenitostih, prevozu v destinaciji.

V sklopu TIC Bled deluje tudi trgovina s spominki in turističnimi publikacijami, v letošnji sezoni se je vzpostavil tudi kotiček Blejskega lokalnega izbora.

• Infocenter Triglavsko roža Bled

Infocenter Triglavsko roža Bled upravlja Javni zavod Triglavski narodni park v sodelovanju s Turizmom Bled. Delo informatorjev na skupnem informacijskem pultu je enakomerno porazdeljeno med Turizem Bled in JZ Triglavski narodni park. Obiskovalcem nudi turistične in pohodniške informacije ter prodajo izdelkov in storitev. Center ponuja ogled stalne razstave Raj pod Triglavom, večnamenski prostor, multimedijško dvorano, trgovino in kavarno. Obiskovalcem je na voljo tudi brezplačna Wi-Fi povezava. V centru so na voljo tudi aktualne tiskovine destinacij iz skupnosti JA in glavnih turističnih znamenitosti Slovenije.

Delo na informacijskem pultu sta v letu 2025 pogodbeno opravljala izmenično turistični informator Turizma Bled ter zaposlena sodelavka iz zavoda TNP. V poletni sezoni so večji del informacijske dejavnosti opravili študenti in študentke. Obenem pa smo na prakso v poletni sezoni sprejeli tudi nizozemsko študentko preko Erasmus programa, ki je na informacijskem pultu opravila obvezne praktične študijske ure.

Infocenter je v letu 2025 obratoval vsak dan od januarja do decembra med 8. in 16. uro, z izjemo poletne sezone, ko info center obratuje med 8. in 18. uro. Informacijski center je zaprt 1.1, 1.11

ter 15.12, v letošnjem letu je bila izjema 3. oktober, ko smo morali center zapreti zaradi nujne menjave strešnih oken.

V obdobju od 1. januarja do 31. decembra 2025 je informacijski center obiskalo 12.368 uporabnikov, od tega jih je bilo 10.834 obiskovalcev informacijskega pulta (87,6%). 20 % vseh obiskovalcev je bilo domačih gostov, procentualno jim sledijo tuji gostje iz naslednjih držav (zaokroženo): Nemčija (15%), Italija (10%), Združeno kraljestvo (6%), Francija (5%), ZDA (4%), Španija (3,5%), Češka (3%), Nizozemska (2,5%) ter ostalo (zabeleženi tudi gostje, katere nacionalnosti ni bilo mogoče razbrati) (18,5%).

Največ obiskovalcev smo procentualno zabeležili v mesecih (zaokroženo) avgust (19%), julij (16%) in september (15%), najmanj pa v mesecih februar (1,5%), januar (2%) in november (2,5%).

V letu 2025 smo ponovno pobirali turistično takso za Camper stop Bled. Zabeleženih nočitev na parkirišču je bilo 1680.

- **Kartica gosta**

Kartica Julijske Alpe: Bled je bila v času zimske sezone 2024/2025 na voljo od 15. decembra 2024 do 2. marca 2025. Do izdaje digitalne kartice so bili upravičeni gostje ob treh ali več nočitvah. Kartica je vključevala brezplačne storitve, med drugim uporabo Bled Ski Busa do smučišč v Kranjski Gori, na Pokljuki in Voglu, voden ogled Bleda vsak petek, izposojajo drsalk v Ledeni dvorani ter na blejskem drsališču z razgledom v Trgovskem centru Bled, uporabo tekaških prog v Športnem centru Triglav Pokljuka na Rudnem polju, izvod pohodniškega zemljevida Bleda ter knjižico prazničnih ugodnosti v okviru prireditve Zimska pravljica Bled 2024/25. V sodelovanju s 15 ponudniki storitev so bile gostom zagotovljene dodatne ugodnosti oziroma popusti na destinaciji. Kartico je izdajalo 23 ponudnikov nastanitev, skupno pa je bilo v obdobju veljavnosti izdanih 222 kartic. Na podlagi analize statistike izdaje kartic in povprečne dobe bivanja v zimski sezoni je bil skupaj z večjimi ponudniki nastanitev sprejet sklep, da bodo v prihodnje do zimske kartice Julijske Alpe: Bled upravičeni gostje z najmanj dvema nočitvama na destinaciji Bled.

Poletna kartica Julijske Alpe: Bled je bila na voljo v obdobju od 15. aprila 2025 do 15. oktobra 2025. Namenjena je bila gostom z najmanj tremi nočitvami na Bledu ter je vključevala brezplačne storitve in ugodnosti na področjih mobilnosti, znamenitosti, aktivnosti, gostinske ponudbe, tiskovin in drugih storitev na destinaciji Bled ter v sosednjih destinacijah. Pri oblikovanju vsebine kartice je bilo vključenih 29 partnerjev – ponudnikov storitev. Kartica je omogočala 7 brezplačnih storitev na destinaciji Bled in 5 v destinacijah Bohinj, Radovljica, Tržič in Dolina Soče ter 23 ugodnosti oziroma popustov na destinaciji Bled in dodatnih 5 ugodnosti v destinacijah Gorje, Jesenice, Žirovnica in Begunje.

V okviru poletne kartice je bila imetnikom omogočena tudi brezplačna uporaba organiziranih linijskih prevozov v juliju in avgustu (Bled Bus) ter tedenski enourni vodeni ogledi po Promenadi in starem mestnem jedru. V času veljavnosti poletne kartice se je vodenih ogledov udeležilo 95 imetnikov kartic Julijske Alpe: Bled, Bohinj ali Radovljica. Digitalne kartice je svojim gostom aktivno izdajalo 113 partnerskih ponudnikov nastanitev, kar predstavlja 40,4 % vseh nastanitev, vključenih v produkt kartica Julijske Alpe: Bled. V poletnem obdobju je bilo na območju Bleda izdanih skupno 11.976 kartic, kar predstavlja 97-odstotno povečanje v primerjavi s preteklim letom. Od tega je bilo 13,4 % kartic izdanih v mesecih aprilu in maju, 75,4 % v obdobju od junija do avgusta ter 11,2 % v septembru in oktobru. V desetih sodelujočih blejskih hotelih je bilo izdanih 19,6 % vseh kartic, Camping Bled je svojim gostom izdal 36,8 % kartic, preostali delež (43,6 %) pa pripada ponudnikom zasebnih nastanitev.

