

PROGRAM DELA IN FINANČNI NAČRT ZA LETO 2024

| | |
|---------------------------------|--|
| Polni naziv: | Javni zavod Turizem Kranjska Gora |
| Naslov (sedež): | Kolodvorska ulica 1c, 4280 Kranjska Gora |
| Davčna številka: | SI66559286 |
| Transakcijski račun št.: | SI56 0125 3603 0364 390 SI56 0317 8500 0008 233 |

| | |
|----------------------------------|-----------------------|
| Telefon, mobilni telefon: | 04 588 50 20 |
| Faks: | 04 588 50 21 |
| Elektronska pošta: | info@kranjska-gora.eu |
| Spletna stran: | www.kranjska-gora.si |

| | |
|-------------------------------------|-------------------------------|
| Odgovorna oseba in funkcija: | Luka Vrančič, v.d. direktorja |
|-------------------------------------|-------------------------------|

1. UVOD

Poslanstvo in vizija javnega zavoda

Skladno z veljavnim krovnim dokumentom javnega zavoda Turizem Kranjska Gora, t.j. Strategijo razvoja turizma občine Kranjska Gora 2015-2025 bodo aktivnosti zavoda usmerjene v promocijo občine kot atraktivnega turističnega območja za prebivalce in obiskovalce, temelječe na trajnostnem razvoju, naravni in kulturni dediščini ter zdravi bivalni klimi. Aktivnosti javnega zavoda bodo usmerjene v povezano športno turistično ponudbo, v odprtost in sodelovanje na stičišču treh dežel. Spodbujali bomo razvoj specializirane ponudbe skozi celo leto, ki bo omogočala avtentičen, zdrav in aktiven odih z dobrim počutjem v okolju domačnosti in skrivnostnosti.

Turistična destinacija Kranjska Gora bo oblikovala integralne turistične proizvode, ki bodo zadovoljili želje po edinstvenih doživetjih in bodo turistom ponudili delček tradicije, običajev in vrednot, ki so del kulture in življenja prebivalcev v destinaciji. Destinacija bo uspešno usklajevala interese vseh deležnikov (javnih in zasebnih) s ciljem, da se izboljša kakovost ponudbe (kvaliteta namesto kvantitete), da vsak ponudnik, ki to želi, najde svoje mesto v mozaiku destinacijskega integralnega produkta in da vsak prispeva po svojih najboljših močeh. S skupnim prizadevanjem javnega in zasebnega sektorja bo destinacija dosegla zastavljene cilje predvsem pri izvedbi manjkajočih infrastrukturnih projektov ter pri upravljanju z že izvedenimi ključnimi razvojnimi projekti, ki jih bo potrebno zapolniti s pravimi vsebinami, tržiti in vzdrževati. Pri vseh aktivnostih, najsi bodo javne ali zasebne, pa bodo upoštevana načela trajnostnega razvoja, da na račun dobička sedanjih generacij ne bomo zmanjšali razvojnih možnosti prihodnjim generacijam.

2. CILJI

Dolgoročni cilji in dokumenti dolgoročnega razvojnega načrtovanja

V letu 2024 bomo skupaj z občino Kranjska Gora, turističnim gospodarstvom, lokalno skupnostjo, področnimi strokovnjaki in drugo zainteresirano javnostjo sooblikovali novo strategijo razvoja turizma destinacije Kranjska Gora.

Ključne usmeritve za l. 2024 vključujejo aktivnosti za zmanjšanje vpliva nizkih sezon (desezonalizacijo), izboljšanje kakovosti storitev, raznolikost turistične ponudbe, razpršenost turistične ponudbe po celotni občini, dvig dodane vrednosti in trajnostni razvoj turizma.

3. PRAVNE PODLAGE (zakonske, pravne in vsebinske podlage kot izhodišča za delovanje zavoda)

- Zakon o spodbujanju razvoja turizma,
- Odlok o javnem zavodu Turizem Kranjska Gora,
- Statut javnega zavoda Turizem Kranjska Gora,
- Strategija slovenskega turizma 2022-2028,
- Strategija razvoja turizma občine Kranjska Gora 2015-2025,
- Smernice proračuna občine Kranjska Gora za l. 2024,
- Predlog programa dela skupnosti Julijskih Alp za l. 2024,
- Uskladitev z organi zavoda Turizem Kranjska Gora,
- Uskladitev s predstavniki turističnega gospodarstva.

