



**Občina Bled**  
**OBČINSKI SVET**

**6)**

V skladu s 30. členom Statuta Občine Bled (Ur. list RS, št. 119/03 - UPB, 84/06), Vam v prilogi pošiljam v obravnavo in sprejem:

**Plan dela in finančni načrt Turizma Bled za leto 2008.**

Kot predstavnica predlagatelja bo na seji sodelovala Eva Štravs Podlogar, direktorica Zavoda Turizem Bled.

**PREDLOG SKLEPA:**

**Občinski svet Občine Bled daje soglasje k Planu dela in finančnem načrtu Turizem Bled za leto 2008.**

Janez Fajfar,  
univ.dipl.etnolog,prof.geografije  
župan Občine Bled



**Turizem Bled, zavod za pospeševanje turizma**

Cesta svobode 11, SI – 4260 Bled

Tel: +386 4 5780 500

[info@dzl.bled.si](mailto:info@dzl.bled.si)

[www.bled.si](http://www.bled.si)

# PLAN DELA IN FINANČNI NAČRT TURIZMA BLED za leto 2008

Bled, februar 2008

## Uvod

Turizem Bled deluje v skladu z veljavnim Zakonom o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT), ki je bil sprejet leta 2004.

Zakonske usmeritve so se v zadnjih desetih letih nekajkrat spremenile in se dopolnjevale. 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 tega zakona je občina Bled septembra 1999 tudi sprejela odlok o preoblikovanju Direkcije za turizem Bled v Turizem Bled.

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

**V skladu s 15. členom ZSRT je Turizem Bled konec leta 2004 od Ministrstva za gospodarstvo pridobil status, da deluje v javnem interesu na področju spodbujanja turizma.**

**ZSRT v 19.čl. zakona določa, da so občine pristojne za načrtovanje, organiziranje in izvajanje politike spodbujanja razvoja turizma na ravni turističnega območja ob upoštevanju usmeritev Strategije slovenskega turizma.**

**V skladu z ZSRT se sredstva za načrtovanje, organiziranje in izvajanje politike spodbujanja razvoja turizma na ravni turističnega območja zagotavljajo v proračunu občine iz namenskih virov financiranja spodbujanja razvoja turizma na ravni turističnega območja.**

Ti namenski viri so:

- 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 opredeljeni v 21. členu ZSRT;
- letna pavšalna turistična taksa za lastnike počitniških hiš oz. počitniških stanovanj.

## → Planirani prihodki

Planirani prihodki za delovanje Turizma Bled so sestavljeni:

- iz proračuna občine Bled – zbrana turistična taksa;
- iz proračuna občine Bled – prireditve;
- ostali viri – sofinanciranje s strani gospodarstva, lastna realizacija, dotacije.

		<b>REALIZACIJA 2007</b>	<b>PLAN 2008 v €</b>	<b>%</b>
<b>A</b>	<b>PRIHODKI</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2/1</b>
1	Proračunski viri (pror.post. 12.2.1)	354.699	360.000	101 %
2	Proračunski viri (pror.post. 7.4.2)	8.078	4.000	50 %
3	Ostali viri – lastna realizacija, sofinanciranje s strani gospodarstva	368.387	347.000	94 %
	<b>PRIHODKI SKUPAJ</b>	<b>731.164</b>	<b>711.000</b>	<b>97 %</b>

### 1. Proračunska postavka – turistična taksa (12.2.1.)

Višino turistične takse opredeljuje Zakon o pospeševanju turizma Bled, ki predpisuje višino točke. Višina takse je odvisna in jo zakon predpiše za eno leto naprej. V letu 2008 taksa ostaja na ravni iz leta 2007; to je 1,01 € za polnoletno osebo na dan.

Glede na trend povečanja realiziranih nočitev (v letu 2007 je bilo ustvarjenih 5% več nočitev kot v letu 2006), se tudi v letu 2008 pričakuje povečanje postavke zbrana sredstva turistične takse v občinskem proračunu.

Pomembna novost ZSRT je bila, da se turistična taksa ne upošteva pri izračunu obsega lastnih prihodkov za posamezno občino iz 1.odst. 25.čl. Zakona o financiranju občin.

