

Dolina Soče

SOČA EVERGREEN

**STRATEGIJA RAZVOJA IN
TRŽENJA TURIZMA
DOLINE SOČE 2025 +**

Februar 2020, dopolnjeno april 2020

**I FEEL
SLOVENIA**

Predmet	Priprava Strategije razvoja in trženja turizma Doline Soče 2025+ Kratko poimenovanje strateškega dokumenta: DOLINA SOČE 2025+: Soča Evergreen
Vrsta dokumenta	Strateški razvojni načrt turizma za vodilno destinacijo Doline Soče, s posebnim poudarkom na občinah Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči
Naročnik	Turizem Dolina Soče, Rupa 17, SI-5230 Bovec
Za naročnika	Janko Humar, direktor

Konzorcij
izvajalcev

K&Z, Svetovanje za razvoj d.o.o. (področje razvoja, naložb in projektov)
Slavka Zupan

NEA CULPA d.o.o. (področje marketinga in razvoja v turizmu)
Neja Petek, Petra Goneli

GOODPLACE d.o.o. (področje razvoja v turizmu)
Jan Klavora

Presledek. (področje arhitekture in prostora)
Vid Zabel, Martin Kruh

Karte
Fotografija

Vid Zabel
Naslovnica Shutterstock.com, ostalo Mediateka STO in Arhiv Nea Culpa

Obdobje
priprave

November 2018 – februar 2020, dopolnitev april 2020
Dokument sprejet na 10. redni seji Občinskega sveta Občine Kanal ob Soči, 14. 5. 2020.
Dokument sprejet na x. redni seji Občinskega sveta Občine Tolmin, x. x. 2020.
Dokument sprejet na x. redni seji Občinskega sveta Občine Kobarid, x. x. 2020.

Kazalo

Kazalo	3
1. Strategiji na pot	7
1.1. Zakaj strategija? Pet razlogov za pripravo strategije	7
1.2. Kako je potekala priprava strategije	11
1.3. Opredelitev in umestitev destinacije	13
2. Analiza in diagnoza: Kje smo danes?	17
2.1. Dolina Soče v številkah leta 2018	17
2.2. Turistična gibanja v destinaciji	19
2.3. SWOT analiza	23
2.4. Izzivi Doline Soče	24
3. Strategija zimzelene rasti Doline Soče	27
3.1. Vizija Doline Soče 2025+: SOČA EVERGREEN	27
3.2. Strateški cilji: Kaj želimo doseči?	29
3.3. Strateški model: Kako bomo dosegli cilje?	32
3.4. Tržno pozicioniranje: Dolina Soče kot zelena outdoor destinacija z izjemno naravno in kulturno dediščino	33
3.5. Ciljne skupine: profilirane glede na interes in motiv prihoda	35
3.6. Pozicioniranje turizma v prostoru: uravnotežen trajnosten koncept	37
3.7. Poslanstvo partnerstva SOČA EVERGREEN	39
4. Razvojni načrt: ukrepi za zeleno pot navzgor	42
4.1. Strateško področje 1: Turistična infrastruktura in režimi	43
4.2. Strateško področje 2: Ponudba	72
4.3. Strateško področje 3: Upravljanje destinacije	89
4.4. Strateško področje 4: Trženje	101
5. Dejavniki izvajanja in uspešnosti strategije	117
5.1. Izvajanje in spremljanje strategije: Kdo je odgovoren?	117
5.2. Dejavniki uspeha: zunanji in notranji	121
6. Pregled okrajšav, literature in sodelujočih	124
Okrajšave	124
Literatura in viri	125
Sodelujoči v procesu	126

Zimzelena pot navzgor v partnerstvu lokalne skupnosti, ponudnikov in Turizma Dolina Soče

