



Turizem Bled, zavod za pospeševanje turizma

Cesta svobode 11, SI – 4260 Bled

Tel: +386 4 5780 500

info@dzt.bled.si

www.bled.si

REBALANS FINANČNEGA NAČRTA TURIZMA BLED ZA LETO 2015

Bled, maj 2015

REBALANS FINANČNEGA NAČRTA TURIZMA BLED ZA LETO 2015

Uvod

Rebalans finančnega načrta se navezuje na spremembe pri vodenju in izvajanju strategije Turizma Bled ter na dejstvo, da je v občinskem proračunu Bled in posledično v proračunu RDO namenjenih manj proračunskih sredstev kot v predhodnem letu.

Pri tem ne moremo mimo dejstva, da je bilo veliko aktivnosti opredeljenih v predlogu finančnega načrta za leto 2015 do zdaj že opravljenih, zato v rebalansu finančnega načrta opredeljujemo še dodatne aktivnosti oz. dejavnosti, ki jih bomo opravili do konca leta, te pa bodo predstavljale izhodišče za nadaljno delo v letu 2016.

Na nacionalnem nivoju je Vlada RS sprejela sklep o povišanju točke za izračun **TT**, ki se je v **letu 2015 povišala s 1,01 EUR na 1,265 EUR**, kar posledično pomeni večji priliv sredstev v občinski proračun in možnost za dodatna vlaganja v turistično dejavnost.

Vse dejavnosti Turizma Bled bomo upravljali v skladu z Zakonom o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT), pri čemer bomo za kvalitetno izpolnjevanje vseh obveznosti aktivno sodelovali z vsemi deležniki na Bledu.

- 1. Informacijsko turistična dejavnost, ter spodbujanje razvoja celovitih ITP turističnega območja**
- 2. Trženje celovite turistične ponudbe na ravni turističnega območja**
- 3. Razvoj in vzdrževanje skupne turistične infrastrukture**
- 4. Razvoj in vzdrževanje javnih površin namenjenih turistom**
- 5. Organizacija in izvajanje prireditev**
- 6. Ozaveščanje in spodbujanje lokalnega prebivalstva za pozitiven odnos do turizma in turistov**
- 7. Druge storitve, ki jih v turističnem območju brezplačno nudijo turistom**

Vsebinska in finančna struktura rebalansa finančnega načrta za leto 2015

V skladu z Zakonom o spodbujanju razvoja turizma se zbrana sredstva turistične takse iz občinskega proračuna namenjajo za delovanje, pospeševanje in razvoj turizma v kraju. Proračun Občine Bled po postavkah loči:

- **Dejavnosti v javnem interesu** – sem so vključeni stroški dela in materialni stroški, ter stroški za delovanje 2 informacijskih točk – TRB in TIC pri TD Bled ter koordinacija turističnih društev v občini.
- **Projektne dejavnosti** – vključeni razvojni projekti, krajevna promocija in organizacija prireditev.
- **RDO Gorenjska** – Turizem Bled je tudi za leto 2015 pridobil pooblastilo sveta regije za vodenje RDO kot regijske destinacijske organizacije.

PRIHODKI

Tabela št.1: Razdelitev prihodkov Turizma Bled v letu 2015 in primerjava z realizacijo v letu 2014

REALIZACIJA 2014	PLAN 2015	PLAN 2015 sredstva TT	PLAN 2015 ostali viri
-----------------------------	----------------------	----------------------------------	----------------------------------

PRIHODKI				
Proračun Občine Bled - dejavnost v javnem interesu	221.000	221.000	221.000	
Proračun Občine Bled - projektne dejavnosti	170.000	154.000	154.000	
RDO Gorenjska	109.000	76.906	18.000	58.906
Ostali viri	277.694	241.906		241.906

Višina postavke namenjene za dejavnosti v javnem interesu ostaja nespremenjena, in sicer v višini 221.000 EUR, pri čemer se občutno znižanje beleži na postavki projektne dejavnosti. Postavka se je znižala s 170.000 EUR na 134.000 EUR.