Planirana višina sredstev Turizma Bled iz proračunske postavke turistična taksa predstavljajo 72 % zbrane takse.

### 2. Proračunska postavka – prireditve (7.4.2.)

Turizem Bled je že nekaj let organizator ali soorganizator nekaterih krajevnih prireditev - pust, velika noč, Miklavžev vikend, programi za otroke....

Na osnovi sprejetih sklepov Prireditvenega sveta se stroški organizacije in izvedbe prireditev pokrivajo tako iz postavke turistična taksa 12.2.1. kot tudi iz postavke prireditve v občini 7.4.2.

### 3. Ostali viri

- **Pomemben del našega programa so skupne tržne in promocijske aktivnosti s turističnim gospodarstvom na Bledu.**

Zavedanje kako pomembni so sinergijski učinki, ki jih prinesejo samo skupno delo in sodelovanje; po eni strani ter rast stroškov za »solo« tržne in promocijske aktivnosti; po drugi strani; so nas zadnja leta še bolj povezali v skupnem prizadevanju po bolj učinkovitem trženju in iskanju novih produktov in velikih prireditev.

S sofinanciranjem turističnega gospodarstva se izkaže tudi njihov interes za planirane aktivnosti oz. združevanje javnih in privatnih interesov.

Skupni projekti pri katerih na osnovi letnih dogovorov o sodelovanju združujemo aktivnosti in sredstva s turističnim gospodarstvom so:

- skupni nastopi na sejmih in borzah – 12.000 €
- propagandni materiali – 20.000 €
- obiski študijskih skupin in novinarjev – 6.300 €
- programi pospeševanja in trženja zime – 25.000 €

**Za našete projekte v skladu s sprejetim dogovorom planiramo sofinanciranje turističnega gospodarstva v višini 63.300€.**

- **V skladu z zakonskimi izhodišči z lastnimi tržnimi aktivnostmi realiziramo prihodke:**

- trženjem turističnih infrastrukturnih objektov – 40.000 €
- trženjem oglasnega prostora v tiskovinah – 20.000 €

- s prodajo blaga - 11.700 €
- pridobivanje sponzorskih sredstev - 12.000 €
- trženje programov pospeševanja prodaje zime - 75.000 €
- drugi prihodki od trženja posebnih programov in prireditvev - 125.000 €

#### 4. Razpisi in dotacije

Vstopili smo že v obdobje finančne perspektive 2007 – 2013 in vključeni smo v aktivnosti pri izvedbi regijskega projekta Sonaravni razvoj turizma na Gorenjskem, ki ga vodi BSC Kranj. Prizadevali si bo, da bo Bled in Julijske Alpe priznana kot blagovna znamka regije. V okviru projekta bomo sooblikovali regijske turistične produkte, ki so predvideni v projektu in s tem povečali možnosti za boljše trženje Bleda tudi v mesecih, ko je zasedenost slabša.

S strani STO pričakujemo tudi razpisih za področje destinacijskega managementa in priprava integralnih turističnih produktov.

V letu 2008 s strani STO ne pričakujemo posebnih razpisov za pospeševanje prodaje.

Del aktivnosti STO-a za leto 2008 pa bo usmerjeno v akcije pospeševanje prodaje na izbranih trgih. Poudarek je na partnerskih aktivnostih, ki združujejo javno – privatno partnerstvo.

#### → Planirani odhodki

		<b>REALIZACIJA 2007</b>	<b>PLAN 2008 V €</b>	<b>%</b>
<b>B</b>	<b>ODHODKI</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2/1</b>
1	Razvojni projekti	23.957	39.200	164 %
2	Prireditve na Bledu	126.025	129.300	103 %
3	Krajevna promocija, tržno komuniciranje	118.791	110.500	93 %
4	Produkti, razvoj in trženje, zima	124.403	118.000	95 %
5	Stroški lastne realizacije	103.017	100.000	97 %
6	Stroški dela	155.849	135.000	87 %
7	Stroški materiala in storitev	46.497	47.000	101 %
8	Sofinanciranje TIC pri TD Bled	27.124	29.000	107 %
10	Amortizacija OS	2.866	3.000	105 %
	<b>ODHODKI SKUPAJ</b>	<b>728.529</b>	<b>711.000</b>	<b>98 %</b>

#### → Planiran poslovni rezultat

V letu 2008 planiramo pozitiven poslovni rezultat.