Dolina Soče danes bolj kot kadarkoli prej potrebuje povezano destinacijsko družino turističnih ponudnikov in partnerjev, ki si prizadevajo za nenehno izboljševanje izkušnje svojega gosta in znajo obenem dobro sodelovati drug z drugim. Destinacijska management organizacija Turizem Dolina Soče jim ob tem nudi spodbudno okolje za razvoj in sodelovanje, na slovenskem in mednarodnih trgih pa skrbi za to, da je Dolina Soče prepoznavna destinacija. To ponudniki z uresničevanjem gostovih pričakovanj v praksi potrjujejo in tako sklenejo krog. Destinacija Dolina Soče gre novemu obdobju naproti še ambicioznejše in trdno odločena, da se bodo odnosi in sodelovanje izboljšali ter okrepili, ena najlepših gorskih dolin na svetu pa s presežkom ponudbe v glavni sezoni in mankom aktivnih ponudnikov skozi leto ne bo ogrozila krhkega ravnovesja v naravi, ki se mora razbremeniti sezonskega pritiska. Zavedamo se odgovornosti do lokalne skupnosti, ki potrebuje zdravo in vitalno turistično gospodarstvo skozi vse leto in Dolino Soče, ki je vse leto tudi privlačna za življenje in delo.

Zato s to strategijo načrtno gradimo obljubo in uresničevanje SOČA EVERGREEN destinacije s spoštljivim odnosom do naravnega in kulturnega kapitala in z veliko čustveno vrednostjo, ki jo energija in vzdušje Doline Soče lahko ponudita sodobnemu, vse bolj odgovornemu turistu. Naše največje dragocenosti so žive vode in planine, njihovo čisto okolje, zavarovana območja narave na čelu s Triglavskim narodnim parkom, ohranjena kulturna dediščina in žive tradicije ter običaji, kakršna je kultura živih planin, ki se prenašajo iz roda v rod že tisočletja. Ustvarjamo močno SOČA EVERGREEN PARTNERSTVO deležnikov na destinaciji, ki se zavezuje k odgovornemu in trajnostnemu razvoju našega turizma. Prepričani smo, da skupaj zmoremo dvigniti raven vseh storitev v turizmu in poiskati rešitve, ki bodo v Dolino Soče prinesle svež optimizem, željo po ustvarjanju v najlepši industriji in nov zagon.

Dolina Soče je danes vodilna destinacija slovenskega turizma in ena najbolj zelenih med mednarodnimi in domačimi turisti v Sloveniji. Združuje občine Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči. V obdobju zadnjih desetih let se je število ležišč v destinaciji podvojilo, število obiskovalcev pa povišalo za 2,8-krat. V letih 2018 in 2019 je destinacija beležila več kot 300.000 prihodov ustvarila prek 800.000 nočitev letno, kar predstavlja več kot 30-odstotno rast v primerjavi z letom 2017. Turizem je postal pomemben razvojni dejavnik regije gospodarstva Doline Soče.

V skladu s to dinamiko in upošteva je nove okoliščine pandemije covid-19 so turistični partnerji postavili dolgoročno vizijo in strategijo Doline Soče do leta 2025 kot je zapisana v tem dokumentu. Vizija opredeljuje, da je edina pot, ki vodi naprej, zelen in trajnostni napredek v smeri višanja kakovosti in dodane vrednosti ter širjenja ponudbe izven glavne sezone na vse leto (ali večino leta). Dolina Soče potrebuje aktivne ponudnike, ki bodo turizem čutili in ustvarjali z glavo in srcem, tako kot to počnejo najboljši turistični in kulinarčni vizionarji ter ponudniki v dolini. Ti so njen sloves že ponesli med najzahtevnejše obiskovalce in turiste po svetu, ki cenijo dobro storitev, naravno okolje in lokalno izkušnjo, kakršne drugje ne morejo doživeti.

Janko Humar, direktor Turizma Doline Soče

Vodijo nas štirje cilji





1. Strategiji na pot

1. Strategiji na pot

1.1. Zakaj strategija? Pet razlogov za pripravo strategije

1 Dolina Soče je najpomembnejša OUTDOOR destinacija v Sloveniji, ki je vse do leta 2020 izkazovala eno najvišjih rasti obiska.