Po dogovoru z občino bo dodatnih 20.000 EUR namenjenih iz občinske rezerve, saj je precej obveznosti iz leta 2014 zapadlo v plačilo šele v letu 2015 in s tem neupravičeno oz. nenačrtovano bremeni letošnji proračun Turizma Bled. Sredstva bodo v celoti namenjena za razvojni projekt implementacije destinacijskega informacijskega sistema. S tem se je celotni proračun povečal na 154.000 EUR. Od navedenega zneska je potrebno odšteti strošek pregleda poslovanja za leto 2013 v višini 3.000 EUR, tako, da je proračun za projektne dejavnosti realno manjši za 19.000 EUR v primerjavi s predhodnim letom. Prav tako je potrebno izpostaviti, da je 40.000 EUR za razvojne aktivnosti občina zadržala v svojem proračunu in jih bo izvedla po dogovoru s Turizmom Bled in TD Bled prednostno za ureditev nekaterih poškodovanih pešpoti in pripravo projektne dokumentacije za ustrezno označevanje in trasiranje tematskih poti.

Do zmanjšanja sredstev je prišlo tudi pri RDO, in sicer je sredstva za delovanje in izvajanje planiranih aktivnosti RDO zagotovilo 16 gorenjskih občin, pogodbe nista podpisala župana Bohinja in Cerkelj, kar finančno pomeni 13.094 EUR sredstev manj od predvidenega proračuna v višini 90.000 EUR. Navedeno pomeni krčenje letnega programa.

Zaradi zmanjšanja proračuna za delovanje Turizma Bled, kakor tudi proračuna za delovanje RDO se planira sorazmerno zmanjšanje ostalih virov za leto 2015, ki so v soodvisnosti, in sicer z 277.694 EUR na 242.000 EUR.

ODHODKI

Tabela št. 2: Sofinanciranje dejavnosti Turizma Bled in TD Bled v javnem interesu v letu 2015 in primerjava z realizacijo v letu 2014

REALIZACIJA 2014	PLAN 2015	PLAN 2015 sredstva TT	PLAN 2015 ostali viri
-----------------------------	----------------------	----------------------------------	----------------------------------

ODHODKI				
Dejavnosti v javnem interesu				
Stroški dela	140.061	135.000	110.000	25.000
Turistično-informacijska dejavnost in delovanje TD Bled	95.000	81.000	81.000	0
Infocenter Triglavska roža Bled	38.000	38.000	38.000	0
TIC pri TD Bled	29.000	29.000	29.000	0
Koordinacija TD	14.000	14.000	14.000	0
Investicija TD Bled	14.000	0	0	0
Stroški materiala in storitev ter amortizacija	36.000	30.000	30.000	0
SKUPAJ	266.000	246.000	221.000	25.000

Pri planiranih stroških dela je že zajeta plača bivše direktorice »od januarja do maja 2015«, pri čemer se zaradi višjih stroškov dela do konca leta 2015 ne planira nadomeščanje delavke, ki z mesecem avgustom predvideno odhaja na porodniško. V tem času se bodo vse naloge Turizma Bled in RDO razdelile med ostale tri delavke in direktorja.

Zaradi podaljšanega delovnega časa Infocentra od 15.4. do 15.11.2015 in povezanega večjega obsega dela, sta s strani Turizma Bled za to obdobje zaposlena dva informatorja, pri čemer enemu informatorju poteče pogodba za določen čas z dnem 16. 11.2 015, ko se ponovno prične skrajšani delovni čas Infocentra.

Tudi sicer vidimo središče destinacijskega delovanja ravno iz Infocentra. Tako kot v vodstvu Turizma Bled smo na TNP soočeni s kadrovskimi menjavami. Menimo, da bo sodelovanje še naprej uspešno oz. ga bomo nadgradili ravno v okviru skupnega upravljanja Infocentra.

V Infocentru smo s pomočjo partnerstva s podjetjem BTC d.d. pričeli s trženjem koles. Prav tako že tržimo ponudbo Infrastrukture Bled »sankališče na Straži in Grajsko kopališče«. V nadaljevanju načrtujemo dopolniti ponudbo še z Zavodom za kulturo Bled s paketno ponudbo obiska na Blejskem gradu. Samo ponudbo bomo postopoma nadgrajevali z vsemi ostalimi zainteresiranimi ponudniki namestitvev in aktivnosti.