- **Projekt »Vprašaj me, sem domačin«**

V času visoke poletne turistične sezone (1. julij do 31. avgust 2025) je tradicionalno lokalno promocijsko in informacijsko kampanjo »Vprašaj me, sem domačin« organiziral JZ Turizem Bled, v sodelovanju z Turističnim društvom Bled.

V sezoni 2025 smo se vrnili k koreninam projekta, to je informiranju obiskovalcev Bleda. Posledično smo vzpostavili dve informacijski točki na obeh straneh jezera (pri Grajskem kopališču in v Veliki Zaki), kjer so informatorji informirali obiskovalce.



Slika 59: Vprašaj me, sem domačin.

Delo na stojnici je potekalo vsak dan v tednu od 11.00 do 16.00 ure. Redno smo zagotavljali vse potrebne informacijske materiale. Informatorji so sporočili, da je bilo največ vprašanj je bilo osnovnih, kje se nahajajo WCji, plaža (kopališča) itd. ali druge usmerjevalna vprašanja (kje je grad, kako na otok). Obiskali so jih tudi obiskovalci ki so želeli bolj specifične informacije, kakor so kako na Triglav, o pohodniških poteh in drugih krajih v Julijskih Alpah. Večja obiskanost stojnice je bila zabeležena pri pri Grajskem kopališču, vendar je bila tudi stojnica v Veliki Zaki zelo dobro obiskana. V povprečju stojnice obišče v povprečju med 150 do 300 ljudi na dan (na stojnico), skupna številka obiska je 12.761.

Sodelovanje s turističnim gospodarstvom

- **Sestanki prodajnih služb**

Za boljše usklajevanje prodajnih aktivnosti in pretok informacij na ravni destinacije organiziramo redne sestanke prodajnih služb Bleda. Srečanja potekajo na dvomesečni ravni in združujejo predstavnike prodaje hotelskih nastanitev ter ključnih atrakcij. Namen srečanj je izmenjava novosti, pregled aktualnih tržnih aktivnosti, načrtovanje skupnih sodelovanj ter usklajevanje nastopov na trgih. Takšna redna koordinacija prispeva k večji povezanosti ponudnikov, hitrejšemu odzivanju na tržne priložnosti in bolj usklajenemu skupnemu nastopu destinacije.

- **Partnerska pogodba**

V letu 2025 smo se na podlagi razvojnih priložnosti in v sodelovanju s Skupnostjo Julijske Alpe odločili, da ob lansiranju skupnega rezervacijskega portala sodelovanje pogojujemo s sklenjeno partnersko pogodbo med posamezno destinacijo in njenimi ponudniki. S tem smo želeli zagotoviti jasen okvir sodelovanja, enotne standarde predstavitve in trženja ter večjo kakovost in zanesljivost ponudbe na skupni rezervacijski platformi. Tak pristop omogoča bolj transparentno vključevanje ponudnikov, učinkovitejše skupno trženje ter dolgoročno krepitev destinacijske blagovne znamke.

Partnerska pogodba destinacije Bled predstavlja formalni model sodelovanja med javnim zavodom Turizem Bled in turističnim gospodarstvom ter drugimi deležniki v destinaciji. Gre za sistemsko obliko partnerstva, s katero povezujemo ponudnike nastanitev, doživetij, gostinstva in drugih storitev v skupen promocijski in razvojni okvir. Namen partnerske pogodbe

je usklajeno nastopanje na trgu, skupna promocija, vključevanje v destinacijske kampanje in komunikacijske kanale ter soustvarjanje kakovostne in prepoznavne ponudbe destinacije. Partnerjem prinaša večjo vidnost, dostop do skupnih trženjskih aktivnosti in informacijskih kanalov, destinaciji pa omogoča bolj povezano, kakovostno in strateško vodeno upravljanje turistične ponudbe.

Večina aktivnosti se bo pričela v letu 2026.

- **Blejski turistični forum: Vizija 2045**



Slika 60: Utrinek Blejskega turističnega foruma

Blejski turistični forum z naslovom Vizija 2045 je bil organiziran kot prvi korak k oblikovanju nove, dolgoročne strategije razvoja turizma na Bledu do leta 2045. Dogodek je potekal 15.4.2025 v Festivalni dvorani Bled in je združil deležnike iz lokalne skupnosti, turističnih organizacij, gospodarstva in strokovne javnosti. Namen foruma je bil sooblikovati skupno vizijo razvoja turizma, ki presega kratkoročne trende, temelji na vrednotah kraja in je usmerjena k trajnostnemu, vključujočemu in kakovostnemu razvoju destinacije. Dogodek je potekal v vključujočem dialogu, kjer so sodelovali direktor Turizma Bled, strokovni moderatorji in gostje s področja turizma, regionalnega razvoja, kulture in akademske sfere. Udeleženci so se osredotočili na tri ključne teme: partnerstva za povezovanje deležnikov in kakovostno turistično ponudbo, karijerne priložnosti za mlade in razvoj novih poklicnih poti ter ohranjanje lokalne identitete in vključevanje domačinov kot ambasadurjev destinacije. Sogovorniki so poudarili, da nova strategija ne sme temeljiti le na statističnih trendih, temveč mora upoštevati potrebe lokalnega prebivalstva ter omogočati trajnostno rast skozi dialog in sodelovanje. Forum je postavil temelje za dolgoročni proces strateškega načrtovanja turizma, kjer bodo ključni elementi skupnostni dialog, odprtost za različne poglede in zavezanost trajnostnemu razvoju. Več informacij o dogdoku in posnetek: <https://www.bled.si/sl/informacije/poslovne-strani/novice/2025052913144132/blejski-turisticni-forum-vizija-2045-prvi-korak-k-novi-dolgorocni-strategiji-turizma-na-bledu/>.

- **Strategija razvoja turizma na Bledu 2045**

Javni zavod Turizem Bled je v letu 2025 pristopil k izdelavi nove razvojne strategije, ki naslavlja daljše strateško obdobje, saj se destinacija sooča s številnimi izzivi, ki jih je težko nasloviti v krajšem časovnem obdobju. Za pripravo strategije je bila izbrana Fakulteta za turistične študije - Turistica Univerze na Primorskem.

Aktivnosti v letu 2025 so obsegale analizo dokumentov in izvedbo ankete za lokalno prebivalstvo. Strategija razvoja turizma na Bledu do leta 2045 je zasnovana kot celovit proces vključevanja javnosti in deležnikov turističnega gospodarstva in bo javno predstavljena maja 2026.



