

Turizem Dolina Soče – program dela 2020

1. CILJI ZAVODA V LETU 2020	2
1.1. VIZIJA IN STRATEŠKI CILJI DESTINACIJE:	2
1.2. SPLOŠNI CILJI ZAVODA V LETU 2020:	2
1.3. TURISTIČNA REALIZACIJA V LETU 2020 – CILJI DESTINACIJE:	2
2. ZAPOSLENI V ZAVODU	4
2.1. LETNI PLAN ZAPOSLOVANJA:	4
3. INFORMACIJSKA SLUŽBA	5
3.1. TEKOČE NALOGE	5
4. TRŽNE AKTIVNOSTI	6
4.1. OBLIKOVANJE DIGITALNE STRATEGIJE	6
4.1.1. Vizija	6
4.1.2. Cilji digitalne strategije	6
4.1.3. Razvojna področja in aktivnosti digitalne strategije	7
4.1.4. Akcijski načrt in monitoring	8
4.2. BORZE, SEJMI IN DELAVNICE 2020	11
4.3. STIKI Z JAVNOSTJO	12
4.4. PROMOCIJSKI MATERIALI	12
4.5. RAZVOJ DESTINACIJSKE ZNAMKE DOLINA SOČE	12
4.6. DOGODKI IN PRIREDITVE	13
5. VKLJUČEVANJE V ZELENO SHEMO SLOVENSKEGA TURIZMA	14
6. BOOKING CENTER IN AGENCIJSKA DEJAVNOST	15
6.1. REZERVACIJSKI SISTEM FERATEL	15
6.2. ALPE-ADRIA-TRAIL IN JULIANA	16
6.3. DESTINACIJSKA KARTICA JULIJSKE ALPE – DOLINA SOČE	16
7. PRODAJA DROBNEGA TRGOVSKEGA BLAGA	18
7. INFRASTRUKTURA V UPRAVLJANJU	19
7.1. TOLMINSKA KORITA	19
7.2. JAVORCA IN PLANINA POLOG	19
7.3. VIRJE	19
8. IZVAJANJE PROGRAMOV ZA POSAMEZNE OBČINE	20
8.1. OBČINA BOVEC	20
8.2. OBČINA KOBARID	21
8.3. OBČINA TOLMIN	21
8.4. OBČINA KANAL	22
9. REGIONALNO POVEZOVANJE	23
10. PROJEKTI IN RAZPISI	24
11. FINANČNI PLAN	26
11.1. PRIHODKI V 2020	26
11.2. STROŠKI – NAČRTOVANA PORABA SREDSTEV V 2020	28

Pripravili: Janko Humar in zaposleni v zavodu

1. Cilji zavoda v letu 2020

1.1. Vizija in strateški cilji destinacije:

V strategijo razvoja turizma v dolini do leta 2025 smo zapisali **da bo Dolina Soče VODILNA ALPSKA in ZIMZELENA OUTDOOR destinacija s celoletno ponudbo doživetij med Alpami in Mediteranom**. Zastavili smo si tri glavne cilje:

1. **celoletno delovanje**: osredotočenost na nadaljnjo rast obiska in poslovanja izven julija in avgusta, ustvarjan je stabilnejših in rednih delovnih mest;
2. **višja kakovost ponudbe in večja dodana vrednost**: rast kvalitete ponudbe, razvoj destinacijske znamke, najmanj ohranjanje dobe bivanja in dvig dodane vrednosti;
3. **trajnostno upravljanje**: zmanjševanje ogljičnega odtisa, razvoj prometnih režimov in uvajanje javnega prevoza na zgostitvenih območjih, trajnostno delovanje vseh deležnikov v smislu varovanja naravnih virov, uvajanja trajnostnih ekonomskih modelov in krepitve izročila in dediščine doline.

1.2. Splošni cilji zavoda v letu 2020:

- strategijo razvoja turizma potrditi na občinskih svetih (Tolmin, Kobarid),
- podpisati in udejanjiti dogovor o sodelovanju z občino Kanal
- pripraviti strategijo razvoja kolesarstva kot skupni projekt Julijskih Alp,
- vsebinski razvoj Outdooractive sistema
- razvoj destinacijske kartice,
- pridobitev uradnega statusa zelene destinacije v okviru Zelene sheme slovenskega turizma za vse tri občine,
- Bovec: dokončanje projekta urejanja Virja,
- Kobarid: izpeljati varianto Juliane skozi Breginjski kot,
- Tolmin: digitalizirati vstope v korita, organizirati javno prevoz v dolino Tolminke,
- celotna dolina: zaključiti urejanje Juliane
- razvoj blagovne znamke in certifikata kakovosti,
- okrepiti sodelovanje in izobraževanje ponudnikov,
- zaključiti vse vsebine zavoda v prijavljenih LAS razpisih.

1.3. Turistična realizacija v letu 2020 – cilji destinacije:

- v primerljivih pogojih (ugodne tržne, geopolitične in vremenske razmere) s ponovno rekordnim letom 2019 pričakujemo nadaljnjo rast obiska in nočitev, vendar precej bolj umirjeno, kot v minulih letih (3%)
- krepitev pozicije doline kot ene izmed vodilnih destinacij slovenskega turizma,
- krepitev hotelskega sektorja,

- oživljanje Kanina in zimske ponudbe.

2. Zaposleni v zavodu

2.1. Letni plan zaposlovanja:

V letu 2020 načrtujemo naslednje zaposlitve:

- zaposlitev sodelavke/ca za vodjo točke v Tolminskih koritih;
- zaposlitev sodelavka/ca za koordinacijo produktov in izobraževanj (delo preko projekta – razpis MGRT);
- obnovitev zaposlitve za določen čas čez poletno sezono v Tolminskih koritih (usmerjanje prometa, pomoč na vstopni točki);
- obnovitev dveh zaposlitev za določen čas čez poletno sezono (Javorca).

Vse navedene zaposlitve bomo pokrivali iz lastnih oz. na trgu pridobljenih sredstev.

Kadrovski načrt je priloga temu dokumentu.

3. Informacijska služba

Zavod upravlja tri turistično informacijske centre (TIC) v Bovcu, Kobaridu in Tolminu in info točko v Podbrdu. Urnik odprtosti za javnost se prilagaja pričakovanemu številu obiskovalcev v vsakem kraju posebej. Julija in avgusta so vsi TICi v dolini odprti od 8.00 do 20.00, od oktobra do marca praviloma od 8.00 do 16.00, v vmesnih terminih pa se urnik podaljšuje v skladu s sezono in obiskom. Urnik in število zaposlenih se prilagaja tudi v primeru pomembnejših praznikov (Velika noč, 1. maj, Binkošti...)

Če nam občina Bovec potrdi sofinanciranje bomo prenovili opremo TICa in uredili manjšo trgovine s spominki in lokalnimi izdelki.

V Kobaridu bomo zamenjali vhodna vrata.

V Tolminu ostaja odprt izziv selitev TICa na primernejšo lokacijo.

Turistično točko v Podbrdu v dogovoru z zavodom upravlja TD Podbrdo (maj, junij in september ob vikendih po 5 ur, julij in avgust vsak dan po 6 ur)

3.1. Tekoče naloge

- zagotavljanje kvalitetnega in odziven informacijski servis obiskovalcem, ponudnikom v Dolini Soče in domačinom,
- posredovanje informacij in promocijskega materiala (info center, PTT, E-poslovanje).
- prodaja spominkov, literature, zemljevidov, razglednic in drugega drobnega blaga,
- prodaja dovolilnic za Sočo,
- tekoče spremljanje obiska in odzivov obiskovalcev,
- zbiranje, objava in posredovanje koledarja prireditelj,
- izvajanje rezervacijske službe,
- sodelovanje z info točko TNP v Trenti in drugimi info točkami v regiji in na območju Julijskih Alp,
- sodelovanje pri prireditvah in tržnih aktivnostih zavoda

4. Tržne aktivnosti

4.1. Oblikovanje digitalne strategije

4.1.1. Vizija

Vizija uresničevanja destinacijskih ciljev s pomočjo digitalne strategije:

- Pozicionirati Dolino Soče kot celoletno destinacijo.
- Tržiti ponudbo Doline Soče izven glavne sezone in doživetja z višjo dodano vrednostjo.
- V sodelovanju s ponudniki in gospodarstvom fokusirati promocijske aktivnosti za doseganje identificiranih ciljnih skupin.
- Ozavestiti obiskovalce doline in ponudnike o omejenih virih in trajnostnem ravnanju.
- Vzpostaviti pozitivno notranjo komunikacijo in pretok informacij znotraj destinacije.
- Spodbujanje prodaje lastnih produktov in produkta v sodelovanju z Julijskimi alpami.