##### 1. Razvojni projekti

Turizem Bled v letu 2008 planira predvsem nadgradnjo svojih aktivnosti.

Skrb za ažurirano spletno stran [www.bled.si](http://www.bled.si) s strani ponudnikov je pomemben del naših aktivnosti.

Konec leta 2007 smo predstavili **ново tržno znamko blejskega turizma**, ki je bila lepo sprejeta. Implementacija le-te in seveda zaščita znaka ter izdelava priročnika celostne grafične podobe so aktivnosti, ki jih bomo vezano na CGP izpeljali v letu 2008.

**Kartica gosta** nam bo omogočila povezovanje turističnih ponudnikov in boljša informacija gostu o kulturni, športni in kulinarčni in drugi ponudbi na Bledu.

V letu 2008 smo se pridružili združenju **Alpine Pearls**.

Združenje Alpine Pearls povezuje 20 alpskih turističnih krajev s poslušom do sonaravnega razvoja in ohranjanja narave, predvsem pa občine, ki namenjajo sredstva in znanje v iskanje novih možnosti razvoja turizma ob upoštevanju naravi prijaznih sredstev transporta. Njihov skupni slogan je »Soft Mobility« - naravi prijazen transport. Vsi kraji, ki so partnerji v projektu, so dostopni z vlakom.

Partnerji v projektu so sledeči kraji:

**Avstrija:** Werfenweng, Hinterstoder, Neukirchen am Grossvenediger;

**Nemčija:** Bad Reichenhall, Berchtesgaden;

**Francija:** Les Gets, Morzine-Avoriaz, Villard de Lans;

**Italija:** Chamois, Sauris, Forni di Sopra, Pieve di Cadore, Feltre, Villnöss, Ratschings, Karneid-Steinegg, Tiers, Welschnofen, Deutschnofen;

**Švica:** Arosa, Interlaken.

Ob branju zgoraj omenjenih imen ugotovimo, da so v Pearls Alps združene najlepše in najmikavnejše alpske destinacije.

Skupni cilji in ugodnosti so v skupni promociji in pozicioniranju alpskega turizma, okolju prijazni mobilnosti, atraktivnih aktivnostih v alpskem prostoru, nastopih na evropskih in svetovnih trgih pod enotno blagovno znamko, izmenjava izkušenj. V letu 2008 se planirata posebni predstavitvi Alpine Pearls na borzah v Münchnu in Berlinu.

Skupna promocija je odmevnejša in seveda cenovno ugodnejša.

Prepričani smo, da bi z aktivno vključitvijo v združenje pridobili:

- skupne marketinške aktivnosti na sejnih, borzah, v medijih, z organizatorji potovanj;
- vključitev na skupno spletno stran;
- mednarodni tiskani promocijski material v več jezikih;
- intenzivno sodelovanje z mediji v posredovanju informacij, ponudb, promocijskega materiala;
- izmenjavo izkušenj z evropsko turistično elito;
- vključitev med omenjene elitne kraje pomeni zagotovilo združenja, da kraj tja resnično spada, gostje bolj zaupajo promociji in se lažje odločijo za destinacijo.

**Predsedovanje Slovenije EU** bo zaznamovalo prvo polovico leta 2008. Prepričani smo, da bo Bled kot turistični in protokolarni kraj igral pomembno vlogo. Glede na naše izkušnje in kontakte se bomo vključevali v protokolarni del obiskov, predvsem v povezavi z obiski novinarjev in poskrbeli, da bodo dobili vse potrebne materiale in informacije.

V letu 2008 planiramo nov projekt na temo kulinarike. Povezali bomo vse ključne partnerje na Bledu in okolici in jim skupaj z avtorji predstavili tudi slovensko kulinarčno strategijo. Izdali bomo kulinarčni vodniček.