Dolina Soče (DS) je v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021 opredeljena kot vodilna destinacija. Je slovenska destinacija z najbolj razvito ponudbo outdoor turizma in počitnic v gorah, ki sta med nosilnimi produkti slovenskega turizma in makro regije Alpska Slovenija. Dolina Soče združuje občine Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči. V letu 2018 jo je obiskalo 302.343 turistov, ki so ustvarili 813.924 nočitev ali 5,4 % vseh v Sloveniji in 21 % v Julijskih Alpah. Tako kot Slovenija tudi destinacija Dolina Soče v zadnjih letih beleži visoko rast. Turistični obisk destinacije se je v zadnjih desetih letih povečal za 2,5-krat. Gorske občine so v letu 2018 pritegnile največje število gostov oz. kar 29 % vseh turistov v Sloveniji. Navedeno kaže na visoko atraktivnost Alp in znotraj njih Doline Soče v primerjavi z drugimi slovenskimi turističnimi destinacijami. Dosedanji obseg rasti in dinamika obiska po eni strani v času glavne sezone nakazujeta na tveganje preobremenjenosti naravnih in kulturnih virov ter krhanje primerne ravnotežja med številom prebivalcev in turistov, po drugi strani pa na primanjkljaj turistične ponudbe v vseh segmentih ponudbe v izvensezonskih mesecih.

Po podatkih World Travel and Tourism Council (WTTC) je turizem v letu 2019 prispeval 10,3 % h globalnemu BDP (op. v Sloveniji 12,3 %¹) ter zagotovil povprečno 1 od 10 delovnih mest. Vse do izbruha pandemije **covid-19 marca 2020** je WTTC napovedovala visoko nadaljnjo rast turizma, po globalni zaustavitvi turističnih potovanj pa za leto 2020 predvideva 20 – 30 % upad turističnih prihodov². WTTC na podlagi izkušenj preteklih epidemij ugotavlja, da je bilo v povprečju potrebnih 10 do 34,9 mesecev za povrnitev panoge v predkrizno obdobje³. Slovenska turistična organizacija ob sproščanju protivirusnih ukrepov v mesecu juniju 2020, za leto 2020 napoveduje izgubo 9 milijonov nočitev, kar pomeni skoraj 60 % manj v primerjavi z letom 2019.⁴ TDS za leto 20120 ocenjuje 60 -80 % upad turistične dejavnosti, odvisno od dinamike in obsega odpiranja meja.

Dejstvo je, da bo prva leta izvajanja predmetne strategije osredotočeno na zdravljenje turističnega gospodarstva po covid-19 in vzpostavljanje nove še bolj zelene podobe destinacije Doline Soče. V naslednjih letih je posledično potrebno računati na ohlajanje globalnega gospodarstva ter različna globalna trgovinska, politična in druga nihanja. V teh okoliščinah bo doseganje dosedanjih turističnih kazalnikov zahteven izziv. Potrebno bo prilagoditi turistične storitve, razširiti sezono, dvigniti kakovost in konkurenčnost, ponuditi celoletne turistične produkte in razviti raznovrstnejšo ponudbo avtentičnih doživetij aktivnega, kulturnega in kulinaričnega turizma po meri individualnega turista/obiskovalca.

¹ Turizem v številkah 2018, Letna publikacija, STO

² <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

³ https://wtcc.org/Portals/0/Documents/WTTC%20Coronavirus%20Brief%20External%2017_04.pdf?ver=2020-04-17-114439-690

⁴ Stanje in ukrep v Sloveniji, Teams sestanek, covid-19, 29.4.2020, prezentacija, STO.

2

Turizem je eden pomembnejših generatorjev gospodarske rasti v Dolini Soče. V prihodnje moramo poskrbeti, da bo rast trajnostna.