Komuniciranje lokacije:

- Pozicija Doline Soče kot mediteranske terase Julijskih Alp, privlačne za obisk v vseh letnih časih.
- Stik neokrnjene narave ter bogate zgodovinske in kulturne dediščine.
- Neokrnjena narava, ki jo skupaj ohranjamo.

Skladno z razvito infrastrukturo in dobrimi prodajnimi produkti bomo v medijih krepili vpliv blagovne znamke. Posledično bomo spodbujali konverzijo v zaključevanje nakupnega procesa. Sledi bomo letnemu koledarju, koledarju dogodkov in dinamiki na destinaciji. Z marketinškimi orodji bomo pospeševali prodajo, z digitalnimi kanali predvsem širili ugled blagovne znamke in destinacije (Instagram in YouTube) ter usmerjali ponudbo in obveščali (Facebook).

Cilj digitalnega marketinga: privabiti nove obiskovalce v dolino, navdahniti obiskovalce za ponoven obisk, potencialnim gostom predstaviti raznoliko ponudbo, da ostanejo na destinaciji dlje, ozaveščanje glede ponudbe skozi celotno leto (obisk tudi izven glavne sezone), obveščanje o dogodkih in ponudbah, seznanjanje z možnostmi direktnega nakupa in rezervacij (Feratel, nakup vstopnic, destinacijska kartica).

Sodelovanje: s ponudniki, lokalnimi vodiči, ambasadorki.

Podlaga: dobra komunikacija med vsemi deležniki, razvit rezervacijski sistem (tako za nočitve, kot za ostalo ponudbo), upravljanje z ene točke (zavoda).

Pogoj: Jasno določeni cilji in strategija Doline Soče, ki jo sprejemajo vsi ponudniki, turistični delavci in prebivalci doline.

Fokus: Ozaveščanje obiskovalcev in ponudnikov Doline Soče o trajnostnem ravnanju.

4.1.2 Cilji digitalne strategije

Opredelitev ključnih ciljev digitalne strategije so:

- kvantitativni cilji:
 - število sledilcev na Facebooku **60.000**,
 - število sledilcev na Instagramu **50.000**.

Fokus: Instagram in Facebook

- Konverzija obiska spletne strani do nakupa vstopnic in Feratel rezervacij namestitvev – določitev cilja v Google Analytics. Cilj: **1.300 rezervacij, 1.000 novih e-naslovov s prevzemom e-verzije kataloga, 300 nakupov vstopnic preko spleta za Tolminska korita.**
 - Kvalitativni cilji:
 - vsebinski marketing,
 - marketing management,
 - video vsebine,
 - nasveti glede produktov destinacije,
 - pogosta vprašanja in odgovori,
 - pregled nad medijskimi objavami drugih medijev in vključevanje za promocijo preko lastnih kanalov,
 - usmerjanje gostov preko destinacije skozi različna obdobja v letu,
 - spodbujanje lastnega rezervacijskega sistema – vključevanje lokalnih ponudnikov,
 - promocija lastnih produktov: Feratel, AAT&JA, korita & Javorca
- Fokus: spletna stran in Facebook, posredno Instagram.**

4.1.3. Razvojna področja in aktivnosti digitalne strategije

Aktivnosti želimo usmerjati predvsem na marketing, ki bo sledil trendom glede podajanja vsebine ter ustvarjanja odnosa z obiskovalci preko vsebin, vizualizacije in odgovorov na komentarje/vprašanja.

Razvojno področje:

Upravljanje družbenih omrežjih Facebook, Instagram in spletne strani z aktivnostmi:

- Izboljšanje proaktivne komunikacije – odgovori, komentarji, »poziv k ukrepanju«. Spodbujati želimo obiskovalce socialnih omrežji, da komentirajo naše vsebine, hkrati pa smo nanje odzivni v času, tudi mi pohvalimo in odgovorimo na vprašanja.
- Skrb za ažurnost na vprašanja in komentarje preko zasebnih sporočil. **Prioriteta: direktna vprašanja, ko obiskovalci prosijo za pomoč, ko so na sami destinaciji. Odzivni čas tekom dneva ne sme biti daljši od ene ure.**
- Dnevno spremljamo prejete komentarje, navedbe, oznake v komentarjih in slikah. Želimo pokazati osebnost destinacije in osebnost odziva. **Prioriteta: izžarevanje personalizacije.** V pomoč nam je Google analitika.
- Izdelava kampanje z vplivneži za pridobivanje velikega dosega prek kanalov družbenih medijev. Povežemo se s poznanimi osebami (ki živijo na lokaciji ali ne več) in jih uporabimo kot ambasadorje. Uporabimo tudi bajke, pripovedi, zgodovinske dogodke glede na posamezne dneve, obletnice in dogodke, povezane z njimi (npr. obletnica Danteja Alighierija – navdih iz Tolminskih korit, znane osebnosti iz I. svetovne vojne, ...).
- PR – organizacija v medijih. Sodelovanje z novinarji – pred, med in po dogodkih.

- Urejanje spletne strani: posodobitev, ureditev video vsebin in fotografij, ureditev novic, ureditev povezav do medijev, spletna kamera.

On-line booking/nakup vstopnic:

- vključevanje lokalnih ponudnikov v celotni dolini
- vključitev aktivnosti v nabor lastnega rezervacijskega sistema (trenutno rezervacija namestitev, nakup vstopnic za Tolminska korita).

4.1.4. Akcijski načrt in monitoring

Kot nadaljevanje postavljenih ciljev in definiranih razvojnih področij, želimo učinkovito spremljanje izvajanja predlaganih aktivnosti.

Akcijski načrt, finančni plan in marketinški koledar opredeljujejo:

- Zaposlene, ki sodelujejo pri akcijskem načrtu,
- Terminski načrt izvedb glede na kanal,
- Finančna sredstva (skupni proračun) in vire financiranja.

Glede na KPI se v sklopu Akcijskega načrta mesečna spremlja:

- število sledilcev Instagram,
- število sledilcev Facebook,
- vsebinski marketing – število objav,
- odzivi na komentarje in vprašanja – spremljava merljivega odziva na spletni strani
- Google analitika.

Spremljavo se mesečno beleži in kritično ovrednoti. To je podlaga za hitro reagiranje na morebitne spremembe in slabše mesečne rezultate. S pomočjo orodja so vse metrike združene na enem mestu, povezujejo kvalitativne in kvantitativne cilje, zato je ovrednotenje hitro in posledično so lahko reakcije dovolj hitre in uspešne.

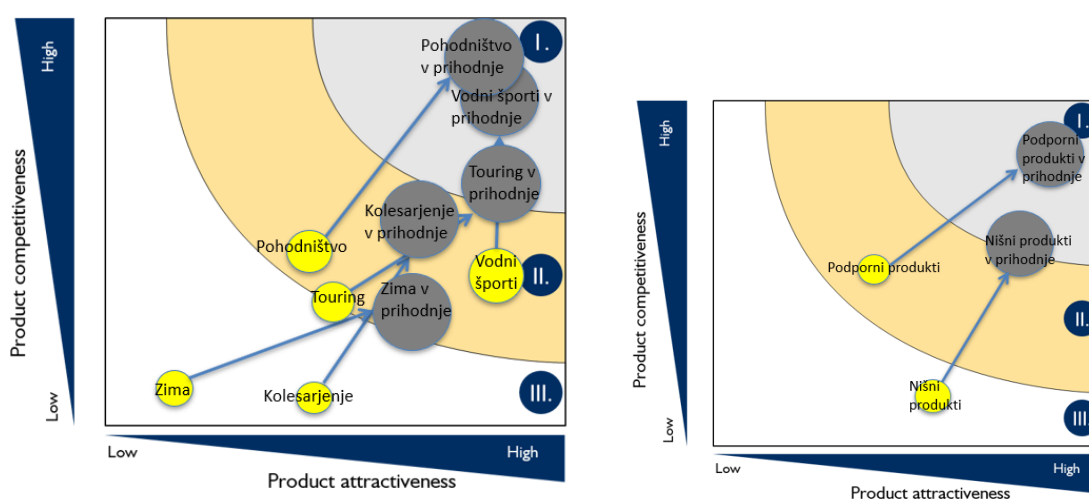
Naloge za izvajanje strategije

- Konec predhodnega meseca se **pregleda** splošni koledar, koledar dogodkov, šolski koledar, **spremlja** se zapise objav občin.
- Na podlagi dogodkov se **po dnevih opredeli objave z natančno vsebino**.
- Z definirano vsebino se **seznanj vse zaposlene** v organizaciji.
- Poziv, da tudi ostali **zaposleni sodelujejo** pri pripravah medijskega načrta – nove ideje glede na naloge, ki jih izvajajo, ovrednotijo pretekle vsebine – POMEMBNO! Tako lahko mediji pokrijejo/prikažejo vso vsebino zavoda.
- Konec meseca se **pregleda in ovrednoti statistiko**, za Instagram se beleži rezultate tedensko in se nato povzame mesečni pregled.
- Po potrebi **hitro reagiranje** – spremembe v načini komunikacije, prikazu vsebin, kanalov.
- Pravočasno se poskrbi za nadomeščanja zaposlenih – konstantnost objav.