Slika 61: Priprava strategije 2045

KONGRESNI URAD BLED MAJA P

MICE

Glavne naloge Kongresnega urada Bled so trženje in promocija Bleda kot navdihujoče destinacije za majhna in srednje velika srečanja podjetij in združenj, za vladne dogodke, večje mednarodne športne prireditve in motivacijska potovanja. Podporo pri izbiri najprimernejših partnerjev nudimo načrtovalcem dogodkov, jim pomagamo z nasveti in gradivom ter jih povezujemo s partnerji na destinaciji. KUB z udeležbo na borzah in delavnicah deluje kot predstavnik kongresne destinacije in zanesljiv vir objektivnih informacij o prizoriščih srečanj in ponudnikih storitev na Bledu.

V letu 2025 smo si prizadevali, da bi z aktivnostmi KUB spodbudili in nadgradili prepoznavnost ter razvoj Bleda kot trajnostne destinacije z visoko kakovostno infrastrukturo in storitvami za MICE segment in vzpostaviti pozicijo kongresnega centra kot entitete za regijsko promocijo MICE ponudbe na poslovnih dogodkih.

- **Predstavitveni mediji in darila**

Kongresni urad Bled v letu 2025 nadgrajeval Power point predstavitev MICE ponudbe na Bledu in pripravil novo za namen regijskih predstavitev. Spletno predstavitev srečanj na spletni strani www.bled.si, se je sproti posodabljal.

Za organizatorje dogodkov in njihove udeležence je bilo poleg: Bled – splošni katalog, Bled – zloženka Odkrijte Bled, Bled vrečka lux, Bled vrečka eko, Bled - značka, Bled - Rajska ptica, zimska razglednica, kemični in tehnični svinčnik, trije zvezki in nalepke.

V letu 2025 so bili dodatno pripravljene **predstavitveni video o srečanjih na Bledu z naslovom *Bled: Alpine Charm to Your Meetings***: <https://www.youtube.com/watch?v=P1-ssh4Tzwc&feature=youtu.be> (v letu 2025 262 ogleda), ki celovito predstavlja MICE ponudbo destinacije skozi preplet naravnih danosti, vrhunskih prizorišč in gostoljubja, ter **predstavitveni pano in razglednice**, obenem pa je bila izvedena tudi **izdelava 360-stopinjskih posnetkov prizorišč za poslovne dogodke**: <https://virtualno.aktualno.si/en/tour/kwk1z5frzr?pano=i7w66bathk>, namenjenih učinkovitejši predstavitvi destinacije organizatorjem poslovnih srečanj in dogodkov.

- **Aktivnosti v okviru združenj in izobraževanja**

Kongresni urad Bled je v letu 2025 član Kongresnega urada Slovenije in partner projekta Slovenski ambadorski program.

Kongresni urad Bled se je udeleževal organiziranih srečanj KUS: skupščine in izobraževalnih delavnic ter z njimi sodeloval pri predstavitvah v tujini, SAP programu in novičnikih KUS.

Slovenski ambadorski program je znatnega pomena za še večji uspeh Slovenije na področju internacionalizacije znanosti, strokovnih ved in gospodarstva. Slovenskim znanstvenikom, zdravnikom, strokovnjakom, gospodarstvenikom, športnikom in drugim posameznikom, ki so aktivni na svojem področju in so člani mednarodnih združenj, ambadorski program nudi strokovno, promocijsko in drugo podporo pri pridobivanju znanstveno-strokovnih in drugih dogodkov v Slovenijo. KUB je v projekt vključen kot destinacijski klub in ima iz tega naslova določene partnerske dolžnosti. Npr. predlog kongresnih ambadorjev, ki so na destinacijo pripeljali vidne mednarodne dogodke in negovanje stikov z njimi s ciljem, da povezava obrodi sadove v prihodnjih letih.

- **Conventa Crossover**

V Ljubljani je septembra 2025 potekal festival Conventa Crossover, namenjen organizatorjem dogodkov in strokovnjakom izkustvenega marketinga, ki se ga je udeležila vodja Kongresnega urada Bled. V okviru festivala je potekalo tudi tekmovanje za »Conventa Best Event Award«.



Slika 62: Utrinek z dogodka Conventa Crossover

- **Conventa Fam Trip**

Pred začetkom najbolj pomembne poslovne borze za MICE področje v Sloveniji, Convente, ki je potekala februarja 2025 v Ljubljani, je bila s strani Kongresnega urada Bled s pomočjo regijskih partnerjev organizirana spoznavna študijska tura Julijske Alpe: Bled, Radovljica.



Slika 63: Conventa FamTrip

Spoznavna študijska tura Julijske Alpe: Bled, Radovljica

Na turi je **10 mednarodnih udeležencev** iz agencij in združenj iz Madžarske, Srbije, Velike Britanije, Poljske, Češke, Mehike, ZDA, Kanade in Bosne in Hercegovine spoznalo bogato ponudbo destinacij Julijskih Alp.

Program prvega dne je vključil **voden ogled Bleda** z ogledom ključnih poslovnih in zgodovinskih prizorišč, kot so hotela Rikli Balance in Park, **Blejski grad** ter cerkev svetega

Martina. Udeleženci so bili deležni sprejema z graščaki, predstavitve grajske ponudbe in vinske kleti ter predstavitve certificiranih doživetij z oznako *Blejski lokalni izbor*.

Po sredinem kosilu na gradu so se udeleženci nastanili v **Rikli Balance hotelu** in imeli priložnost za mreženje ter prost čas za osebno spoznavanje destinacije. Celodnevni program je nadaljeval z doživetjem *Zveni po praznikih*, kjer so v **Sodarjevi domačiji v Bodeščah** doživeli tradicionalne praznične običaje in kulinariko iz prve polovice 19. stoletja.

Naslednji dan so si udeleženci ogledali hotelsko infrastrukturo in se peš odpravili do priveza, kjer so jih tradicionalne **pletne** popeljale na **Blejski otok**. Tam so sodelovali na delavnici peke potice ter spoznali otoško kulinariko in zgodovino.