S turizmom je v dolini neposredno povezanih preko 800 ponudnikov namestitev, več kot 100 gostinskih objektov in 40 športnih agencij, posredno pa še skoraj 300 subjektov v trgovini, prometu ter kulturno-rekreacijskih in drugih odvisnih panogah. Organizirani so v različnih pravnih oblikah, del ponudnikov pa ima sedež svoje dejavnosti izven Doline Soče. V panogi prevladujejo mikro podjetja.

Po uradnih podatkih AJ PES je v letu 2018 153 poslovnih subjektov (podjetja, s.p.-ji in zadruga), delujočih v panogi I – Gostinstvo in s sedežem v Dolini Soče, s 343 zaposlenimi ustvarilo **26,8 mio EUR** prihodkov, kar je **15 % več kot leta 2017**. Turistična dejavnost v ožjem pomenu je leta 2018 v Dolini Soče prispevala **4,5 % prihodkov in 8,2 % delovnih mest k lokalnemu gospodarstvu**. Po drugi strani ima turizem velik posredni učinek na druge dejavnosti, ki podpirajo prihod, bivanje, gibanje in doživljanje obiskovalcev v destinaciji. Promet, trgovina, kultura ter rekreacijske in podobne povezane dejavnosti so v letu 2018 beležile **dodatnih 95 mio EUR** prihodkov in zaposlovale 343 oseb.⁵ V kolikor predpostavimo, da je polovica povezanih panog odvisna od turizma, razmerja nakazujejo na dejstvo, da **1 EUR**, potrošen neposredno v gostinstvu in turizmu, prispeva še **1,8 EUR** potrošnje pri drugih dejavnostih v dolini. Pri tem je potrebno upoštevati tudi dejstvo, da imajo nekateri turistični subjekti sedeže svojih dejavnosti izven Doline Soče ali opravljajo dejavnost v nepodjetniški statusni obliki, ki ni zajeta v navedenih izračunih. Zaradi navedenega ocenjujemo, da je dejanski obseg turističnega poslovanja v dolini višji za najmanj 30 %.

Destinacija dolina Soče je leta 2008 pridobila naziv Evropske destinacije odličnosti Eden. Dejavno je vključena v **Zeleno shemo slovenskega turizma**. Občina Kanal ob Soči ima bronasti znak, preostali del destinacije pa je februarja 2020 prejel zlati znak Slovenia Green Destination. Del destinacije sodi v Triglavski narodni park in Biosferno območje Julijske Alpe – UNESCO MAB⁶, kar priča o izjemni biotski raznovrstnosti ter bogastvu naravne in kulturne dediščine. Za njeno ohranjanje je nujno trajnostno upravljanje in usmerjanje turističnih tokov skozi leto.

Turizem je bil zadnja leta najhitreje rastoča panoga v dolini in dejavnost z največjimi posrednimi učinki na podjetništvo, delovna mesta in s tem ustvarjanje kvalitetnega življenjskega okolja in priložnosti za bivanje mladih generacij v lokalnem okolju. V primerjavi s slovenskim gospodarstvom in evropsko turistično industrijo turistična podjetja v Dolini Soče poslujejo z nekoliko nižjo dodano vrednostjo (30.956 EUR)⁷, kar nakazuje na prostor za napredovanje. Ob občutenju ponosa in zavedanju naravnega ter kulturnega bogastva Doline Soče pa je to tudi priložnost za dvig kakovosti turistične ponudbe in posledično cen.

⁵ V izračunu so upoštevani podatki AJ PES iz poslovnih izkazov gospodarskih družb, samostojnih podjetnikov in zadrug, ki imajo svoj sedež dejavnosti v občinah Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči. V ožjo turistično dejavnost štejemo poslovne subjekte, ki imajo kot glavno dejavnost opredeljeno I – Gostinstvo, kamor sodijo tudi namestitve. Med povezane dejavnosti za potrebe te analize štejemo naslednje SKD dejavnosti: G – Trgovina, H – Promet, N – Druge raznovrstne poslovne dejavnosti in K – Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti.