Za pomoč pri tehnično zahtevnejših opravilih sodelujemo z agencijo za spletni marketing Forward, ki ji povečini prepuščamo tudi programiranje in administracijo spletne strani skupaj s podjetjem Arctur, na nas pa je, da pridobimo vsebine, ki bodo relevantne in zanimive za naše potencialne obiskovalce. Definirali smo tudi naše ciljne trge (primarni, sekundarni, perspektivni) in ciljne skupine (nišne skupina outdoor navdušencev, aktivni raziskovalci, dnevni obiskovalci), ki so nam v pomoč pri izbiri vsebin.

Opredelili smo tudi matriko nosilnih destinacijskih produktov za lažje pozicioniranje in izvedbo marketinga:

Zimska ponudba je trenutno v zaostanku za poletno, vendar Kanin kot edino visokogorsko smučišče ponuja več od trenutnega stanja in ponudbe. Ker pa gre za dolgoročne in bolj zahtevne projekte, zaenkrat ocenjujemo konkurenčnost še v vzponu.



Slika 1: Matrika za destinacijske produkte

Za podporne in nišne produkte smo pripravili ločeno matriko, saj vanje lokalni turizem vlaga manj aktivnosti, kot v ostale oziroma je omejen na manjše število ponudnikov. Možnosti za razvoj so na tem področju še velike.

Kulinarika je trenutno zelo privlačna zaradi svetovne prepoznave Ane Roš, ostala kulinarika pa ima veliko potenciala. Prav tako so zelo prepoznavni določeni festivali, prav tako pa se vršijo tudi drugi kvalitetni lokalni dogodki, katere pa je potrebno še boljše predstaviti javnosti. Možnost za konkurenčnost in tržno privlačnost teh produktov je tako zelo velika.

Nišni produkti (zračni športi, ribolov, golf, jamarstvo, zgodovinski turizem, kongresni turizem) imajo potencial za razvoj, vendar glede na omejeno promocijo teh aktivnosti postavljamo produkt za prihodnje med atraktivne, a trenutno še manj konkurenčne.

Naša strategija za doseg marketingških ciljev bazira na kvalitetnem vsebinskem marketingu preko spletnih kanalov: spletna stran, email pošiljanje, Google oglaševanje in optimizacijo SEO, Instagramu, Facebooku in Youtube kanalu.

Za kvaliteno vsebino bomo črpali iz fotografij, ki smo jih pridobili s fotografskim natečajem, z video vsebinami (22 videov), kampanjami po letnih časih (Weekend trip tip – pomlad, Summer

Action – poletje, Autumn Delights – jesen, Winter above the valley – zima) in (opcijsko) novo video produkcijo kratkih dokumentarnih filmov »Why Soča Valley«, promocija zelenega turizma s skrbjo za okolje. Iz tega bi črpali vsebine (video, fotografije, tekst, intervju) za vse kanale in bi te vsebine tudi sočasno objavljali na za vsak kanal primeren način.

Ostale dejavnosti po posameznih kanalih:

- **SPLETNA STRAN:** implementacija OutdoorActive aplikacije in njena uporaba (POI), novice o dogodkih, festivalih in aktualnem dogajanju, nabiranje e-mail naslovov (leadov) preko prenašanja PDF datotek, optimizacija in Google oglaševanje dela Forward.
- **E-POŠTA:** tedenske novice v slovenščini, ki so namenjene lokalni populaciji in ponudnikov vsebina pa vključuje predvsem aktualnim dogodkom in novicam iz doline. Po uskladitvi adrem planiramo uvesti tudi mesečne novice v angleškem jeziku, ki so namenjene potencialnim obiskovalcem iz tujine, vsebino pa črpamo iz zgoraj naštetih kampanj.
- **FACEBOOK:** objave dogodkov v naši (so)organizaciji, objave tujih člankov o Dolini Soče, ter objave, ki črpajo iz kampanj, glede na letni čas. Nabiranje všečkov in oglaševanje v sodelovanju z agencijo Forward.
- **INSTAGRAM:** objave slik uporabnikov (repost z dovoljenjem), zgodbe, IGTV (instagram TV) – črpanje iz videov v lastni produkciji ali repost.
- **YOUTUBE:** Planiranje novih objav, pridobivanje novih naročnikov na kanal.

4.2. Borze, sejmi in delavnice 2020

Datum	Sejem/borza	Država	Informator
15.1. - 19.1.	Vakantiebeurs Utrecht	Nizozemska	Bohinj
16.1. - 19.1.	Ferienmesse Dunaj	Avstrija	Bled
16.1. - 19.1.	Go-Regiontour Brno	Češka	Michal Kura
22.1. – 23.1.	Conventa MICE	Slovenija	Dolina Soče in Hotel Boka
22.1. - 26.1.	FITUR Madrid	Španija	Bled
23.1. - 26.1.	IFT Bratislava	Slovaška	Michal Kura
29.1.-1.2.	Alpe Adria	Slovenija	Dolina Soče za JA
29.1.-1.2.	Alpe Adria	Slovenija	Javni zavod Sončni Kanin
30.1. - 2.2.	FESPO Zürich	Švica	Dolina Soče za JA
6.2. - 9.2.	Vakantie Salon Bruselj	Belgija	Tina Batistuta
11.2. - 12.2.	IMTM Izrael	Izrael	Bohinj
13.2. - 16.2.	Holiday World Praga	Češka	Michal Kura
19.2. - 23.2.	FREE München	Nemčija	Dolina Soče s ponudniki
4.3. - 8.3.	ITB Berlin	Nemčija	Dolina Soče za JA
28.3. - 29.3.	EWf Fürstfeld	Nemčija	Ribištvo
3.4. - 5.4.	Freizeit Celovec	Avstrija	Dolina Soče
15.9. – 19.9.	50 + Nizozemska	Nizozemska	Tina Batistuta
22.10.–25.10.	Ski & Snowboard Show London	Velika Britanija	M. Kandare
14.10. - 16.10.	TTG Incontri Rimini	Italija	Kranjska Gora
4.10. - 13.10.	Barcolana	Italija	Brda
2.11. – 4.11.	WTM London	Velika Britanija	Dolina Soče za JA
11.1. - 12.1.	Fahrad und Erlebniswandern Stuttgart	Nemčija	GIZ
18.1. – 19.1.	Adventure Travel Show London	Velika Britanija	GIZ
28.2. - 1.3.	Fiets & Wandelbeurse Utrecht	Nizozemska	GIZ
28.3. - 29.3.	Argus Bike Dunaj	Avstrija	GIZ
8.5. - 10.5.	Bike days Solothum	Švica	GIZ
4.9. - 6.9.	Tour Natour Düsseldorf	Nemčija	Dolina Soče za JA
WORKSHOPI			
20.1. - 23.1.	Roadshow Germany	Nemčija	Dolina Soče, JAT/AAT
	Workshop Poljska	Poljska	
	Workshop Madžarska	Madžarska	
	Workshop Srbija	Srbija	

V letu 2020 sodelujemo na cca 30 mednarodnih sejmih, v večini primerov s skupnim predstavnikom v okviru programa Julijske Alpe. Za določene skupne sejme bo predstavnik iz našega zavoda (zeleno obarvano polje Informator). Določenih sejmov se bomo udeležili samostojno, ti so zeleno obarvani. V Italiji predstavništvo prevzame po dogovoru Gorazd Skrt, bivši predstavnik STO na tem trgu. Specializirane sejme pokrivamo skupaj z GIZ pohodništvo & kolesarstvo in RD Tolmin. Češke sejme in Nizozemsko pokrivamo z zunanjimi partnerji, predvsem zaradi prednosti poznavanja lokalnega jezika.

Pozvali smo turistične ponudnike, ki delujejo na območju doline Soče, katerih sejmov se želijo v letu 2020 udeležiti. Prejeli smo izkazan interes Hotela Boka, Javnega zavoda Sončni Kanin in Ribiške družine Tolmin. Za ostale sejme se bomo dogovarjali tudi tekom leta 2020, predvsem v sklopu zgoraj navedenih sejmov.

4.3. Stiki z javnostjo

Stiki z javnostjo so tekoče aktivnosti zavoda, s katerimi obveščamo zainteresirane javnosti o turistični ponudbi, razvoju in dogodkih v destinaciji ter o delu zavoda in njegovih članov:

- kvalitetno servisiranje novinarjev, poslovnih partnerjev in študijskih skupin,
- tekoče obveščanje ponudnikov in domače javnosti skozi tedenske / mesečne novice oz. specializirane novice le za ponudnike (glede na pomembnost novice),
- sodelovanje na tematskih delavnicah in okroglih mizah,
- sodelovanje s ponudniki v dolini Soče za skupne projekte (npr. Fundacija poti miru).