Potovanje se je nadaljevalo v **Radovljico**, kjer so se udeleženci z vodnikom sprehodili skozi staro mestno jedro, obiskali **Čebelarski muzej**, imeli kosilo v **Hiši Linhart**, ter se preizkusili v izdelavi čokoladnih pralin — vse z namenom prikaza avtentičnih lokalnih izkušenj in kulinarike, ki destinacijo dodatno bogatita.

Takšno praktično doživljanje destinacij pod blagovno znamko Julijske Alpe udeležencem omogoča boljše razumevanje edinstvene ponudbe, ki jo destinaciji Bled in Radovljica ponujata kot poslovni in MICE destinaciji ter podpira nadaljnje vključevanje teh lokacij v programe poslovnih dogodkov in motivacijskih potovanj.

- **Conventa**

Med 19. in 20. februarjem 2025 je na Gospodarskem razstavišču v Ljubljani potekala 17. mednarodna poslovna borza industrije srečanj Conventa. Na borzi, ki je bila ponovno organizirana po novih evropskih standardih za trajnostno poročanje, se je 180 gostujočih kupcev iz 34 držav srečalo s 130 razstavljavci iz 16 držav.

Predstavnici Kongresnega urada Bled sta v sklopu borze izvedli 32 sestankov z vabljenimi gosti, navduševale so jih predvsem trajnostne prakse in avtentični motivacijski programi na temo športa in kulinarike. Največ zanimanja je bilo izkazanega za motivacijska potovanja (en. incentive), teambuildinge, programe za vodilne kadre (en. executive travel program) in za ponudnike prizorišč, ki sprejmejo do 150 udeležencev.



Slika 64: Conventa 2025

- **IMEX Frankfurt**

Med 20. in 22. majem 2025 se je Kongresni urad Bled, kot del Slovenske predstavitve, aktivno predstavil na eni najpomembnejših globalnih borz poslovnega turizma – IMEX Frankfurt 2025, ki velja za ključen dogodek v industriji srečanj, motivacijskih potovanj in konferenc. Na dogodku so se pod skupno slovensko stojnico predstavili Kongresni urad Bled, Sava Hoteli Bled in Javni zavod Brdo, skupaj z drugimi člani Kongresnega urada Slovenije. V ospredje so postavili predvsem edinstvene prednosti destinacije Bled – naravno okolje, trajnostne prakse, profesionalno infrastrukturo ter gostoljubnost, ki organizatorjem poslovnih in MICE dogodkov omogočajo celovito in navdihujočo izkušnjo. Namen udeležbe je bil krepitev mednarodne prepoznavnosti, vzpostavljanje novih poslovnih stikov ter spodbujanje povpraševanja po organizaciji srečanj, konferenc in motivacijskih dogodkov v destinaciji Bled ter nabor novega znanja, ki ga je s številnimi predavanji in delavnicami ponudil dogodek. Na borzi je bilo opravljenih 18 poslovnih sestankov.



Slika 65: Imex Frankfurt

- **Predstavitve destinacije Julijske Alpe na roadshowu „Europe Meets North America“**

V okviru mednarodnega roadshowa Europe Meets North America, ki je potekal 10. junija 2025 v Torontu (Hotel BISHA) in 12. junija 2025 v New Yorku (Hotel Pendry), so se slovenski partnerji skupaj s kolegi iz Italije in Francije predstavili izbranim buyerjem MICE segmenta. Dogodka sta bila namenjena vzpostavljanju osebnih stikov z organizatorji incentive potovanj, poslovnih srečanj manjšega do srednjega obsega ter premium doživetij z lokalnim značajem. Slovenske partnerje so zastopali: Gospodarsko razstavišče Ljubljana, Intours DMC, Julijske Alpe, Kompas Meet DMC, Kongresni urad Slovenije in Palma DMC, skupaj pa je sodelovalo 17 ponudnikov iz treh držav.

Dogodki so potekali po vnaprej pripravljenem programu, ki je vključeval postavitev ponudnikov, speed dating sestanke z izbranimi buyerji, predstavitve kongresnih uradov ter večerno mreženje. Buyerji so pokazali močno zanimanje za ponudbo Julijskih Alp kot

trajnostne, ekskluzivne in še neodkrite destinacije, predvsem za avtentična doživetja v naravi, manjše skupine, osebni pristop, lokalno kulinariko in trajnostna doživetja.

Posebno pozornost je pritegnila promocijska nagradna igra, v okviru katere so udeleženci zbirali nalepke pri različnih ponudnikih in si prislužili možnost 2-dnevnega bivanja v Julijskih Alpah z namestitvijo in edinstvenimi lokalnimi doživetji, kot so panoramska vožnja z ladjico po Bohinjskem jezeru, kulinarčni sprehodi, delavnice izdelave čokolade, obisk Blejskega gradu in "Dan z čebelami" v Kranjski Gori.

Dogodka sta preseгла pričakovanja, buyerji pa so pokazali izrazit interes za destinacijo Julijske Alpe, kar potrjuje pravilno izbiro ciljne skupine in učinkovito sodelovanje vseh partnerjev. Nadaljnje aktivnosti so bile usmerjene v follow-up sporočila in organizacijo študijskih obiskov za nagrajence, kar bo še dodatno okrepilo prepoznavnost destinacije na mednarodnem MICE trgu.



Slika 66: Europe meets NA

- **Predstavitev destinacije Julijske Alpe na IBX Catalunya**

Kongresni urad Bled je oktobra 2025 kot del slovenske delegacije sodeloval na IBX: Ibero-América Exchange Catalunya, ki je potekal od 28. do 31. oktobra v Dolce by Wyndham Barcelona Resort. Dogodek je bil zasnovan kot selektivna platforma H2H (head-to-head) sestankov, kjer so se vodilni MICE buyerji srečevali z globalnimi ponudniki v kuriranih, strateško načrtovanih srečanjih, kar je omogočilo neposredno izmenjavo informacij in kreiranje novih poslovnih priložnosti. Posebna pozornost je bila namenjena trajnostnim in družbeno odgovornim praksam v MICE industriji.

Dogodek je ponudil izjemno priložnost za mreženje z izbranimi kupci z Iberskega polotoka, Južne in Severne Amerike. Slovenija je bila za številne udeležence še neodkrita destinacija, kar je pritegnilo veliko zanimanja. Močna slovenska delegacija petih predstavnikov, v kateri je Kongresni urad Bled zastopal skupnost Julijskih Alp, je bila med opaznejšimi na dogodku. Poleg Kongresnega urada so delegacijo sestavljali Slovenska turistična organizacija, Sava Hoteli, Plaza Hotel Ljubljana in Happy Tours.