⁶ <https://www.tnp.si/sl/spoznajte/biosferno-obmocje-julijske-alpe/>, <https://julian-alps.com>

⁷ 30.956 EUR/zaposlenega je ocenjen lasten izračun dodane vrednosti v vseh štirih občinah na podlagi podatkov AJ PES za leto 2018. Za primerjavo: povprečna dodana vrednost v gospodarskih družbah v Sloveniji je leta 2018 dosegla 44.415 EUR/zaposlenega, v panogi I – Gostinstvo pa 29.756 EUR.

Turizem Doline Soče je kompleksna dejavnost na prelomni točki.

3. Kljub navzven enoviti podobi, ki jo zaznamujejo smaragdna reka Soča in outdoor doživetja, je destinacija geografsko in produktno zelo raznolika, ponudba razdrobljena, upravljanje turističnih tokov pa vse bolj kompleksno. Z rastjo obiska in zmožnostjo samostojnega digitalnega trženja prek rezervacijskih platform se je število ponudnikov namestitvenih zmožljivosti povzpelo na prek 800, sezonskost pa je poletno konico še povečala. V času med junijem in septembrom destinacija beleži 79 % vseh prihodov, v konicah pa se v dolini dnevno giblje med 25.000 in 30.000 obiskovalcev. Na reki Soči, v gorskem svetu, v turističnih središčih in v stranskih dolinah se sočasno odvijajo številne dejavnosti, ki so si pogosto konfliktno: rafting in ribolov, gorsko kolesarjenje in pohodništvo, mime počitnice v gorah in živahni glasbeni festivali. Po drugi strani kampi in večina apartmajev ter občasni počitniški objekti, ki predstavljajo 85 % vseh ležišč, številni gostinski lokali ter športne agencije v zimskih in prehodnih mesecih ne obratujejo. Ob pomanjkanju ponudbe je destinacijsko trženje in upravljanje zime in prehodnih obdobij zelo zahtevno.

Uspeh posameznega ponudnika je dolgoročno odvisen tudi od ugleda celotne destinacije – tako kot je celotna destinacija odvisna od vsakega ponudnika posebej. Na turističnem trgu je nemogoče zaspiti na lovorikah, saj je potrebno vsakič znova uresničiti in potrditi tržno obljubo ali že ustvarjen ugled v praksi. Zato je nudenje odlične izkušnje v vseh točkah doživetja v dobi pametnih tehnologij – ko vsaka slabša izkušnja postane globalna – izrednega pomena.

Dejstvo je, da je destinacija Dolina Soče prešla iz razvojne faze, v kateri se je oblikovala in na trgu pozicionirala kot enotna destinacija, v fazo konsolidacije. Turizem je postal ena najpomembnejših panog Doline Soče, ki pa je hkrati tudi najbolj odvisna od lokalnega okolja. Med najpomembnejšimi prihodnjimi izzivi so širjenje sezone, razpršitev obiskovalcev po destinaciji ter njeno trajnostno upravljanje. V tem kontekstu je pomembna jasna skupna pot, predvsem pa učinkovito (so)delovanje vseh deležnikov v Dolini Soče v smeri skupne vizije.

4. **Turizem Doline Soče ustvarjajo njeni ponudniki, med njimi tudi izjemni posamezniki, ki za obstoj in rast v dolini potrebujejo en drugega in zaledje celoletne, ne le sezonske destinacije in turistične ponudbe.**

Dolina Soče se je v zadnjem desetletju tudi zaradi nekaterih izjemnih ponudnikov, njihovega predanega dela in presežnega doživetja, ki ga omogočajo gostom, zasidrila na globalnem turističnem zemljevidu. Postala je prepoznavna po izjemni kulinariki, ki temelji na lokalnih sestavinah, edinstvenih doživetjih naravne in kulturne dediščine ter specializiranih outdoor aktivnostih.