4.4. Promocijski materiali

Razvoj CGP in destinacijske znamke: Uporaba enotne podobe CGP skozi celotno komunikacijo in preko vseh kanalov.

Tiskani materiali: V letu 2020 bomo predvsem skrbeli za tekoče ponatise obstoječih info materialov, posodobili bomo zemljevide in info trganke za vso dolino, pomembnejših novosti ne načrtujemo.

Foto-video materiali: večjih investicij ne načrtujemo. Proučili bomo možnost dveh video vsebin (»Why Soča Valley«i in promocija zelenega turizma s skrbjo za okolje – promocija ravnanja z odpadki in uporaba pitne vode).

4.5. Razvoj destinacijske znamke Dolina Soče

Destinacijsko znamko bomo utrjevali in razvijali naprej skozi.

- dosledno uporabo v skladu s priročnikom CGP
- konkretizacijo vsakokratnih promocijskih materialov
- ureditev hišnega označevalnega in usmerjevalnega sistema
- širitev uporabe znamke med kvalitetne lokalne proizvode in storitve v dolini
- uvajanje skozi program LAS pripravljene priročnika in smernic za označevanje in usmerjanje pohodniških poti

4.6. Dogodki in prireditve

Turizem Dolina Soče bo v letu 2020 odgovoren za izvedbo naslednjih prireditev:

- **Festival Pohodništva** (18. 9. – 4. 10. 2020.)
- **Jestival** (03.10.)
- **Novoletno praznovanje v Bovcu** – krasitev, Boff (športno društvo Drča), silvestrovanje (december)

Ohranjamo tudi dosedanjo podporo izbranim prireditvam v okviru dogovorov s posameznimi občinami in v kontekstu graditve destinacijske znamke Dolina Soče: Emaus, Podbrdo Trail Running Festival, Soča Outdoor Festival, Bovec maraton

5. Vključevanje v Zeleno shemo slovenskega turizma

Po izvedenih prvih sedmih korakih v postopku pridobivanja znaka Slovenia Green za občine Tolmin, Kobarid in Bovec bodo občine glede na rezultate presoje konec marca 2020 prejele ustrezen znak, konec maja 2020 pa bo v sklopu Zelenega dneva slovenskega turizma uradna podelitev plaket in označevalnih tablic Slovenia Green. Z dnem, ko bodo občine prejele znak, bo začelo teči obdobje do naslednje presoje, ki traja od 24 do 36 mesecev. Prvi korak v obdobju do naslednje presoje je priprava akcijskega načrta ukrepov za doseganje trajnostnih ciljev, ki temelji na zbranih kvalitativnih in kvantitativnih podatkih, numerični oceni trajnosti in priporočilih presojevalca. V načrtu ukrepov bomo opredelili aktivnosti, časovni in finančni okvir ter odgovorne osebe. Poleg ukrepov si bomo zastavili tudi cilje. Akcijski načrt se pripravlja za obdobje najmanj 24 mesecev in največ 36 mesecev, kar je enako obdobju veljavnosti znaka. Pri pripravi akcijskega načrta občine sodelujejo z zeleno ekipo, za pripravo je na voljo največ šest mesecev po pridobitvi znaka.

V prvih šestih mesecih po pridobitvi znaka morajo občine opredeliti tudi lokalni značaj (nekaj, kar jih dela drugačne, edinstvene, razlikovalne) in zeleni USP (Unique Selling Proposition oz. edinstvena prodajna priložnost), ki izpostavlja najbolj konkurenčno oziroma razlikovalno prednost destinacije. Lokalni značaj in zeleni USP bosta nato izpostavljena v tržnem komuniciranju.

Po zaključenih zgornjih dveh korakih bomo oddali zahtevek za terenski obisk, ki mu moramo priložiti akcijski načrt ukrepov, opredelitev lokalnega značaja in opredelitev lokalnega USP-ja. Presojevalec bo na terenu preveril resničnost posredovanih podatkov ter si ogledal zelene točke in zeleni USP.

Vsaka občina mora redno uresničevati akcijski načrt in o uresničevanju ukrepov najmanj enkrat letno poročati občinskemu svetu, vsakoletno poročati o uresničevanju ukrepov na STO in skrbeti za aktualnost podatkov, vnesenih na spletno platformo www.slovenia-green.si.

6. Booking center in agencijska dejavnost

Zavod v skladu s smernicami potrjenih na svetu zavoda v času pridobivanja agencijske licence razvija samo tisti del agencijske dejavnosti, ki je ponudniki sami ne morejo in zato v ničemer ne ogroža njihove konkurenčnosti na trgu, v programe zavoda vključenim ponudnikom pa zelo konkretno pomaga povečevati njihovo realizacijo.

6.1. Rezervacijski sistem Feratel

Tako kot vsako leto nam bo tudi v 2020 prioriteta, da imajo ponudniki urejene podatke v sistemu (minimalno to pomeni cene in razpoložljivost), zato bomo v vsaki občini izvajali delavnice s ponudniki. V lanskem letu se je kot najboljša praksa izkazalo individualno delo, zato bomo s tem nadaljevali tudi v prihodnje. Na teh srečanjih bomo pregledali kakšne vnose ima ponudnik na Feratel in primerjali njegove vnose ostalih portalih (cene, fotografije, pogoji stornacije...).

Ponudnike spodbujamo k uporabi CM, manjšim ponudnikom, ki imajo samo en apartma in še tega oddajajo samo 5 mesecev priporočamo, da si nastavijo iCal sinhronizacijo koledarja (samodejno zapiranje terminov za rezervacije, ki pridejo iz povezanih portalov). Feratel posodablja podatke prek iCal-a vsako uro.

Kot primer dobre prakse bi izpostavili Kamp Liza in njegovo odločitev za implementacijo sistema na lastno spletno stran (strošek uporabe linkov je 140€ neto/letno.) Vse rezervacije, ki pridejo preko lastne spletne strani so brezplačne.

Sponsorirane povezave: do sedaj smo imeli politiko, da moramo vse obravnavati enakovredno, zato so vsa oglaševanja namestitev na Googlu bila splošna (npr. po segmentih). Z novimi pogodbami, bomo lahko izpostavili tudi konkretne ponudnike (glavni pogoj je seveda, da imajo urejene podatke in da jih je možno rezervirati on-line oz. on-line on request).

Ponudniki namestitev, ki imajo še kakšno dodatno ponudbo, lahko kreirajo hišne pakete (ponudba je vidna pod njihovim apartmajem in se jo lahko rezervira zgolj z nastanitvijo). Tisti ponudniki, ki imajo ponudbo za širšo javnost, lahko svoje aktivnosti ponujajo v sistemu pod dodatnimi storitvami. Mi jim damo tudi dostop do urejevalnika, kjer lahko sami urejajo cene in razpoložljivost.

V letu 2019 smo v ponudbo vključili dodatne storitve (vstopnine, organizirani pohodi, zipline..), s čimer bomo nadaljevali tudi v letu 2020. Poleg tega pa bomo začeli s paketno ponudbo paketov, v januarju smo že objavili smučarske pakete, ki so jih kreirali ponudniki in Sončni Kanin. V letu 2020 bomo v rezervacijski sistem vključili tudi zainteresirane ponudnike iz področja občine Kanal.

V letu 2019 je bilo prek sistema narejenih 1.342 rezervacij, ki so ustvarile 11.744 nočitev v dolini. Za leto 2020 načrtujemo povečevanje števila rezervacij za 25%.

6.2. Alpe-Adria-Trail in Juliana

Zavod Turizem Dolina Soče je slovenski booking center za pohodniški produkt Alpe Adria Trail. Klonec preteklega leta smo prevzeli tudi booking center za novo pot, ki poteka okoli Julijskih Alp - Juliana Trail.

Projekt Alpe-Adria-Trail oblikujemo v partnerstvu z nosilnimi organizacijami STO, Kaernten Werbung in Promoturismo FVJ. Rezervacije oz. pakete urejamo in kreiramo v sodelovanju z avstrijskim (Trail Angels, Oberverllach) in italijanskim (Conzorzio Tarvisiano, Trbiž) booking centrom.

Juliana Trail je skupni produkt Julijskih Alp bomo v pohodniški sezoni 2020 prvo leto prodajali preko agencijske dejavnosti našega zavoda. V preteklem letu smo pridobili podatke vseh nastanitvenih kapacitet na celotnem območju kjer poteka pot, dogovorili smo se za sodelovanje ter uredili sistem oblikovanja paketov.

Ker pridobitev dodatnega projekta prehitve naše trenutne tehnološke rešitve za oblikovanje paketov in komuniciranje s ponudniki ter gosti, bomo v letošnjem letu poskušali sistem Book Your Trail še nekoliko preoblikovati in nadgraditi.