4. PROGRAM DELA

Delo javnega zavoda Turizem Kranjska Gora bo v letu 2024 sledilo smernicam proračuna občine Kranjska Gora za l. 2024, upošteva je poslanstvo, vizijo in zastavljene cilje, zakonske, pravne ter vsebinske podlage za delovanje zavoda.

Pri tej točki predstavitvi programa dela za leto 2024 se znotraj proračunskih postavk osredotočam na promocijo (konto 4133028) in prireditve (konto 4133029), torej na vsebinski in produkcijski del dejavnosti Turizma Kranjska Gora.

Promocija

Povečanje prepoznavnosti destinacije in blagovne znamke Kranjska Gora na mednarodni ravni bo ena izmed prioritet, pri čemer se pomembnosti domačega trga nikakor ne bo zanemarilo. Načrtuje se celovita marketinška kampanja, vključujoč tradicionalne in inovativne marketinške pristope, vključno z digitalnim marketingom, sodelovanjem z domačimi in mednarodnimi partnerji, prilagojeno sezonskosti in produktom. Velik poudarek bo namenjen aktivnostim za pospeševanje prodaje.

Nadaljevali in potencirali bomo sodelovanje s Slovensko turistično organizacijo, združenjem Slovenia Outdoor, skupnostjo Julijske Alpe. Okrepili bomo trženje in aktivnosti za pospeševanje prodaje na

ključnih trgih, tujih in domačem. Udeležili se bomo naslednjih sejmskih predstavitev in workshopov, kjer bomo prisotni bodisi z informatorjem destinacije Kranjska Gora in ali b2b:

- sejem Alpe Adria Ljubljana, 31.1. – 3.2.,
- sejem F.R.E.E. Munchen, 14.-18.2.,
- sejem BIT Milano, 4.-6.2.,
- sejem turizma Beograd, 22.-25.2.,
- sejem Fiets en Wandelbeurs Utrecht, 23.-25.2.,
- borza ITB Berlin, 5.-7.3.,
- sejem Holiday World Praga, 17.-19.3.,
- sejem Argus Bike Festival Dunaj, 13.-14.4.,
- borza SIW, maj,
- sejem caravan salon Duesseldorf, 30.8.-8.9.,
- sejem TTG Incontri Rimini, 4.-6.10.,
- borza v Budimpešti, oktober,
- borza Praga, oktober,
- borza Varšava, oktober,
- sejem GO Regiontour Brno, november,
- borza WTM - World Travel Market London.

Na sejmih v Amsterdamu, Stuttgartu, Madridu, Dublinu, Bruslju, Bologni, Dunaju, Napoliju, Vicenzi, Celovcu, Parizu, Ghentu, Frankfurtu in Leipzigu zastopani in predstavljeni preko informatorja skupnosti Julijskih Alp in Združenja Slovenia Outdoor.

Dodatno bomo izvedli akvizicije in samostojne obiske touroperatorjev na nam ključnih trgih skupaj z zainteresiranimi turističnimi ponudniki naše destinacije.

V našo destinacijo bomo v vseh 4ih letnih časih vabili novinarje, blogerje, vplivneže iz nam ključnih trgov za predstavitev aktualnih sezonskih produktov.

Medije in novinarje bomo aktivneje obveščali in seznanjali o turistični ponudbi in dogodkih preko rednih mailingov in direktnih telefonskih vabil.

Digitalnim kanalom bomo posvečali več pozornosti in več sredstev. Za vodenje kampanje na kanalih Youtube, Google, Facebook in Instagram bomo sodelovali z marketinško agencijo. Več pozornosti bomo namenili tudi kanalu Tiktok. Boostanje lastnih objav na našem Facebooku in Instagram profilu bomo izvajali sami. Digitalni kampanji bomo dodali tudi zakupe objav v specializiranih in/ali mainstream digitalnih medijih.

Posluževali se bomo tudi klasičnih kanalov, predvsem outdoor oglasnih mest, radijskih in v manjši meri tiskanih medijih.

Glede na izseke načrtovanih delavnic za oblikovanje nove strategije turizma v občini Kranjska Gora, predvidenih v l. 2024, bomo oblikovali nove promocijske brošure (katalogi, zgibanke ipd.), prilagodili spletno stran in dodali nove promocijske materiale. Producirali bomo osvežene foto in video materiale.

Prireditve

Po višini sredstev iz občinskega proračuna najmočnejša postavka. Nadaljevali bomo sodelovanje z vsemi zunanjimi organizatorji prireditve, tradicionalnih, novejših, različnega žanra. Spodbujali bomo prireditve v lastni organizaciji.