V lanskem letu smo med najpomembnejše in finančno najbolj zahtevne projekte opredelili vzpostavitev novega turistično informacijskega centra skupaj s Triglavskim narodnim parkom. Kljub načelnemu strinjanju s projektom pa se na TNP ne morejo odločiti za ta pomemben korak saj so večino energije usmerili v pripravo novega zakona o TNP.

TNP skrbi za naš edini narodni park in ravno zato je samo v sodelovanju s turizmom priložnost za uravnotežen razvoj zavarovanih območij, po drugi strani pa se zavedamo, da je ravno naravna in kulturna dediščina osrednja vrednota nadaljnjega razvoja turizma v destinaciji. Zato bomo s prizadevanji in kontakti nadaljevali tudi v letu 2008.

## **2. Prireditve na Bledu**

Med tradicionalnimi prireditvami tako finančno kot po organizacijski plati izstopajo blejski dnevi. Stanje infrastrukture na blejski promenadi (elektrika in voda) je kritično in brez investicije na tem področju je priprava prireditve ogrožena.

Blejsko poletje je sestavljajo prireditve, ki jih poleg Turizma Bled organizirajo tudi drugi; po novem še Zavod za kulturo, hoteli ter drugi organizatorji, ki so prireditve prijavili na razpis za prireditve občine Bled.

Turizem Bled zbere nabor vseh dogajanj v poletnih mesecih in izda knjižico program prireditve v 4 jezikovnih verzijah.

Med ostale tradicionalne blejske prireditve pri katerih bolj (kot organizatorji) ali manj sodelujemo pa sodijo:

- Novoletni koncert
- Pustne prireditve
- Velikonočne prireditve
- Blejski dnevi

- Tradicionalne blejske prireditve v okviru Blejskega poletja (julij in avgust različne prireditve po različnih lokacijah na Bledu – grad, Zdraviliški park, Trgovski center)
- Veseli december – prireditve od Miklavža, sejma, Božička, Legende o potopljenem zvonu, Kroga prijateljstva, silvestrovanja na prostem do novoletnega ognjemeta
- Festival Bled
- Okarina etno festival
- Med ostale prireditve so vštete manjše tradicionalne prireditve, ki se na Bledu realizirajo med letom (Riklijevi športni dnevi, Triatlon itd..)

V letu 2008 planiramo nekaj novih prireditev, ki naj bi imele pozitivne promocijske učinke in na daljši rok tudi vplivale na ustvarjene nočitve.

#### - Mednarodni Balonarski festival Bled 2008

Sprejeli smo pobudo kluba Skywalkers za soorganizacijo Mednarodnega balonarskega festivala Bled 2008. Pričakujemo, da se bo festivala udeležilo okoli 15 balonov iz 5 držav in, da bo festival popestril sicer mirno februarsko dogajanje na Bledu. Ker gre za prvo leto festivala smo planirali, da kot soorganizatorji delno pokrijemo stroške goriva, ter sodelujemo pri promociji in izvedbi festivala.

#### - 25. Šahovski festival Bled

Šah ima na Bledu res bogato tradicijo, ki sega vse v leto 1931. Številni pomembni turnirju ter seveda Šahovska olimpiada leta 2002 so Bled vsekakor res označili kot »najznamenitejše šahovsko mesto na svetu«. Pokroviteljstvo festivala je prevzel minister dr. Milan Zver. Za jubilejni Šahovski festival smo planirali sredstva v višini 3.000 €.

### 3. Krajevna promocija in tržno komuniciranje

Glede na sprejem nove celostne grafične podobe konec leta 2007 planiramo, da bomo v letu 2008 posodobili večino promocijskih materialov – od splošnega prospekta do edicij, ki jih vsako leto natisnemo vezano na dogodke in sezone.