Na območju doline Soče smo dolžni skrbeti tudi za vzdrževanje AAT poti. Na območju Soške poti (izvir Soče – Bovec) pa v partnerstvu s TNP. Z letošnjim letom pa se zavezujemo še k skrbi in urejanju poti Juliana Trail, katera na naše območje pride čez Vrh Bače, nadaljuje v Podbrdo, Grahovo ob Bači, Most na Soči, Tolmin, Kobarid, Bovec, Log pod Mangartom in zaključni na slovensko-italijanski meji, na Predilu.

V letu 2020 bomo:

- oblikovali in nadgradili avstrijski rezervacijski sistem »Book your Trail«,
- vzpostavili rezervacijski sistem za novo Juliana Trail,
- rast realizacije AAT za 10%.

6.3. Destinacijska kartica Julijske Alpe – Dolina Soče

Destinacijska kartica Doline Soče je skupni projekt Julijskih Alp; pogodbo s Feratelom, lastnikom sistema, smo podpisali kot regija in zato dosegli znatno ugodnejše pogoje. Večletne izkušnje z lokalno kartico – predvsem v smislu vključevanja parkirišč in lokalnih prevozov imajo Bohinjci, ostali (Bled, Radovljica, Dolina Soče) smo se v Bohinju zastavljenemu sistemu pridružili. Kartica Dolina Soče naj bi na daljši rok vključevala tudi Kanal in Brda. Ker so med nami velike programske razlike kartični sistem zaenkrat razvijamo dokaj individualno znotraj posameznih destinacij, dolgoročna ambicija pa je, da zagotovimo čimbolj poenoteno kartico za vso regijo s poudarkom na trajnostni mobilnosti.

Namen destinacijske kartice je ponuditi dodano vrednost oz. večje ugodnosti tistim obiskovalcem, ki v dolini ostanejo dalj časa (najmanj 2 noči) in potrošijo več. S partnerji, ki so v kartico vključeni, smo dogovorili sistem največjih ugodnosti, ki gostom zagotavlja 50%

prihranek. Vključene so ključni muzeji in znamenitosti (Tolminska korita, Javorca) v dolini, lokalni javni prevozi, žičnica na Kanin in vlak do Bohinja.

V letu 2019 smo destinacijsko kartico razvili in jo začeli prodajati v avgustu. Odziv gostov je bil pozitiven, z rezultatom pa nismo zadovoljni - prodali smo 133 kartic, kar je manj od naših pričakovanj. Večina destinacijskih kartic v letu 2019 je bila prodana na TIC-ih, več moramo narediti pri vzpodbujanju ponudnikov.

V letu 2020 bomo pridobili nove ponudnike destinacijske kartice, že obstoječe pa spodbudili k večji promociji in prodaji. Sam sistem prodaje kartice ni zapleten, kljub temu pa ga bomo skušali še poenostaviti oziroma ponudnikom dati čim bolj jasna navodila glede prodaje, tudi s pomočjo individualnih obiskov pri ponudnikih. Ponudnike, ki kartice sami ne bodo prodajali, bomo spodbujali k temu, da svoje goste napotijo na najbližje prodajno mesto in jih s tem omogočijo nakup.

V letu 2020 bomo:

- povečali število prodanih destinacijskih kartic v primerjavi z letom 2019 – najmanj 1.000 prodanih kartic
- pridobili nova prodajna mesta – vsaj 10 novih ponudnikov, ki bodo prodajali kartico (individualni obiski v februarju)
- motivirali že obstoječe ponudnike za bolj aktivno prodajo (srečanje z zainteresiranimi ponudniki v začetku marca)
- ohranili že obstoječe ugodnosti na kartici (9 znamenitosti, 3 javni prevozi) in dodali nove
- razširili ponudbo v Dolini Soče; vključitev znamenitosti iz Goriških Brd in Kanala, vključitev dodatnih javnih prevozov
- tekoče prilagajali program in ceno kartice dejanski ponudbi partnerjev (Kanin)
- do začetka prodaje kartice v novi sezoni pripravili osnoven promocijski material s ponudbo vključeno na kartici. Kasneje po potrebi tudi dodatni promocijski letaki in digitalni marketing.

Časovnica:

Februar:

- oblikovanje dodatne ponudbe za novo sezono
- pridobivanje novih prodajnih mest (individualni obiski pri ponudnikih)
- kontaktiranje že obstoječih ponudnikov (po potrebi tudi individualni obiski)
- definiranje visoke in nizke sezone glede na ponudbo, ki je na voljo

Marec:

- začetek meseca srečanje z zainteresiranimi ponudniki
- priprava promocijskega in info materiala o kartici in distribucija

April:

- začetek prodaje destinacijske kartice (do konca oktobra)

7. Prodaja drobnega trговskega blaga

Drobni trgovski material, karte in dovolilnic, prodajamo skozi naše info centre in vstopne točke do znamenitosti. Vsebina tovrstnega blaga in storitev se navezuje oz. podpira našo osnovno dejavnost: dovolilnice za plovbo in ribolov, tematske knjige, vodniki in zemljevidi, razglednice, spominki in podobnih drobnih artiklov, usklajeni z osnovnim poslanstvom zavoda.

7. Infrastruktura v upravljanju

V skladu z ustanovnim aktom zavod uporablja prihodke iz naslova upravljanja infrastrukture prvenstveno za urejanje, promocijo in razvoj konkretne infrastrukture v upravljanju. Del prihodkov iz naslova upravljanja infrastrukture zavod obračunava kot kompenzacijo za stroške dela in jih prenaša med vire za izvajanje osnovne javne službe oz. financiranje skupnih tržnih aktivnosti doline. Morebitni ostanek sredstev zavod v skladu z ustanovnim aktom uporablja za razvoj turistične dejavnosti na območju občine, v kateri se zadevna infrastruktura nahaja, v soglasju z občino.

7.1. Tolminska korita

Smernice za leto 2020:

- zagotoviti pregleden in učinkovit sistem usklajevanja in vlaganja presežnih sredstev,
- nadgraditi sistem interpretacije vsebin na območju,
- nadaljevati urejanje parkirišča Štrklepce – urediti zasaditev,
- dokončati urejanje parkirišča na vstopni točki,
- opremiti in digitalizirati vstopne točke,
- redno tekoče vzdrževanje poti,
- urediti peš dostop iz Štrklepc do vstopa v Korita (če bo možen dogovor z lastniki).

7.2. Javorca in planina Polog

Cerkev sv. Duha na Javorci je bila v bolgarskem mestu Plovdiv uvrščena na seznam spomenikov EU dediščine. Podelitev znaka vsem deležnikom pomeni tudi zavezo za izpolnjevanje obveznosti in aktivnosti, ki smo si jih zadali ob prijavi projekta. V letu 2020 bomo tako v partnerstvu z občino Tolmin in Tolminskim muzejem še naprej skrbeli za tekoče urejanje objekta in okolice, za odprtost svetišča za javnost in za izpolnjevanje obveznosti iz naslova spomenika EU dediščine.

Skupaj z občino Tolmin bomo zagotovili nov prometni režim za dostop v dolino Tolminke. Na vstopu v dolino bomo postavili zaporno rampo in zagotovili javne prevoze. Konkreten urnik in obdobje režima je še odvisno od dokončnih potrditev na občinski svet občine Tolmin. Stroške bomo pokrivali iz prihodka Tolminskih korit.

Še vedno čakamo na soglasje lastnikov lastniki planine Polog (pogovori začeti v 2018) – pašno skupnostjo Žabče, če bomo pridobili njihovo soglasje bomo elektrificirali največji bunker iz časov rapalske meje in ustrezno organizirali dostop za obiskovalce.

7.3. Virje

V okviru projekta LAS – Tematske poti bomo uredili dostop, teraso pred parkiriščem, paviljon v Plužnah in del brežine nad tolmunom, za katerega smo pridobili soglasje lastnikov. Nadaljevali bomo tudi z urejanjem parkirišča.

8. Izvajanje programov za posamezne občine

Posoške občine, soustanoviteljice zavoda, turistično dejavnost na svojih območjih upravljajo na dokaj različne načine. Zato ustanovni akt določa, da bodo občine stroške za urejanje in delovanje TIC-ev, za infrastrukturo in prireditve na območju vsake posamezne urejale in usklajevale z zavodom posamično, vsaka za svoje območje. Del teh nalog lahko prenesejo tudi na TDS, če zanj zagotovijo tudi financiranje. Skupni program zavoda (plače zaposlenih, tržno komuniciranje, e-poslovanje ipd.) pa občine ustanoviteljice pokrivajo po dogovorjenem ključu (50% : 25% : 25%).

Program je pripravljen v skladu s sestanki, ki jih je zavod/direktor izvedel z župani in predstavniki občinskih strokovnih služb v Tolminu 18.11., v Kobaridu 13.12. in v Bovcu 03.12. in 06.01. 2020. Če se bodo odločitve občin v postopku sprejemanja proračunov spreminjale bomo plan ustrezno prilagodili.