Tabela št. 3: Plan projektne dejavnosti Turizma Bled v letu 2015 in primerjava z realizacijo v letu 2014

	REALIZACIJA 2014	PLAN 2015	PLAN 2015 sredstva TT	PLAN 2015 ostali viri
Projektne dejavnosti				
RDO Gorenjska	108.480	76.906	18.000	58.906
Razvojni projekti	138.531	104.500	64.000	40.500
Informacijski sistem tur. destinacije	0	20.000	20.000	0
Kongresni urad (Conventa,...)	28.986	7.500	7.500	0
Trženje ITP (spreh.poti, hop on/off, izobraževanje, aranžmaji)	19.340	9.000	5.000	4.000
Podpora trženju ITP zima (ski pass, bus)	38.969	40.000	11.500	28.500
Programi pospeševanja zime (plavanje, dec-jan)	51.236	28.000	20.000	8.000
Krajevna promocija	119.646	99.000	57.000	42.000
Promocijski materiali	52.821	25.000	12.500	12.500
Obiski novinarjev in študijskih skupin	10.013	5.000	2.500	2.500
Sejemski nastopi, predstavitve in GIZ	35.024	30.000	15.000	15.000
Oglaševanje v medijih	10.691	10.000	5.000	5.000
Spletna stran www.bled.si	3.729	2.000	2.000	0
Digitalne kampanje destinacije Bled	0	10.000	10.000	0
Promocija »Okusi Bleda« Sept/Okt	0	10.000	5.000	5.000
Velike mednarodne prireditve	7.368	7.000	5.000	2.000
Organizacija prireditev	154.117	130.500	30.000	100.500
Blejski dnevi	54.300	47.500	20.500	27.000
Čarobni dan	10.000	5.000	5.000	0
Blejsko poletje: sejem	6.103	3.500	0	3.500
Pust, Velika noč, Rikli,	5.440	4.500	4.500	0
Ostale velike prireditve	78.273	70.000	0	70.000
Izredni strošek revizije	0	3.000	3.000	0
SKUPAJ	520.773	413.906	172.000	241.906

1. Promocijska funkcija

Pri promocijski funkciji bi izpostavili svetovno razstavo Expo kot osrednji promocijski dogodek tega desetletja, ki bo potekal v Milanu, Italiji, kjer se bo v obdobju od 1.6. do 14.6. predstavila Gorenjska pod okriljem RDO oz. Turizma Bled. Navkljub omejenemu proračunu smo pripravili vsebinsko primeren in atraktiven program.

Promocijska funkcija se zagotavlja še z naslednjimi aktivnostmi;

- Predstavitev in zastopanje destinacije v Infocentru Triglavsko roža
- Promocijsko gradivo Slovenske Alpe – zima na Gorenjskem, pohodništvo, prireditve v letu 2016, image katalog in zemljevid trganka
- Oglaševanje v medijih, na spletu
- Skupne sejemske, medijske in druge predstavitve doma in v tujini - sejem TIP Ljubljana, sejem Free Munchen, Freizeit Celovec, Argus Bike Dunaj.

2. Distribucijska funkcija:

- Spletna stran <http://www.slovenian-alps.com/si/> in upravljanje socialnih omrežij

3. Operativno - razvojna funkcija:

- Razvoj destinacijskih produktov (šport, zima)
- Usposabljanje kadrov v mreži RDO (LTO, TD)

1. Informacijski sistem turistične destinacije

Obstoječe stanje na področju informacijsko turistične dejavnosti je potrebno nujne nadgradnje v smislu implementacij informacijskega sistema. Namen sistema je shranjevanje in obdelava podatkov pridobljenih od obiskovalcev obeh info centrov, kakor tudi podatkov pridobljenih preko internetne strani www.bled.si. Na ta način bomo zagotovili uspešno vodenje in upravljanje z bazo podatkov obiskovalcev.

V povezavi z informacijskim sistemom se omogoča direktno trženje nastanitev, dodatnih aktivnosti, ter pavšalnih ponudb na sami strani www.bled.si, ter obeh info centrah. Na ta način bomo izboljšali storitev gostu pred prihodom na Bled, kakor tudi ob prihodu na Bled in obisku enega od info točk.

Za namen optimizacije trženja bomo celostno prilagodili še internetno stran, ter vsebinsko dodali blagovno znamko »Bled My Way« preko katere bomo komunicirali gostu doživetje Bleda po meri oz. njegovem okusu.

Model temelji na temelju dobrih praks na avstrijskem Koroškem, kjer se na ta način doseže multiplikativen vpliv na povečanje potrošnje in podaljšanje dobe bivanja gosta.

Trženje bo zajemalo vse ponudnike v kraju, poslovna logika pa bazira na vračanju prihodkov od trženja nazaj v kraj, bodisi v pripravo bolj kvalitetnih dogodkov oz. posamičnih investicij.