Udeleženci so sodelovali v več krogih poslovnih sestankov, panelih o trajnostnih trendih ter mreženjskih dogodkih, med drugim tudi ob ogledu vinske kleti in degustaciji penin v Codornú. Po zaključku dogodka je Happy Tours skupaj s partnerji organiziral večdnevni fam trip po

Sloveniji, v okviru katerega je 19 kupcev iz Mehike, Kolumbije, ZDA in Španije obiskalo tudi Radovljico in Bled, kar je omogočilo neposredno izkušnjo destinacije.

Udeležence so najbolj navdušila avtentična in trajnostna doživetja, naravne lepote, lokalna kulinarika ter možnost organizacije manjših, personaliziranih dogodkov – kar je posebej cenjeno pri načrtovanju motivacijskih potovanj. Osebna izkušnja na fam tripu je še dodatno utrdila zanimanje za Slovenijo in odprla nove možnosti sodelovanja.

Udeležba na IBX Catalunya je za Bled in Julijske Alpe predstavljala strateški korak v krepitev prisotnosti na špansko- in portugalsko govorečih trgih. Dodatno spodbudo pri razvoju sodelovanja je prinesla tudi nova neposredna letalska povezava med Barcelono in Ljubljano, ki jo je uvedla družba Vueling, kar je pozitivno vplivalo na dostopnost destinacije in potencial za prihodnje poslovne priložnosti.



Slika 67: Predstavitev v Catalunji

- **IBTM World Barcelona**

Bled je bil tudi letos del slovenske predstavitve na poslovni borzi IBTM World, enem osrednjih globalnih dogodkov industrije MICE, ki je potekal med 18. in 20. novembrom 2025 v Barceloni. Na slovenski stojnici se je predstavilo skoraj dvajset partnerjev, med njimi tudi JZ Turizem Bled oziroma Kongresni urad Bled. Poleg Turizma Bled sta destinacijo v Barceloni zastopala tudi Bled Rose hotel ter Sava Hoteli.



Slika 68: Sodelovanje v Barceloni

Kongresni urad Bled je v času borze opravil štirideset sestankov z organizatorji dogodkov iz Evrope, Severne in Južne Amerike, Azije ter Avstralije. Med evropskimi trgi so prevladovali Italija, Litva, Latvija, Poljska, Združeno kraljestvo, Španija, Francija, Finska in Hrvaška, med čezmorskimi pa ZDA, Kanada, Brazilija, Kolumbija, Koreja, Indija, Malezija in Kitajska.

Povpraševanja so bila konkretna, z jasnim interesom za destinacije, ki omogočajo avtentična lokalna doživetja, neposreden stik z naravnim okoljem in raznoliko ponudbo na kratkih razdaljah. Organizatorje so zanimala motivacijska potovanja za leto 2027 in v prihodnjih letih ter manjši konferenčni formati. Veliko pozornosti so namenili ponudbi Bled Local Selection, kulinariki in naravnim danostim destinacije ter sosednjih destinacij v Julijskih Alpah.

Kupcem je bil predstavljen tudi video Bleda, ki je vzbudil izredno pozitiven odziv. Video je predstavljal referenčno izhodišče pri razlagi prostora, dostopnosti in doživetij ter je pomagal pri razumevanju celotne ponudbe destinacije.

- **Marketinški pool za ameriško incentive tržišče**

Turizem Bled je v letu 2025 kot partner sodeloval v Marketinškem poolu za ameriško incentive tržišče, katerega ustanovni člani so bili KUS, Turizem Ljubljana, InterContinental hotel Ljubljana, Kempinski Palace Portorož, Jezeršek Catering, Hiša vizij in Intours DMC. Namen pool-a je bil povečanje prepoznavnosti Slovenije in Istre kot MICE destinacij ter pridobivanje novih poslovnih priložnosti na ameriškem trgu.

V okviru letnega akcijskega načrta so bile izvedene naslednje ključne aktivnosti:

- Conventa Post Tour
- Sales Call Week
- Thinking Forward by BCD
- Maritz Activate
- Fam Trip by Maritz
- Fam Trip by DMC Group

Sredstva iz prispevkov partnerjev in drugih virov so bila uporabljena za kritje stroškov letalskih kart, prevozov, vodičev, F&B, aktivnosti in daril pri fam tripih ter udeležbi na marketinških dogodkih.

- **Druženje MICE deležnikov na Bledu**

Turizem Bled in Kongresni urad Bled sta 20.8.2025 organizirala jutranje druženje MICE deležnikov, ki je potekalo v sproščenem poletnem vzdušju v ambientu **Olimpijskega veslaškega centra Bled**, enem izmed prepoznavnih prizorišč športnih in poslovnih dogodkov v destinaciji. Dogodek je udeležencem ponudil priložnost za mreženje, izmenjavo izkušenj ter krepitev sodelovanja med ključnimi deležniki industrije srečanj. Ob sveži pogostitvi, ki jo je zagotovilo podjetje **Inync**, specializirano za organizacijo motivacijskih in doživetjskih dogodkov na in ob Blejskem jezeru, je srečanje dodatno poudarilo pomen kakovostne spremljevalne ponudbe pri MICE dogodkih.



Slika 69: Vabilo na druženje MICE deležnikov

- **Družbena omrežja**

V letu 2025 smo nadaljevali z občasnim komuniciranjem prek družbenega omrežja LinkedIn, ki naslavlja poslovni segment. LinkedIn profil Kongresnega urada Bled je imel v letu 2025 77 ogledov.

Podpora velikim športnim tekmovanjem

V letu 2025 smo sodelovali in finančno podprli pomembne mednarodne prireditve na Bledu:

- BMW IBU svetnovni pokal v biatlonu, marec 2025;
- Spartan Bled, maj 2025;
- Historično lokostrelstvo na Blejskem gradu, maj 2025;
- Euro Masters Regatta Bled 2025, junij 2025
- Kolesarske prireditve KK Bled 2025, julij in oktober 2025;
- Triatlon Bled, september 2025;
- X-watters, september 2025;
- Julian Alps Trail Run, september 2025.

Več informacij si lahko preberete med dogodki.