8.1. Občina Bovec

- **Stroški TIC-a Bovec (74.640,00 €):** stroški predvideni na nivoju realizacije leta 2019. Vključeno: stroški zaposlenih, stroški študentskega servisa, stroški materiala in storitev.
- **Sofinanciranje skupnega programa zavoda po dogovorjenem ključu:** skupni program zajema večji del stroškov zaposlenih na upravi zavoda, razvoj blagovne znamke, sofinanciranje lastnega deleža v projektih, ki jih prijavlja in izvaja zavod za celo dolino, regijsko sodelovanje in vse destinacijske tržne aktivnosti: mednarodni sejmi in delavnice, portali, digitalno in klasično oglaševanje, tiskani materiali, partnersko sodelovanje s predstavniki v tujini, obiski in servisiranje novinarjev, foto & video materiali.... V skladu z ustanovnim aktom bi občina Bovec morala prispevati 50% sredstev za pokrivanje stroškov skupnega programa (140.000€), vendar postopek sprejemanja bovškega občinskega proračuna kaže, da bo participacija 50.000€ nižja. Župan je predlagal tako rešitev kot odgovor na pobude občinskega sveta, da se zavodu sredstva še bistveno bolj zmanjšajo. Odločitev ni v skladu z ustanovnim aktom. Župan predlaga, da se v ustanovnem aktu določen ključ financiranja spremeni in da se nov ključ in posledične spremembe ustanovnega akta uskladijo tekom leta. Za zavod bo ta manko velik problem, prilagoditi bomo morali obseg dejavnosti.
- **Dodatni program za občino Bovec (108.656,00€):**
 - Urejanje infrastrukture (64.000,00 €): vključeno je urejanje pohodniških poti (32.000 €), urejanje tekaških prog in sankanja v Logu (2.000 €), urejanje Fort Hermana in dostopa do Boke (10.000 €) in financiranje smučarskega avtobusa (20.000 €);
 - Prireditve (36.500,00 €): večji del odpade na novo leto (okrasitev, silvestrovanje, BOFF – 32.000 €), preostalo na sofinanciranje tradicionalnih prireditev: Emaus, Festival pohodništva – 4.500 €)
 - Sofinanciranje lastne udeležbe pri izvajanju razpisov za občino Bovec: vključeno je sofinanciranje lastne udeležbe zavoda za zaključevanje projekta Tematske poti - urejanje območja Virja (8.156,00 €). Prenova TIC-a Bovec ostaja odprta; zavod je pridobil idejni projekt za ureditev butične trgovinice z lokalnimi izdelki in vzporedno prenovo TICa, dogovorjena je možnost

financirana večjega dela sredstev iz kmetijskega sklada (LAS) vendar bi morala občina zagotoviti del sredstev za lastno udeležbo. V času priprave tega plana te potrditve še nimamo.

Skupna predvidena vrednost programa zavoda za občino Bovec znaša 273.296,00 €.

8.2. Občina Kobarid

- **Stroški TIC-a Kobarid (69.000,00 €):** stroški predvideni na nivoju realizacije leta 2019. Vključeno: stroški zaposlenih, stroški študentskega servisa, stroški materiala in storitev.
- **Sofinanciranje skupnega programa zavoda (70.000,00 €):** skupni program zajema večji del stroškov zaposlenih na upravi zavoda, razvoj blagovne znamke, sofinanciranje lastnega deleža v projektih, ki jih prijavlja in izvaja zavod za celo dolino, regijsko sodelovanje in vse destinacijske tržne aktivnosti: mednarodni sejmi in delavnice, portali, digitalno in klasično oglaševanje, tiskani materiali, partnersko sodelovanje s predstavniki v tujini, obiski in servisiranje novinarjev, foto & video materiali....
- **Dodaten program za občino Kobarid (18.000,00€):** vključeno je sofinanciranje festivala Jestival (13.000,00 €) in del stroškov za urejanje Juliane (5.000,00 €).
- **Sofinanciranje lastne udeležbe pri izvajanju razpisov za občino Kobarid:** vključeno je sofinanciranje lastne udeležbe zavoda za partnersko sodelovanje v razpisu ribogojnica (1.380,00 €).

Skupna predvidena vrednost programa zavoda za občino Kobarid znaša 158.380,00 €.

8.3. Občina Tolmin

- **Stroške TIC-a Tolmin (69.000,00 €):** stroški predvideni na nivoju realizacije leta 2019. Vključeno: stroški zaposlenih, stroški študentskega servisa, stroški materiala in storitev.
- **Sofinanciranje skupnega programa zavoda (70.000,00 €):** skupni program zajema večji del stroškov zaposlenih na upravi zavoda, razvoj blagovne znamke, sofinanciranje lastnega deleža v projektih, ki jih prijavlja in izvaja zavod za celo dolino, regijsko sodelovanje in vse destinacijske tržne aktivnosti: mednarodni sejmi in delavnice, portali, digitalno in klasično oglaševanje, tiskani materiali, partnersko sodelovanje s predstavniki v tujini, obiski in servisiranje novinarjev, foto & video materiali....
- **Dodaten program za občino Tolmin (33.911,00€):** vključeno je sofinanciranje turističnih društev (13.411,00 €), Informacijske točke v Podbrdu (8.000,00 €) in vzdrževanje turistični točk (3.000,00 €, predvsem odvoz smeti).
- **Tolminska korita in Javorca:** program vzdrževanja, urejanja in razvoja se v skladu z ustanovnim aktom dogovarja posebej z občino Tolmin.

Skupna predvidena vrednost programa zavoda za občino Tolmin (brez Korit in Javorce) znaša 163.411,00 €

8.4. Občina Kanal

Že več kot leto dni tečejo dogovori, da bi se v letu 2020 zavodu Turizem dolina Soče pridružila tudi občina Kanal. Prvotna ideja je bila, da bi se občina Kanal v letu 2020 formalno vključila v zavod kot soustanovitelj. Na sestanku vseh štirih županov 18.11.2019 pa je bilo ugotovljeno, da bi ta postopek trajal predolgo, da bi Kanal lahko že z začetkom leta vključili v program dela zavoda, pa tudi bovški župan je menil, da v občinskem svetu težko zagotovi podporo. Župani so se strinjali, da bi zavod lahko s Kanalom sklenil pogodbo za vključitev v skupno destinacijo in skupni tržni program Doline Soče. Kanalč ima za ta namen v proračunu rezerviranih 26.000 €.

9. Regionalno povezovanje

Ena izmed prednosti Turizem Dolina Soče je dobro sodelovanje in vpetost v regijske, nacionalne in čezmejne povezave. Zavod je aktivno vključen predvsem v naslednje tri povezave:

- **Julijske Alpe:** so najmočnejša slovenska regijska turistična organizacija, ki združuje 13 občin MAB območja in Brda; član združenja je tudi Triglavski narodni park. Združenje ima podpisane posebne pogodbe o sofinanciranju z vsemi občinami na območju, del sredstev pa združujemo v okviru marketinških programov destinacijskih organizacij. Okvir našega dela določa skupna (MAB) strategija. V letu 2020 se bomo posvetili predvsem:
 - skupnemu tržnemu programu: JA brand management, skupni portal, skupni katalog, digitalno in klasično oglaševanje, sejmi (glej tudi poglavje 4.2.)
 - razvoju skupnih produktov: Ski pass julijske Alpe, pohodniška pot Juliana, krožna kolesarska pot (v sodelovanju s PZS), destinacijska kartica in razvoj kolektivnih blagovnih znamk; v kontekstu Juliane moramo izpostaviti, da je združenje zaupalo vlogi booking centra prav Turizmu dolina Soče.
- **Slovenija:** kot združena Dolina Soče smo se v novi slovenski turistični strategiji prepričljivo uvrstili v nabor vodilnih slovenskih turističnih destinaciji in pozicionirali reko Sočo kot eno izmed stalnih ikon slovenskega turizma. Aktivno bomo sodelovali pri uvajanju in izvajanju nacionalne strategije in s tem krepili vpliv naše destinacije v nacionalni turistični politiki na eni strani ter krepili promocijske učinke za našo dolino s strani nacionalnih aktivnosti na drugi,
- **čezmejno sodelovanje:** nadaljevali bomo s krepitvijo dobrih partnerskih odnosov z italijansko in avstrijsko stranjo s ciljem razvijanja konkretnih projektov (kot Alpe Adria Trail) in povečevanja možnosti skupnega pridobivanja evropskih sredstev

10. Projekti in razpisi

- **Razpis MGRT za vodilne destinacije:** razpis je namenski, upravičeni stroški veljajo od 01.01.2020 dalje:
 - pričakovana vrednost projekta: 176.250 €
 - pričakovani delež sofinanciranja: 70%
 - vsebina programa (upravičeni stroški): vodenje in izvajanje projekta, digitalno inoviranje kulturne dediščine, razvoj produktov in petzvezdičnih doživetji, usposabljanja.