Implementacija sistema bo podlaga za uspešno nadgradnjo v letu 2016;

- Postopna vpeljava kartice Bleda (vključena parkirnina, javni prevoz, etc.)
- Vzpostavitev Klicnega centra, ki se bo nahajal v info centru Triglavska roža, in bo zagotavljal ažurno komunikacijo z turisti oz. obiskovalci obeh centrov, kakor tudi preko internetne strani www.bled.si.

Opisan razvojni projekt nas bo v roku treh let pripeljal ob bok najbolj razvitim destinacijam na področju destinacijskega vodenja in trženja.

2.) Kongresni urad

Zaradi osredotočenja na druge ciljne projekte je za funkcioniranje Kongresnega urada do konca leta 2015 predvidenih skupno 7.500 EUR.

3.) Trženje ITP

Poleg brošure sprehajalnih poti, bomo ponovno vzpostavili avtobusni prevoz Hop on / off, pri čemer bomo pričeli z samim trženjem avtobusnih kart v Info centru, saj želimo boljše zasedenost avtobusnih kapacitet. Perspektivna pridobitev je vsekakor tudi podjetje BTC d.d., ki nam bo dolgoročno stalo ob strani pri razvoju kolesarskih poti na Bledu in okolici.

4.) Podpora trženju ski pass, ski bus in programi pospeševanja zime

Planiramo nadaljnjo podporo razvoju zimskih aktivnosti, kjer je ključnega pomena, da obdržimo ski bus, te aktivneje promoviramo paketno ponudbo zimskih aktivnosti z že vključeno ski pass karto.

Zaradi manjših sredstev namenjenih za zimo se bomo osredotočili na tradicionalne prireditve med katere sodijo; Legenda o potopljenem zvonu, Novoletni koncert, ter Silvestrovanje na prostem. Letošnja posebnost bo dogodek Krog varnosti (preimenovanje tradicionalne prireditve Krog prijateljstva), katerega bomo organizirali v partnerstvu z zavarovalnico Adriatic Slovenico s ciljem zaključiti 6 km krog okoli jezera in se s tem vpisati v Guinnessovo knjigo rekordov. Partner bo zagotovil medijsko pokritost dogodka, ter poskrbel za popestritev dogajanja.

Vse ostale aktivnosti bomo koordinirali skupaj z občino in turističnim gospodarstvom, tukaj se navezujemo na zagotavljanje sredstev za dodatno ponudbo (Adventna tržnica in postavitve hišic, celostna okrasitev, dodatni adventni in zimski program). Zavzemali se bomo za sodelovanje z društvi, ki lahko s svojim programom popestrijo celotno zimsko in adventno dogajanje.

1.) Promocijski materiali

Do konca leta planiramo omejeno število tiskovin, in sicer v obsegu, ki bo zagotavljalo nemoteno dobavo turističnemu gospodarstvu, brez odvečnih zalog. Smernice za tiskanje se nanašajo na zagotavljanje osnovnega kataloga Bleda, ter ostalih uporabnih tiskovin, ki predstavljajo dodano vrednost za gosta.

2.) Obiski novinarjev in študijskih skupin

Politika sprejemanja novinarjev in študijskih skupin temelji na metodi čim večje dodane vrednosti, kar pomeni, da bomo pri sprejemu oz. financiranju posamičnih storitev novinarjem selektivni, to pomeni, da bomo ob najavi novinarja zbirali vse podatke, s katerim bomo lahko določili sam efekt oz. upravičenost stroškov pogostitve, vodniških storitev, ter osebja Turizma Bled.

3.) Sejmski nastopi, predstavitve in GIZ

Poleg sejmov pri katerih smo bili prisotni preko združenj Julijske Alpe in RDO se planirajo še naslednji samostojni nastopi:

- Italija – Lago di Iseo
- Hrvaška – Dubrovnik
- Avstrija
- Češka – obletnica češke kočice in sodelovanje pri dogodku, ki ga v Pragi pripravlja PZS

Tabela št. 4: Predstavitev Bleda na sejmih in borzah v letu 2015

Št.	Naziv sejma
1	Vakantiebeurs Utrecht
2	Ferienmesse Dunaj
3	FITUR Madrid
4	Vakantie Salon Bruselj
5	MATKA HELSINKI
6	Destinations Natour Paris
7	Outdoor Show London
8	UTAZAS Budimpešta
9	Holiday World Praga
10	BIT Milano
11	FREE München
11	IFT Beograd
12	ITB Berlin
13	Argus Bike Dunaj
14	Freizeit Celovec
14	CMT Stuttgart
15	Wiets & Wandelbeurse Amsterdam
15	WTM LONDON
16	Tour Natour Düsseldorf
17	Eurobike Friedrichshafen

4.) Oglaševanje v medijih

Planiramo oglaševanje v uveljavljenih medijih s poudarkom na produciranju zgodb, prav tako bomo prisotni kot oglaševalci na blejskih dogodkih in festivalih, saj želimo s tem pokazati enotno podporo domačim izvajalcem prireditev.