- **tiskani promocijski materiali Bled** – v skladu z novo celostno grafično podobo bomo natisnili – krajevni prospekt, cenik 2008 in 2009, mini info, zimski prospekt, letaki - flajerji,
- **tiskani promocijski materiali Julijske Alpe** – projekt poteka v sodelovanju z STO, Bohinjem, Bovcem, Kranjsko Goro in Sotočjem ter turističnimi ponudniki v kraju. Ker je prospekt popolnoma pošel smo se v začetku leta odločili za ponatis z minimalnimi korekturami v drugi polovici leta pa bomo pristopili k novemu prospektu JA.
- **Sejemske in borzne predstavitve** ter organizacija tržnih nastopov v Sloveniji in v tujini poteka v sodelovanju s turističnim gospodarstvom, kraji v skupnosti JA ter STO. Težili bomo k še bolj usklajenemu načinu nastopov tako na nivoju kraja kot skupnosti Julijske Alpe z namenom, da smo na racionalen način zastopani na čim večjem številu manifestacij. Tako se skupni splošni stroški nastopov (pulti, informatorji) delijo med kraje skupnosti Julijske Alpe (Bled glede na obstoječe kapacitete prevzema 34% stroškov), medtem ko ostali stroški (najem poslovne mize in udeleženci) bremenijo turistično gospodarstvo. V skladu s trendi na STO in odločitvijo tur.gospodarstva je zmanjšano število splošnih predstavitev na sejmih in borzah, povečane pa bodo aktivnosti na področju workshopov in organizaciji obiskov študijskih skupin tujih agentov.
- Povečane aktivnosti vezani na slovensko predsedovanje EU
- Večje tržne aktivnosti na tržiščih s katerimi smo v let 2007 oz. bomo v letu 2008 uvedli nove avio povezave – predvsem Skandinavije – Helsinki, Cobenhagen, Stockholm,
- Oglasi v medijih so glede na zelo omejena sredstva dobro premišljeni in podkrepjeni z dodatnimi akcijami pospeševanja prodaje.
- Nadaljnjo izjemno pomembno aktivnost predstavljajo tudi **obiski tujih novinarjev**, poslovnih partnerjev, študijskih skupin, TV ekip in drugih predstavnikov medijev, ki Bledu zagotavljajo predstavitve na nacionalnih televizijah, časopisih in specializiranih revijah, turističnih publikacijah, internetu. V teku leta pričakujemo okoli 1000 udeležencev študijskih skupin in novinarjev, ki jih na Turizmu Bled sprejmemo in oskrbimo s potrebnimi informacijami.

#### **4. Produkti, razvoj in trženje, zima**

Kljub prizadevanjem in aktivnostim v zadnjem obdobju meseci od novembra do aprila predstavljajo kar velik problem. Pozitivno izstopajo božični prazniki, novo leto ter nekaj tednov v januarju in februarju, ki pa so povezani s počitnicami na Hrvaškem, Srbiji, Angliji in na Irskem.

Zima na Bledu je še vedno velik izziv, saj nam podatki kažejo, da v štirih mesecih od junija do septembra realiziramo kar 60% nočitev. Zato bomo tudi v bodoče razvijali že zastavljene **zimske produkte**:

- zagotavljanje enotne smučarske vozovnice »ski pass«, ki vključuje 8 smučarskih centrov in smučarski avtobus, ki povezuje tri centre (Kobla, Vogel in Krvavec).
- Svetovni pokal v biatlonu bo v letu 2008 v začetku decembra. Nadaljevali bomo z aktivnostmi kako povabiti čim več obiskovalcev na Pokljuko, predvsem pa tudi navijačev iz tujine, ki bi več dni preživel na Bledu (trženje posebnih »biatlonskih aranžmajev«).
- Urejene tekaške proge na Bledu v okolici in na Pokljuki so ob ugodnih snežnih razmerah dodatna pridobitev za turistično ponudbo.
- **Velike mednarodne prireditve v letu 2008** – 40. blejsko srečanje PEN, Evropsko mladinsko prvenstvo v golfu za dečke, 55 letnica Avsenikove glasbe,
- **Protokol** – Bled je vedno bil pomemben kraj pri organizaciji protokolarnih obiskov na najvišji ravni. Turizem Bled bo tudi v letu 2008, ko bo prvih 6 mesecev še bolj aktivnih redno sodeloval z različnimi ministrstvi pri organizaciji blejskih obiskov.
- Aktivno sodelovanje pri pripravah na Svetovno prvenstvo v veslanju – Bled 2011 in svetovnem pokalu 2010
- Aktivno sodelovanje pri pripravi projekta Masters 2010

#### **5. Stroški lastne realizacije**

V letu 2008 planiramo naše aktivnosti vezane na trženje turističnih programov, ki naj bi posledično povečali ustvarjene nočitve. Ti stroški se delijo predvsem na organizacijo in izvedbo športnih, kulturnih in incentive programov, ki vključujejo objekte turistične infrastrukture (najemnine), organizacija prireditve HIT Parada, nabava blaga za nadaljnjo prodajo in ostalo.