UPRAVLJANJE ZAVODA IN DESTINACIJE

Splošni stroški

- **Upravljanje destinacije in drugi splošni stroški**

Upravljanje destinacije in drugi splošni stroški vključujejo stroške računovodstva, najemnin, amortizacije, IT, servisna dela, zavarovanja, bančne stroške, sejnine, elektrike, pisarniškega materiala, strokovne literature, poštnih in telekomunikacijskih storitev, naročnine, članarine, licence, vzdrževanja, reprezentance in drugo.

- **Zaposleni**

V zavodu je bilo 31. decembra 2025 zaposlenih enajst oseb. Pri posameznih projektih, kot so socialni mediji, prireditve, ... sodelujemo s stalnimi zunanjimi sodelavci.

Statistični pregled turističnega obiska na Bledu 2025

Po podatkih FURS oz. Občine Bled (podatki so začasni, zato lahko prihaja do odstopanj) je bilo v občini Bled v letu 2025 ustvarjenih 499.893 prihodov in 1.216.796 nočitev. Povprečna doba bivanja je bila 2,4 noči.

95,5 % prihodov so ustvarili tuji, 4,5 % pa slovenski gosti. Sicer je bilo največ prihodov iz Nemčije, Velike Britanije in ZDA.

96,4 % nočitev so ustvarili tuji, 3,6 % pa domači gosti. Največ nočitev so ustvarili Nemci, Britanci in Madžari.

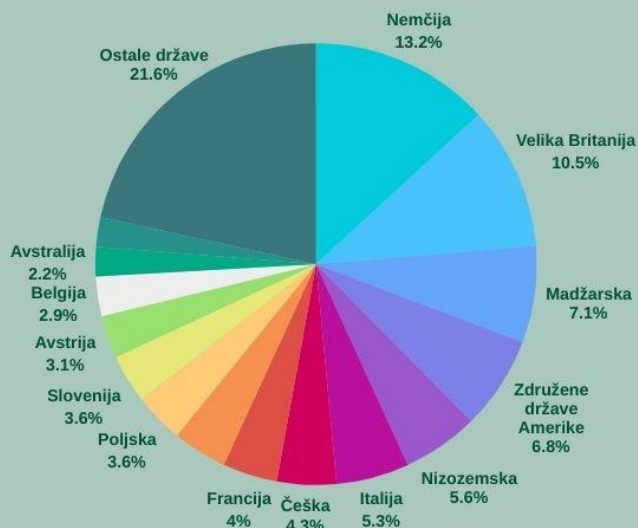
Če pogledamo 15 držav, ki so ustvarile največji delež nočitev, so nadpovprečno dobo bivanja ustvarili turisti iz Nemčije, Velike Britanije, Nizozemske, Češke, Francije, Poljske in Belgije.

država	število gostov	število nočitev	delež gostov	delež nočitev	doba bivanja
Nemčija	53.196	160.335	10,6	13,2	3,0

Velika Britanija	42.739	127.626	8,5	10,5	3,0
Madžarska	35.287	86.160	7,1	7,1	2,4
Združene države Amerike	37.855	83.212	7,6	6,8	2,2
Nizozemska	19.887	67.953	4,0	5,6	3,4
Italija	33.024	65.030	6,6	5,3	2,0
Češka	18.486	52.850	3,7	4,3	2,9
Francija	18.759	48.746	3,8	4,0	2,6
Hrvaška	25.490	48.502	5,1	4,0	1,9
Poljska	17.010	44.411	3,4	3,6	2,6
Slovenija	22.541	43.673	4,5	3,6	1,9
Avstrija	17.336	37.740	3,5	3,1	2,2
Belgija	11.450	35.411	2,3	2,9	3,1
Avstralija	12.038	26.231	2,4	2,2	2,2
Španija	10.906	26.187	2,2	2,2	2,4
Ostale države	123.889	262.729	24,8	21,6	2,1
SKUPAJ	499.893	1.216.796	100,0	100,0	2,4

Tabela 10: Turistični prihodi in nočitve v letu 2025 po državah

BLED: STATISTIČNI PREGLED PRENOČITVE PO TRGIH (2025)



Vir: Občina Bled

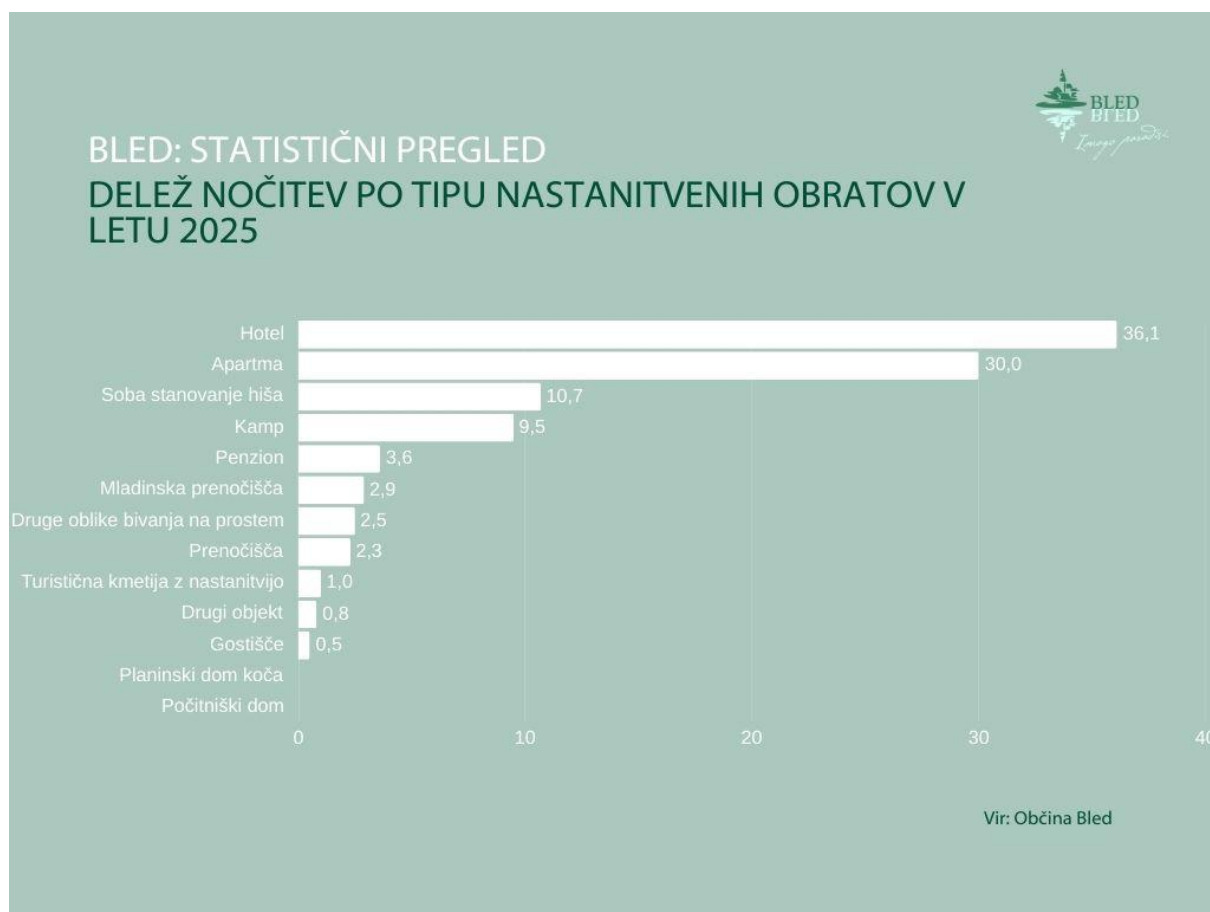
Slika 70: Delež nočitev po trgih v letu 2025