5.) Digitalne kampanje destinacije Bled

Moderen način promocije turizma zahteva prilagoditev, ter prerazporeditev sredstev namenjenih za sejme na bolj učinkovite načine oglaševanja, zato planiramo pričetek digitalnega oglaševanja destinacije preko modernih medijev » Google Adwords, Facebook, Instagram » in sicer planiramo navedeno izvesti na domačem trgu, potem pa razširiti še na tradicionalne oz. ključne trge Bleda. Naveden način promocije pospešeno uporabljajo na destinacijama Portorož in Piran, kjer na letni ravni po nepreverjenih podatkih namenijo cca. 100.000 EUR samo za namen digitalnega oglaševanja. Vsekakor obe destinaciji predstavljata benchmark za digitalno oglaševanje na področju turizma.

Za začetek planiramo preko Instagram računa izvesti kampanjo » Bled My Way » s katero bomo pričeli graditi blagovno znamko, katero bomo pozneje implementirali na internetno stran www.bled.si. Predvideni pričetek kampanje bo v mesecu juliju, bo pa vsebovala nagradno igro, ter uporabnike pozivala z aktivnim sodelovanju. Po uspešni promociji bomo blagovno znamo vsebinsko povezali z rezervacijskim sistemom na internetni strani.

V združenju JA smo se dogovorili tudi za skupen nastop na trgu Beneluxa in sicer preko uveljavljene blogerke, ki bo izvajala promocijo Julijskih Alp in Bleda na letni osnovi, sama usmeritev bo osredotočena predvsem v promocijo pohodništva in preživljanja aktivnih počitnic.

6.) Promocija »Taste Bled oz. Okusi Bled« sep/okt 2015

Promocijo »Taste Bled oz. Okusi Bled« bomo v primeru uspešnega nastopa na blejskih dnevih ponovili predvidoma v obdobju od 25.9 do 27.9.2015 na promenadi in sicer skupaj z festivalom ročnih del, ki se bo odvijal v festivalni dvorani in na prostem. S skupnim sodelovanjem želimo poleg osrednjega dogodka obiskovalcem ponuditi še kvalitetna ročna dela in poskrbeti za dodatno dogajanje.

4. Organizacija prireditev

Blejski dnevi

Rdeča nit letošnjih blejskih dni bo premiera blejskih gostincev in hotelirjev pod enotno blagovno znamko »Taste Bled oz. Okusi Bled«, kjer se bo vsem obiskovalcem ponudila možnost pokušine vseh dobrot, ki jih premore blejska kulinarčna ponudba. Poleg enotne blagovne znamke, bomo poskrbeli še za enotni videz v obliki postavljenih pagod, prav tako bomo v enotni barvi priskrbeli stojnice. Vsekakor je cilj, da blejske dneve dvignemo na višji nivo, jih približamo našim tujim gostom in prepričani smo, da nam bo to tudi uspelo.

Glavni poudarki delovanja Turizma bodo v preostanku leta 2015 in naprej usmerjeni v:

- več destinacijskega trženja (ukvarjanje z gosti, ki so na Bledu) in povezovanja (npr. skupen nastop blejskih gostincev na Blejskih dnevih);
- razvoj novih (Aktivni & zdravi na Bledu. Active & Healthy Bled.) in krepitev obstoječih (npr. tematske poti) produktov;
- informacijska (destinacijski program) in infrastrukturna (v sodelovanju z občino) podpora.

Pred nami je izjemno težka naloga, katere se tudi zavedamo. Prepričani smo, da imamo že definirane prave rešitve, ki so usmerjene v Bled ter dobrobit turističnega gospodarstva.

Vsekakor to pomeni, da bo naš primarni fokus dvigniti dogodke na višjo raven, poskrbeti za pravilno trženje in promocijo Bleda, kar bo privedlo do tega, da se bo sleherni gost zadovoljen vrnil na Bled kot ambasador naše destinacije.

Zavedati pa se je potrebno, da bo za to potrebno trdo delo, ter, da se rezultate ne more in ne sme pričakovati čez noč, ampak je potrebno misliti dolgoročno.

*Direktor
Jaka Ažman*