#### **6. Stroški dela**

V javnem zavodu Turizem Bled smo leto 2008 pričeli le trije zaposleni, ob administrativni pomoči študentke. Vsekakor bomo v letu 2008 – v skladu s sistemizacijo delovnih mest na Turizmu Bled morali pridobiti novega sodelavca/ko, saj je obseg planiranih aktivnosti trije zaposleni fizično ne morejo opraviti. Zavedamo se tudi pomembnih izzivov, ki jih bomo sprejeli na Turizmu Bled v smislu razvoja turističnega destinacijskega menagementa na Bledu kjer želimo odigrati ključno vlogo.

#### **7. Stroški materiala in storitev**

Poslovni prostori Turizma Bled bodo v letu 2008 verjetno še v Festivalni dvorani in najemnino plačujemo Zavodu za kulturo Bled.

#### **8. Sofinanciranje TIC pri TD Bled**

V skladu z zakonom, ki nas obvezuje k organizaciji dejavnosti »informiranje turistov, ugotavljanje mnenj obiskovalcev...« imamo podpisan dogovor s Turističnim društvom Bled za opravljanje dejavnosti TIC - nudenja informacij gostom, ki ga opravlja TD Bled. TD Bled izdaja mesečne zahtevke za sofinanciranje dejavnosti TIC-a, skupaj s kratkim poročilom o mesečnih aktivnostih TIC-a.

Ne glede na planirano vzpostavitev novega informacijskega središča v sodelovanju s TNP na vstopni lokaciji na Bled (ko bo do tega prišlo), ostaja TIC v TD Bled kot info točka za blejske goste.



<b>VRSTA PRIHODKA</b>	<b>REALIZACIJA 2007</b>	<b>PLAN 2008</b>	<b>%</b>
Proračunski vir - turistična taksa (12.2.1.)	354.699	360.000	101%
Proračunski vir - prireditve (7.4.2.)	8.078	4.000	50%
Ostali viri	368.387	347.000	94%
<b>PRIHODKI SKUPAJ</b>	<b>731.164</b>	<b>711.000</b>	<b>97%</b>
<b>VRSTA ODHODKA</b>	<b>REALIZACIJA 2007</b>	<b>PLAN 2008</b>	<b>%</b>
<b>Razvojni projekti</b>	<b>23.957</b>	<b>39.200</b>	<b>164%</b>
Elektronske povezave in poslovanje	5.132	5.000	97%
Izobraževanje	2.188	2.000	91%
Celostna grafična podoba CGP	14.564	5.000	34%
Razvoj novih produktov (kartica gosta)		10.000	
Članstvo Alpine Pearls		10.000	
Predsedovanje Slovenije EU		5.000	
Razvoj produktov	2.073	2.200	106%
<b>Prireditve na Bledu</b>	<b>126.025</b>	<b>129.300</b>	<b>103%</b>
Blejski dnevi	37.409	37.000	99%
Blejsko poletje	22.650	23.000	102%
Novoletni koncert	15.862	15.000	95%
Veseli december	20.450	25.000	122%
Festival Bled	6.300	6.300	100%
Okarina festival	3.071	3.000	98%
Ostale prireditve (pust, velika noč, Rikljev šp.dnevi, Triatlon,...)	20.284	15.000	74%
Balonarski festival		2.000	
25. šahovski festival		3.000	
<b>Krajevna promocija, tržno komuniciranje</b>	<b>118.791</b>	<b>110.500</b>	<b>93%</b>
Tiskani promocijski materiali - Bled (splošni prospekt Bleda, mini info, individualni cenik, koledar prireditev, tematski letaki,...)	39.706	45.000	113%
Tiskani promocijski materiali - JA	2.241	2.500	112%
Sejemske predstavitve (samostojne, skupni pult JA)	49.328	35.000	71%
Oglasi v medijih (tiskani, elektronski, avdio in video)	14.835	15.000	101%
Obiski novinarjev in študijskih skupin	12.680	13.000	103%
<b>Produkti, razvoj trženje, zima</b>	<b>124.403</b>	<b>118.000</b>	<b>95%</b>
Zima na Bledu	119.287	115.000	96%
Velike prireditve (biatlon, Bled 2011,...)	5.116	3.000	59%
<b>Stroški lastne realizacije</b>	<b>103.017</b>	<b>100.000</b>	<b>97%</b>
<b>Stroški dela</b>	<b>155.849</b>	<b>135.000</b>	<b>87%</b>
<b>Stroški materiala in storitev</b>	<b>46.497</b>	<b>47.000</b>	<b>101%</b>
<b>Dejavnost TIC pri TD</b>	<b>27.124</b>	<b>29.000</b>	<b>107%</b>
<b>Amortizacija OS</b>	<b>2.866</b>	<b>3.000</b>	<b>105%</b>
<b>ODHODKI SKUPAJ</b>	<b>728.529</b>	<b>711.000</b>	<b>98%</b>
<b>RAZLIKA (PRIHODKI - ODHODKI)</b>	<b>2.635</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