Največ gostov je bilo nastanjenih v hotelih (40,7 %), apartmajih (25,5 %) in sobah, počitniških stanovanjih ali počitniških hišah (11,3 %). Nadpovprečna doba bivanja je bila izvedena v apartmajih, kampu, na turističnih kmetijah in v počitniškem domu.

naziv	število gostov	število nočitev	delež gostov	delež nočitev	doba bivanja
Hotel	203.383	439.346	40,7	36,1	2,2
Apartment	127.539	365.499	25,5	30,0	2,9
Soba, počitniško stanovanje ali počitniška hiša	56.712	130.622	11,3	10,7	2,3
Kamp	33.556	116.195	6,7	9,5	3,5
Penzion	19.094	43.791	3,8	3,6	2,3
Mladinska prenočišča (hostel, youth hostel)	21.253	35.527	4,3	2,9	1,7
Druge oblike bivanja na prostem (glamping itd.)	13.673	30.093	2,7	2,5	2,2

Prenočišča	13.483	27.861	2,7	2,3	2,1
Turistična kmetija z nastanitvijo	3.720	11.987	0,7	1,0	3,2
Drugi nastanitveni objekti	4.334	9.356	0,9	0,8	2,2
Gostišče	2.881	5.746	0,6	0,5	2,0
Planinski domovi in kočje	257	559	0,1	0,0	2,2
Počitniški dom	8	214	0,0	0,0	26,8
SKUPAJ	499.893	1.216.796	100,0	100,0	2,4

Tabela 11: Turistični prihodi in nočitve v letu 2025 po vrstah nastanitve



Slika 71: Delež nočitev po tipu nastanitvenih obratov v letu 2025

Če primerjamo nočitve po mesecih med letoma 2025 in 2024, vidimo, da je bilo manj nočitev zgolj februarja, marca, maja in novembra, v vseh ostalih mesecih pa je bil porast glede na leto 2024.

V primerjavi z letom 2024 je število prihodov v letu 2025 naraslo za 4 % in število nočitev za 6 %.

	leto 2024			leto 2025			I 25/24	
	število prihodov	število nočitev	doba bivanja	število prihodov	število nočitev	doba bivanja	prihodi	nočitve
januar	13.292	30.685	2,31	14.442	32.785	2,27	109	107
februar	13.962	30.318	2,17	13.245	28.869	2,18	95	95
marec	21.913	44.036	2,01	16.144	34.631	2,15	74	79
april	32.026	63.287	1,98	40.662	82.807	2,04	127	131
maj	52.220	115.907	2,22	51.766	114.428	2,21	99	99
junij	57.116	137.369	2,41	62.158	156.148	2,51	109	114
julij	76.710	218.359	2,85	77.183	223.155	2,89	101	102
avgust	79.403	225.924	2,85	79.667	229.140	2,88	100	101
september	56.171	130.946	2,33	60.639	143.486	2,37	108	110
oktober	39.551	77.418	1,96	43.686	89.317	2,04	110	115
november	19.495	35.379	1,81	17.782	32.922	1,85	91	93
december	19.364	41.132	2,12	22.512	49.073	2,18	116	119
skupaj	481.223	1.150.760	2,39	499.886	1.216.761	2,43	104	106

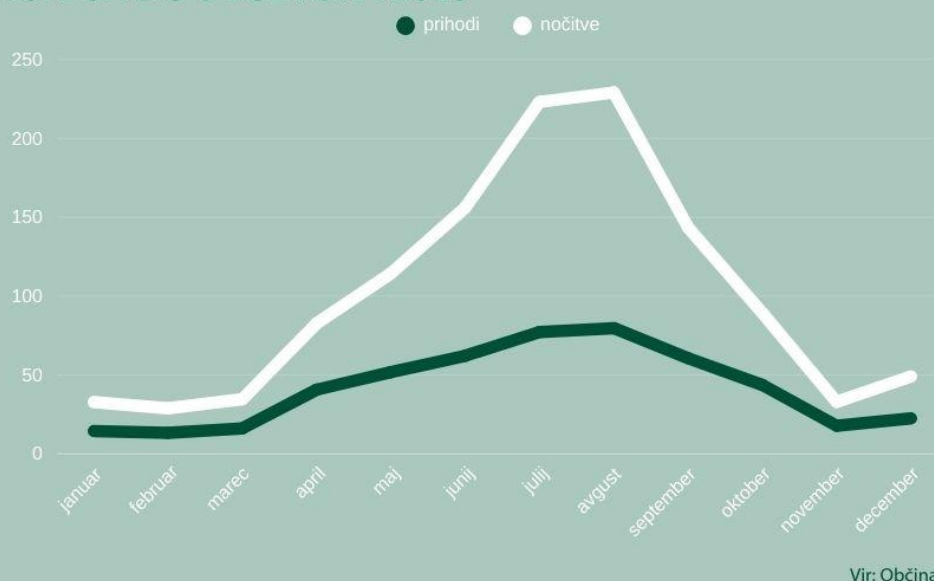
Tabela 12: Turistični prihodi in nočitve po mesecih leta 2025 in primerjava z letom 2024