V programu dela za leto 2024 so naslednje večje prireditve, ki so s strani Turizma Kranjska Gora organizirane v celoti oz. smo v organizacijo vključeni vsaj deloma:

- Alpska vasica in advent, 2.12.2023 – marec 2024
- Silvestrovanje, 31.12.,
- Zlata lisica, 6.1.,
- Interbancario, 21.-26.1.,
- Mladinsko svetovno prvenstvo v nordijskem smučanje, 5.-11.2.,
- Slovenski maraton v smučarskem teku, 3.3.,
- Grubin memorial, 8.3.,
- Pokal Vitranc, 9.-10.3.,
- Smučarski poleti v Planici, 21.-24.3.,
- Ženski teniški turnir, 13.-19.5.,
- Goni Pony, 1.6.,
- 120-letnica turizma v Kranjski Gori, 4.6.,

- Kekčevi dnevi, junij,
- Tedenske poletne prireditve, julij-avgust,
- Kolesarski kamp Mateja Mohoriča, avgust,
- Juriš na Vršič, 7.9.,
- Julian Alps Trail Run, september,
- Ognjeni spektakel – parkeljni treh dežel, 29.11.

Obstoječemu planu večjih prireditev bomo dodali dodatne večje prireditve. Z nekaterimi organizatorji (npr. Kolesarska zveza Slovenije) termine in podrobnosti v tem trenutku še usklajujemo, proračun pri tem ne bo trpel, morebitno finančno soudeležbo bomo pokrili z ustvarjenimi lastnimi prihodki.

V prihodnje si želimo programu tradicionalnih in prepoznanih prireditev v destinaciji dodatni nove vsebine, ki bi v destinacijo privabile predvsem večdnevne goste, terminsko v času zimske sezone, predvsem tudi v manj obiskanih mesecih med obema glavnima sezonama.

4.1. PROJEKTI

Spodbujamo vlaganja v vsebinska, programska, infrastrukturna in kadrovska vlaganja, ker želimo ohraniti konkurenčno prednost, dvigniti prepoznavnost destinacije in povečati obisk večdnevni gostov predvsem v nizkih sezonah.

V Turizmu Kranjska Gora tako v letu 2024 načrtujemo soudeležbo pri izvedbi projektov, ki bodo pripomogla k dvigu konkurenčne prednosti, trajnosti in dodani vrednosti turistične ponudbe ter nenazadnje omogočili lažje in hitrejše povezovanje med različnimi gospodarskimi panogami, in sicer:

- Alpski SPA,
- Kolektivna blagovna znamka Kranjska Gora Vrhunsko,
- Slovenia Green,
- Urbano pohišstvo,
- Dodatna prednovoletna praznična okrasitev,
- Priprava projektov za prijavo na javni razpis Ministrstva za gospodarstvo, turizem in šport za sofinanciranje investicij v športno infrastrukturo.

Skupaj z resornimi deležniki in strokovnjaki želimo nadgraditi kakovost najbolj prepoznavnih turističnih produktov destinacije, predvsem:

- Smučanje: bolj poglobljeno sodelovanje z RTC žičnice Kranjska Gora in sooblikovanje prodajne politike,
- Smučarski tek: enoten produkt, mednarodne prepoznavne prireditve,
- Kolesarjenje: odbor za kolesarjenje, kolesarski koordinator, večje prireditve,
- Kultura: kino, kulturni festivali.
- Kulinarika: promocijski termini, KBZ vrhunsko.

5. KADROVSKI NAČRT – prilogi št. 1 in 2

6. NAKUP OPREME IN PREDVIDENE INVESTICIJE (NNG)

Večjih investicij v opremo v letu 2024 ne načrtujemo. V načrtu je nakup delovnih oblačil in manjšega prireditvenega šotora. Prav tako načrtujemo nakup drona za produkcijo atraktivnega foto in video materiala.

7. OSTALE INFORMACIJE IN PROBLEMATIKA

Pri načrtovanju dela za leto 2024 identificiramo predvsem tveganja zaradi nepopolne kadrovske strukture in tveganja zaradi naraščajoče inflacije. Smo v zadnjem letu veljavnosti obstoječe strategije razvoja turizma, ki ji moramo slediti. Postopek oblikovanja nove strategije turizma destinacije bo morda nakazal nove smernice in preobrazbo turizma v destinaciji.

Kraj in datum:

Kranjska Gora, 14.12.2023

Podpis odgovorne osebe:

Luka Vrančič