- **Programi LAS:**
 - **UNESCO MAB:** skupni medregijski program za vzpostavitev in promocijo pot Julijske Alpe, vsebinsko ga usklajujemo s TNP, Turizmom Bohinj in PRC pripravljamo, predvidena vrednost projekta..., prijavitelj Las Dolina Soče
 - vodilni partner: LAS Dolina Soče
 - vrednost projekta: 62.378,02 €
 - delež TDS: 14.641,34 €
 - delež sofinanciranja: 85%
 - vloga TDS: vsebinski partner
 - vsebina programa TDS: info točke JA po TICih v regiji, tisk vodnika Juliana

 - **Usmerjanje prometa v TNP - Pot julijske Alpe:** urejanje poti Julijske Alpe, strokovne podlage, trajnostna mobilnost, promocija ...:
 - vodilni partner: TDS
 - vrednost projekta: 146.745,46 €
 - delež TDS: 58.064,94 €
 - delež sofinanciranja: 85%
 - vsebina programa TDS: urejanje Juliane Log-Predel in Mangart, izhodišča za prometno strategijo, interpretacija Tolminska korita, foto & video materiali

 - **Tematske poti na območju LAS Dolina Soče:** uvajanje enotnega sistema označevanja, ureditev pilotnih poti na območju vseh štirih članic LAS:
 - vodilni partner: TDS
 - vrednost projekta: 143.178,79 €
 - delež TDS: 68.185,74.€
 - delež sofinanciranja: 85%
 - vsebina programa TDS: priprava priročnika za urejanje in skrbništvo turističnih poti, urejanje Virja, zloženka

 - **Oživitev ribogojnice Kobarid:** prenova in ureditev razstave v ribogojnici v Kobaridu (sodelovanje z zavodom za ribištvo):
 - vodilni partner: Občina Kobarid

- vrednost projekta: 308.556,00 €
- delež TDS: 9.200,00 €
- delež sofinanciranja: 85%
- vsebina programa TDS: foto video material

- **Z inovativnimi rešitvami do večje dodane vrednosti v akvakulturi**: razvoj blagovne znamke Doline Soče na področju lokalnih proizvodov, pilotski projekt uporaba pri predelavi lokalnih rib (Faronika):
 - vodilni partner: Turizem dolina Soče
 - vrednost projekta: 84.962,74 €
 - delež TDS: 84.962,74 €
 - delež sofinanciranja: 85%
 - vsebina programa TDS: priprava in vpeljava sistema certificiranja kakovosti lokalnih izdelkov in storitev

- **V pripravi**:
 - LAS Dolina Soče:
 - monitoring plovbe na reki Soči in program urejanja vstopnih mest
 - prenova TIC-a Bovec in ureditev trgovine lokalnih proizvodov
 - STO: razpis za sofinanciranje promocije

11. Finančni plan

11.1. Prihodki v 2020

PRIHODKI PO OBČINAH 2019	BOVEC	KOBARID	TOLMIN	SKUPAJ
<i>TiCi in občinski programi</i>	180.312,00	78.790,00	91.290,00	350.392,00
<i>financiranje po ključu</i>	136.500,00	68.250,00	68.250,00	273.000,00
<i>sofinanciranje razpisov</i>	15.998,00	4.177,66		19.337,71
SKUPAJ	332.810,00	151.217,66	159.540,00	642.729,71

PRIHODKI PO OBČINAH 2020	BOVEC	KOBARID	TOLMIN	KANAL	SKUPAJ
TiCi in občinski programi	175.140,00	83.000,00	93.411,00		351.551,00
financiranje po ključu	90.000,00	70.000,00	70.000,00	26.000,00	256.000,00
sofinanciranje razpisov	8.156,00	1.380,00			9.536,00
SKUPAJ	273.296,00	154.380,00	163.411,00	26.000,00	617.087,00

Prispevek občin je razdeljeno na lokalni del in na financiranje po ključu, ključ delitve sredstev za pokrivanje skupnega programa je bil predstavljen in usklajen med župani ob ustanovitvi novega zavoda, delež za financiranje TICev in lokalnega programa (infrastruktura, prireditve) pa je dogovorjen med zavodom in vsako občino posebej.

Prispevek iz občinskih proračunov je predviden tako, kot je bil v času sprejemanja tega plana usklajen z župani vseh treh občin (Tolmin 18.11., Kobarid 13.12., Bovec 10.12. in 06.01.). V kolikor se bodo postavke skozi postopek sprejemanja občinskih proračunov spreminjale, se bo plan ustrezno prilagodil.

PRIHODKI TDS - PLAN 2019		Realizacija 2018	Plan 2019	Ocena 2019	Plan 2020	Ind. 20/19
	TICi in občinski program	324.000,00	350.392,00	361.592,00	351.551,00	97
	Financiranje po ključu	116.499,96	273.000,00	273.000,00	256.000,00	94
	Sofinanciranje razpisov	138.810,80	19.337,71	19.337,71	9.536,00	49
1. OBČINE SKUPAJ		579.310,76	642.729,71	653.929,71	617.087,00	94
	Sofinanciranje AAT	7.377,05	7.377,05	9.000,00	9.000,00	100
	Julijske Alpe		15.000,00		10.000,00	
	TNP - mobilnost	1.112,86	2.000,00			
2. SOFINANCIRANJA SKUPAJ		8.489,91	24.377,05	9.000,00	19.000,00	211
4. PRISPEVEK PONUDBNIKOV		14.971,07	20.000,00	2.200,00	5.000,00	227
LASTNA DEJAVNOST	Trgovsko blago	102.891,19	105.000,00	110.000,00	110.000,00	100
	Agencijski program	8.345,56	6.500,00	10.500,00	15.000,00	143
	AAT	233.222,64	310.000,00	270.000,00	300.000,00	111
	Javorca - vstopnina	26.840,88	30.000,00	22.300,00	30.000,00	135
	Tolminska korita - vstopnina	334.503,82	375.000,00	535.000,00	600.000,00	112
	Strgulčeva hiša	1.211,07				
	Maraton Bovec	45.739,82	45.000,00			
	Virje - parkirnina			11.000,00	25.000,00	227
Drugo (Frika)	3.610,24			9.913,69		
5. LASTNA DEJAVNOST SKUPAJ		756.365,22	871.500,00	958.800,00	1.089.913,69	114
	LAS - Kul.tra	11.855,77	5.641,16	2.217,95		0
	LAS - BZ Dolina Soče			13.064,71		0
	LAS - usmerjanje - pot JA		22.368,06	5.592,00	20.000,00	358
	LAS - tematske poti		32.625,21	8.156,00	30.000,00	368
	LAS - utrip Bca		9.800,00	9.800,00		
	MGRT - vodilne dest.	49.025,99	49.025,99	63.839,45	50.000,00	78
	STO - promocija				30.000,00	
6. RAZPISI SKUPAJ		60.881,76	119.460,42	102.670,11	130.000,00	127
PRIHODKI SKUPAJ 1+2+3+4+5		1.420.018,72	1.678.067,18	1.726.599,82	1.861.000,69	108

Preglednica vseh prihodkov pa poleg občinskih dotacij vključuje še prispevek ponudnikov (sofinanciranje promocijskih akcij in materialov), ocenjene prihodke iz lastne dejavnosti in ocenjene prihodke iz javnih razpisov.