V spodnji tabeli so prikazani prihodi in nočitve po mesecih leta 2025. Po deležu nočitev sklepamo, da so najbolj pogosta izbira turistov meseci od maja do septembra.

mesec	število prihodov	število nočitev	delež nočitev
januar	14.442	32.785	2,7
februar	13.245	28.869	2,4
marec	16.144	34.631	2,8
april	40.662	82.807	6,8
maj	51.766	114.428	9,4
junij	62.158	156.148	12,8
julij	77.183	223.155	18,3
avgust	79.667	229.140	18,8
september	60.639	143.486	11,8
oktober	43.686	89.317	7,3
november	17.782	32.922	2,7
december	22.512	49.073	4,0
skupaj	499.886	1.216.761	100,0

Tabela 13: Turistični prihodi in nočitve po mesecih leta 2025

BLED: STATISTIČNI PREGLED PREGLED PRIHODOV IN NOČITEV PO MESECIH OD JANUARJA DO DECEMBRA 2025



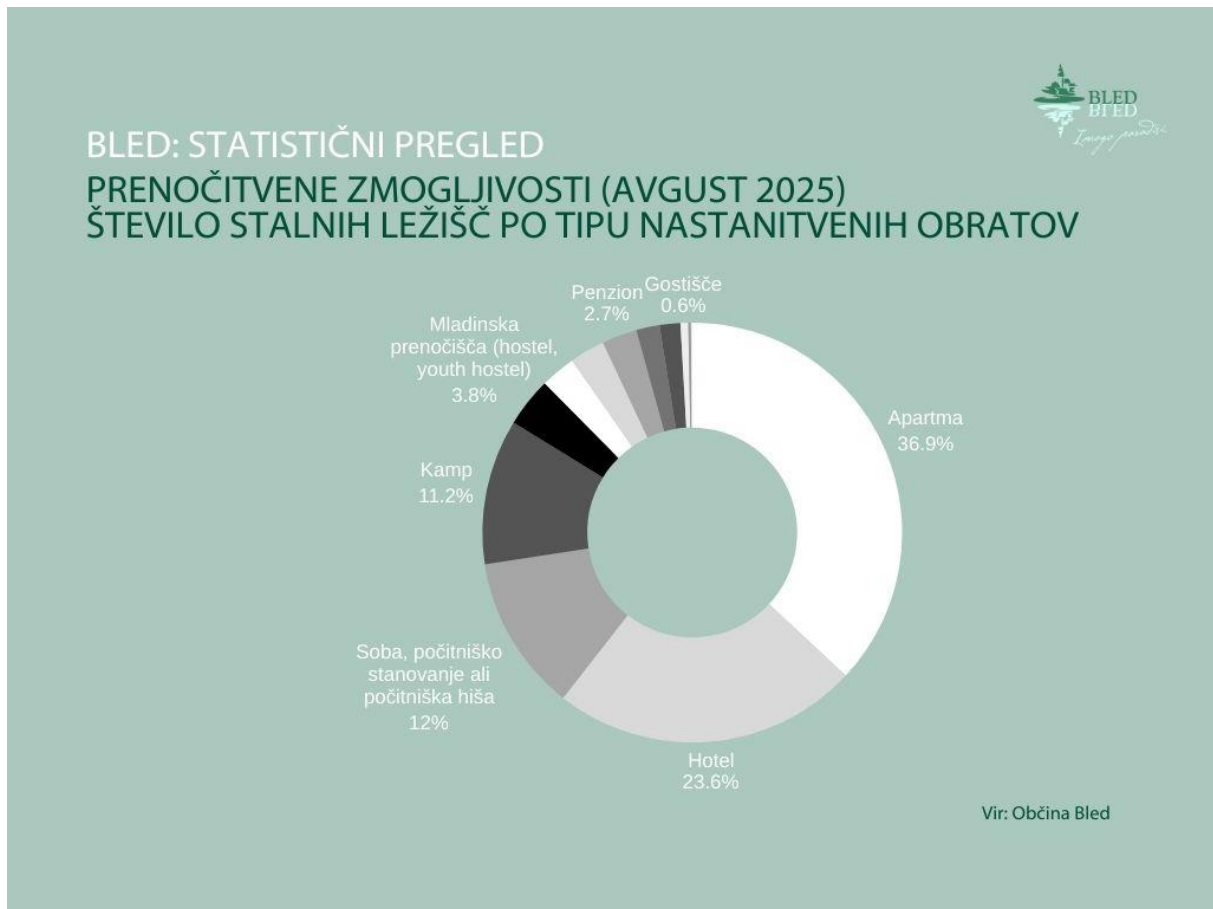
Slika 72: Pregled prihodov in nočitev po mesecih od januarja do decembra 2025

Število ležišč v občini je z 9.328 leta 2022 naraslo na 10.235 v letu 2025. Najbolj se je povečalo število ležišč v gostiščih (leta 2022 je bilo le eno, leta 2025 pa tri), drugih oblikah bivanja na prostem (glamping itd.; 61 %), turističnih kmetijah z nastanitvijo (26 %), apartmajih (18 %), sobah, počitniških stanovanjih ali počitniških hišah (17 %).

naziv	2022		2025		I ležišč 25-22
	Število nastanitven ih obratov (v 8/2022)	Ležišč a	Število nastanitven ih obratov (v 8/2025)	Ležišč a	
Hotel	23	2.400	23	2.417	101
Penzion	12	301	12	276	92
Gostišče	1	19	3	64	337
Kamp	1	1.150	1	1.150	100
Druge oblike bivanja na prostem (glamping itd.)	3	112	3	180	161
Apartmenta	444	3.205	533	3.778	118
Prenočišča	19	279	27	277	99
Turistična kmetija z nastanitvijo	7	127	7	160	126
Soba, počitniško stanovanje ali počitniška hiša	105	1.050	127	1.233	117
Planinski domovi in koč	1	12	1	12	100
Počitniški dom	2	25	1	19	76

Drugi nastanitveni objekti	8	262	10	279	106
Mladinska prenočišča (hostel, youth hostel)	13	386	12	390	101
SKUPAJ	639	9.328	760	10.235	110

Tabela 14: Število nastanitvenih obratov in ležišč v občini Bled leta 2022 in 2025



Slika 73: Število stalnih ležišč po tipu nastanitvenih obratov v avgustu 2025

FINANČNO POROČILO