Ana Roš in Hiša Franko sta z izpostavitvijo v najprestižnejših medijih kulinarike in uvrstitvijo med svetovno elito najboljših v svetu gastronomije (The World's 100 BEST in potem 50 BEST restaurants, the best female chef 2017 / najboljša kuharska mojstrica sveta 2017) med najzahtevnejšimi jedci in gumani po vsem svetu dosegla največjo prepoznavnost Doline Soče v globalnem merilu, ki pogosto presega prepoznavnost Slovenije. Ana Roš in Hiša Franko sta tudi vzor trajnostnega ravnanja in zelene dobavne verige, saj povezujeta več kot 100 lokalnih dobaviteljev mesa, rib, mlečnih izdelkov, zelišč in drugih dobrot.

V Dolini Soče so še drugi izjemni posamezni ponudniki, ki veljajo za najboljše v svoji ponudbi. Leta 2019 so bralci revije The Guardian Eko kamp Koren izbrali med 20 najboljših v Evropi z najbolj slikovito naravno kuliso za kampiranje. Eko kamp Koren je tudi prvi v Sloveniji s trajnostnim certifikatom EKO Marjetica. Istočasno je The Guardian med 20 najboljših turističnih kmetij v Evropi uvrstil tudi ekološko turistično kmetijo Pri Plajerju v Trenti. Bralci so zapisali, da ambient kmetije označujeta posebna prvinskost in brezčasnost. Revija H2O je Hotel Zlata Ribica uvrstila med najboljših 20 na svetu za muharjenje in ribištvo v letu 2019.

Največji festival na destinaciji Metaldays se lahko pohvali z mednarodnimi nagradami A Greener Festival (AGF) za uvajanje zelenih ukrepov v letih od 2016 do 2019. Edinstveni secesijski spomenik miru in simbol složnosti spominska cerkev sv. Duha na Javorci nosi znak evropske dediščine. Fundacija Poti miru je že leta 2012 prejela prestižno nagrado Zlato jabolko (Golden Apple) Svetovnega združenja turističnih novinarjev in piscev (FINJET) za izjemen doprinos k varovanju in promociji kulturne in naravne dediščine v sklopu turizma.

Prijubljena platforma za rezervacije Booking.com je Kobarid konec leta 2019 uvrstila na seznam najbolj gostoljubnih krajev na svetu. Nanj so uvrstili destinacije z najvišjim deležem turističnih nastanitev, ki imajo na njihovi platformi najboljše ocene gostov. Med butičnimi in/ali specializiranimi ponudniki, ki prispevajo k visokim ocenam destinacije Doline Soče, so tudi Chalets Nebesa na Livku, ki so sodobna in nagrajena arhitekturna interpretacija naselja pastirskih stanov, a z vrhunskim udobjem in personalizirano ponudbo 1000 m nad morjem, Jelkin hram pod Krnom za jadrane padalce, eko chalet Astra Montana na planini nad Tolminom, kjer so nekdanji pastirski stan preuredili v luksuzno nastanitev v osrčju Julijskih Alp, Kekčeva domačija v Trenti, Dobra Vila v Bovcu, Blue House v Tolminu, Kamp Korita, Hotel Hvala v Kobaridu in mnogi drugi.

Zgled takšnih ponudnikov kaže, da je v Dolini Soče možno ustvarjati presežno, avtentično in butično ponudbo z visoko dodano vrednostjo za gosta in ponudnika, ob hkratnem spoštovanju in ohranjanju narave in kulturne krajine ter s trajnostno usmerjenostjo, ki je prijazna do okolja, lokalne skupnosti in prihodnjih generacij. Najboljši ponudniki v Dolini Soče vlečejo turizem naprej in gradijo ugled celotne destinacije, zato je pomembno, da najboljšim sledijo tudi ostali oziroma oblikujejo komplementarno ponudbo, ki bo zagotavljala skupno rast in letoletno življenje destinacije.