## → Cilji, ki jih v letu 2008 želimo uresničiti

Na Turizmu Bled sledimo ciljem, ki smo jih opredelili že v Programu razvoja turizma v občini Bled 2004, ter Viziji dolgoročnega razvoja turizma, ki jo je v letu 2005 sprejel tudi občinski svet.

Med splošnimi, strateškimi cilji, ki smo jih opredelili v omenjenih vizijah smo posebej izpostavili določene na katere nimamo neposrednega vpliva. Kljub temu pa menimo, da s svojimi delom, znanjem in aktivnostmi tako lokalno kot na državnem nivoju, lahko pripomoremo k zagotavljanju turizmu bolj prijaznemu okolju.

V viziji opredeljeni cilji ostajajo naša prioriteta tudi v letu 2008:

- nadaljevanje partnerskega odnosa javnega in zasebnega sektorja;
- razviti Turizem Bled kot upravljalsko organizacijo destinacije – DMO Bled;
- utrjevati celostno grafično podobo in image Bleda;
- voditi dialog z velikimi lastniki turističnih kapacitet, javnim sektorjem in lokalnim okoljem;
- izvajati programe internega komuniciranja v kraju in eksternega tržnega komuniciranja.

Samo poslovno pozitivno okolje, naklonjeno turizmu lahko pripelje do zelenih ciljev:

- povečanje števila turističnih kapacitet;
- povečati število delovnih mest;
- porast celotnega prihodka na zaposlenega in na prebivalca;
- prometno in splošno urejen Bled v zadovoljstvo lokalnih prebivalcev in gostov;
- zvišati kakovost turističnih storitev.

Turizem Bled s povezovanjem javnega in privatnega interesa sledi skupnim interesom za razvoj blejskega turizma in svoje aktivnosti usmerja k doseganju naslednjih ciljev:

- povečati in izboljšati promocijo in trženje blejske turistične ponudbe v Sloveniji in v svetu;
- zadovoljstvo uporabnikov pri uporabi spletne strani [www.bled.si](http://www.bled.si);
- pridobitev sredstev na javnih razpisih;
- povečanje prisotnosti in prepoznavnosti na primarnih (Anglija, Nemčija, Italija – sploh glede na dejstvo, da zadnja dva trga stagnirata) kot tudi na (trenutno še) sekundarnih tržiščih (Španija, Skandinavija, ZDA);
- kreiranje novih produktov, ki bodo pripomogli k boljši zasedenosti v mesecih izven glavne sezone.

Bled, februar 2008

Eva Štravs Podlogar  
direktorica



Lili Ošterbenk Janša  
Diana Šebat