11.2. Stroški – načrtovana poraba sredstev v 2020

STROŠKOVNA MESTA	Realizacija 2018	PLAN 2019	Ocena 2019	Plan 2020
SKUPNE SLUŽBE				
Stroški zaposlenih	137.455,77	140.338,73	150.151,09	160.000,00
Izobraževanje, literatura		5.000,00	5.068,13	8.000,00
PTT		13.000,00	7.000,00	8.000,00
Računalniška oprema in programi	31.908,71	20.000,00	22.000,00	20.000,00
Svetovanja, pravne storitve	16.546,64	10.000,00	1.000,00	5.000,00
Druge skupne storitve (zavod)			20.617,27	20.000,00
Materialni stroški in storitve	56.905,11	30.000,00	12.173,41	13.000,00
Računovodstvo		12.000,00	9.844,36	10.000,00
Ureditev prostorov	4.265,01	6.000,00	100,00	
Uprava skupaj			2.000,00	
SKUPAJ	247.081,24	236.338,73	229.954,27	244.000,00
TRŽENJE				
Sejmi in delavnice		16.000,00	16.000,00	16.000,00
Portali		12.000,00	16.000,00	10.000,00
PR		6.000,00	10.000,00	10.000,00
Klasično oglaševanje		13.000,00	8.500,00	9.000,00
E-oglaševanje		6.000,00	5.000,00	12.000,00
Foto & video materiali		5.000,00	5.000,00	8.000,00
Tiskani materiali		30.000,00	35.000,00	20.000,00
CGP in drugi materiali		10.000,00	2.000,00	5.000,00
Druge tržne storitve		8.000,00	5.500,00	8.000,00
Julijske Alpe		5.000,00	5.000,00	5.000,00
Partnerji v tujini		3.000,00	5.400,00	6.000,00
SKUPAJ	109.427,17	114.000,00	113.400,00	109.000,00
SKUPNI DOGODKI				
Festival pohodništva	10.069,34	12.000,00	7.000,00	10.000,00
SKUPAJ	10.069,34	12.000,00	7.000,00	10.000,00
ALPE ADRIA TRAIL				
Po rezervacijah		320.000,00	200.000,00	230.000,00
Stroški zaposlenih		42.951,55	34.045,40	35.000,00
Drugi stroški AAT		5.000,00	10.000,00	10.000,00
SKUPAJ	179.796,14	367.951,55	244.045,40	275.000,00
DRUGE AGENCIJSKE STORITVE				
Feratel	3.022,41	2.000,00	700,00	8.000,00
Druge agencijske storitve		3.000,00	1.100,00	2.000,00
SKUPAJ	3.022,41	5.000,00	1.800,00	10.000,00
RAZPISI LAS				

Pripravljalni stroški	2.650,00	0,00	545,00	2.000,00
LAS - KULTRA - Jestival	7.768,26		0,00	
LAS - blagovna znamka DS	6.534,67		0,00	
LAS - usmerjanje obiska JA	221,81	27.960,07	24.612,97	20.000,00
LAS - tematske poti	850,00	40.781,51	5.320,00	30.000,00
LAS - inovativne rešitve		9.200,00	1.750,00	10.000,00
LAS - UNESCO MAB			7.648,60	
LAS - utrip Bca		12.250,00	12.169,50	
LAS - Emeral Paradise film	1.700,00			1.700,00
SKUPAJ	19.724,74	90.191,58	52.046,07	63.700,00
RAZPIS MGRT ZA VODILNE DESTINACIJE				
Stroški zaposlenih	19.525,54	17.554,46	23.026,50	23.000,00
Stroški storitev	64.573,56	59.472,46	57.296,67	50.000,00
SKUPAJ	84.099,10	77.026,92	80.323,17	80.323,17
RAZPIS STO				
Material in storitve				30.000,00
SKUPAJ				30.000,00
RAZVOJ DESTINACIJE IN PRODUKTOV				
Strategija (Tolmin, Kobarid)		20.000,00	5.185,17	
Izvedbeni projekti		10.000,00	3.714,92	10.000,00
Zelena shema slovenskega turizma		10.000,00	20.355,64	5.000,00
Partnersko sodelovanje		20.000,00	6.155,01	20.000,00
SKUPAJ		60.000,00	35.410,74	35.410,74
BOVEC - TIC				
Stroški zaposlenih	43.802,36	43.883,68	39.195,29	42.640,00
Študentski servis	15.865,22	20.000,00	19.500,00	22.000,00
Računalniška oprema	2.088,23	2.000,00	1.000,00	1.000,00
Materialni stroški in storitve	4.346,05	4.200,00	9.010,00	9.000,00
Prenova TICa	0,00	6.000,00		
SKUPAJ	66.101,86	76.083,68	68.705,29	74.640,00
BOVEC - INFRASTRUKTURA				
Table in druga oprema	7.946,76	0,00	1.200,00	
Pohodniške poti	29.743,04	28.162,00	32.520,68	32.000,00
Tekaške proge		2.000,00	700,00	2.000,00
Smučarski avtobus	15.732,90	20.000,00	15.000,00	20.000,00
Stergulčeva hiša	6.293,03		0,29	
Šotor			11.550,00	
Boka, fort Herman		10.000,00		10.000,00
SKUPAJ	59.715,73	60.162,00	60.970,97	64.000,00
PARKIRIŠČE VIRJE				
20502 Tekoče vzdrževanje			4.291,18	5.000,00
20504 Materialni stroški in storitve	12.954,40	5.000,00	4.535,96	5.000,00

20508 Parkirnina			0,00	
SKUPAJ	12.954,40	5.000,00	8.827,14	10.000,00
BOVEC - PRIREDITVE				
Podpora prireditvam (FP, BM)	10.376,30	7.000,00	2.840,17	2.000,00
Emaus - starodobni smučarji		2.000,00	2.564,12	2.500,00
Novo leto	22.700,00	25.000,00	33.400,00	25.000,00
Boff	6.000,00	6.000,00		7.000,00
Novo leto - lučke		10.000,00		
Bovec Maraton	43.226,36	0,00	3.739,82	
SKUPAJ	82.302,66	50.000,00	42.544,11	36.500,00
KOBARID - TIC				
Stroški zaposlenih	38.717,76	38.961,32	42.590,50	45.000,00
Študentski servis	11.417,40	13.000,00	15.000,00	15.000,00
Računalniška oprema		1.000,00	200,00	
Materialni stroški in storitve	8.850,08	7.500,00	8.040,00	9.000,00
SKUPAJ	58.985,24	60.461,32	65.830,50	69.000,00
KOBARID - PRIREDITVE in infrastruktura				
Urejanje poti (AAT, Juliana)				5.000,00
Podpora prireditvam		0,00	951,88	
Jestival	2.701,71	10.000,00	10.804,84	13.000,00
SKUPAJ	2.701,71	10.000,00	11.756,72	18.000,00
TOLMIN - TIC				
Stroški zaposlenih	39.225,44	40.061,93	48.533,04	50.000,00
Študentski servis	13.138,28	15.000,00	11.000,00	12.000,00
Računalniška oprema		1.000,00	10,00	
Materialni stroški in storitve	11.803,16	4.900,00	5.500,00	7.000,00
SKUPAJ	64.166,88	60.961,93	65.043,04	69.000,00
TOLMIN - TIC PODBRDO				
Stroški dela	2.993,37	3.000,00	3.814,95	4.000,00
Materialni stroški	2.938,27	3.000,00	3.052,63	3.000,00
Stroški storitev		1.000,00		1.000,00
SKUPAJ	5.931,64	7.000,00	6.867,58	8.000,00
TOLMIN - INFRASTRUKTURA				
Table in druga oprema		0,00	4.142,21	
Turistične točke	9.386,34	3.500,00	2.140,93	3.000,00
Iz prihodka korit			779,85	
SKUPAJ	9.386,34	3.500,00	7.062,99	3.000,00
TOLMIN - TURISTIČNA DRUŠTVA				
Turistična društva	13.439,12	13.410,80	13.411,80	13.412,80
SKUPAJ	13.439,12	13.410,80	13.411,80	13.412,80
TOLMIN - PRIREDITVE				
Podpora prireditvam	4.103,28	5.000,00	15.979,39	16.000,00
SKUPAJ	4.103,28	5.000,00	15.979,39	16.000,00

TRGOVSKO BLAGO				
Trgovsko blago	28.118,74	33.000,00	13.500,00	
Dovolilnice in vstopnice	48.846,33	51.500,00	54.500,00	
SKUPAJ	76.965,07	84.500,00	68.000,00	70.000,00
TOLMINSKA KORITA				
Stroški zaposlenih		37.261,57	41.914,18	65.000,00
Študentski servis		10.000,00	39.708,88	40.000,00
Tekoče vzdrževanje		10.000,00	18.160,97	20.000,00
Promocija in informiranje		15.000,00	1.762,50	15.000,00
Materialni stroški in storitve		15.000,00	32.312,05	35.000,00
Investicijsko vzdrževanje		51.831,40	53.816,98	150.000,00
Trgovsko blago		1.000,00	1.869,48	2.000,00
Zavarovanje		2.000,00	12.000,00	8.000,00
Projekti Tolmin		139.733,83	53.452,58	150.000,00
Prevozi, parkrišča		20.000,00	25.144,03	60.000,00
SKUPAJ	155.641,47	301.826,80	280.141,65	545.000,00
JAVORCA				
Stroški zaposlenih		11.124,09	16.500,00	17.000,00
Študentski servis		500,00		1.000,00
Tekoče vzdrževanje		1.000,00		
Materialni stroški in storitve		4.500,00	7.169,37	10.000,00
Javni prevoz		10.000,00		
Trgovsko blago		300,00	84,42	
Dovolilnice in vstopnice		0,00		
SKUPAJ	20.905,96	27.424,09	23.753,79	28.000,00
SKUPAJ	1.286.521,50	1.727.839,40	1.502.874,61	1.881.986,71

V preglednici so predstavljeni načrtovani stroški po stroškovnih mestih posameznih poslih.

Bovec, 10.01.2020

Turizem Dolina Soče
Janko Humar, direktor