5 ■ Megatrendi in globalne krize kot je pandemija covid-19 zahtevajo velike premike v turizmu. Svet se spreminja. Turist se spreminja.

Spreminjajoči se življenjski slog, skrb za zdravje, digitalne tehnologije, vse višja okoljska ozaveščenost in novi ekonomski in mobilnostni modeli ter predvsem izbruh pandemije COVID-19 v začetku leta 2020 močno posegajo v način prihodnjega delovanja, upravljanja in trženja turističnih destinacij, tudi Doline Soče. Ustavitev potovanj in čezmejnne mobilnosti bo v letu 2020 in, po vsej verjetnosti, tudi še v letu 2021, močno prizadela celotno turistično industrijo.

Pomembno je, da destinacija s pomočjo državnih in lokalnih spodbud, uvajanjem novih poslovnih praks ter primernim in pravočasnim komuniciranjem na zdravih trgih omogočiti preživetje turističnih in z njim povezanih podjetij in delovnih mest v Dolini Soče. Hkrati je nujno, da destinacijski partnerji

krizno obdobje izkoristijo za preveritev dosedanjih modelov, učenje in pospešeno vzpostavljanje dolgoročno trajnostne destinacije, ki bo po meri turistov prihodnosti.

Turist in turistično potovanje v eri po epidemiji covid-19 bo drugačno, še bolj individualno in personalizirano. Prihodnji obiskovalci bodo iskali prostor za umik in doživetja, ki bodo hkrati "eko in brezstresno" ter odražala pristnost destinacije skozi kulturo, hrano in gibanje. Podnebne spremembe imajo vse večji vpliv na ponudbo in način potovanj. Turisti iz urbanih okolij vse pogosteje nimajo več lastnih avtomobilov, zanima jih ogljični odtis poti. Spoštujejo destinacije in namestitve, ki skrbijo za trajnostno rabo naravnih virov. Turističnim podjetjem prinašajo izzive tako staranje prebivalstva, številna in vitalna *baby boom* generacija *sivih panterjev* kot hkratni porast novih mladih popotnikov (generaciji Y in Z), ki iščejo edinstvene in avtentične izkušnje (*ekonomija doživetij*) ter se želijo naučiti nekaj novega. Današnji *e-turist* je super mobilni in »priključen« – in to pričakuje tudi od nas. Družbena ožja in on-line agencijske platforme (OTA) vzpostavljajo pomembne odnose s turisti ter nadzorujejo potovalni cikel in doživetja.

Dolina Soče ne sme zaostajati za trendi. Je idealen prostor za spreminajočega turista prihodnosti. Geografska raznolikost, Soča in njene stranske doline, Triglavski narodni park, daljinske pohodne in kolesarske poti, dediščina 1. svetovne vojne, festivali, lokalna kultura in tradicionalne jedi omogočajo nadgradnjo tradicionalnih produktov v doživetja po meri novega turista. Krepitev personaliziranih avtentičnih doživetij ter odlične izkušnje postajajo prednostna odgovornost destinacijske organizacije in vseh partnerjev v Dolini Soče, udejanjanje koncepta trajnostne destinacije v praksi pa brezpogojno.

1.2. Kako je potekala priprava strategije

Temeljni strateški dokument destinacije

Dokument predstavlja strateški okvir delovanja destinacije Doline Soče do konca leta 2025. Z vizijo, cilji in posameznimi ukrepi presega začrtan terminski okvir, zato smo ob letnici 2025 dodali znak plus. **Strategija v osnovi izhaja iz Strategije razvoja in trženja turizma v občini Bovec do leta 2025** (december 2016), a je glede na nove okoliščine aktualizirana in nadgrajena s posebnostmi turizma v občinah Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči. Vsi ukrepi in projekti Občine Bovec so smiselno prevzeti iz občinske turistične strategije v pričujoči novi krovni dokument destinacije. Občina Kanal ob Soči je v proces priprave strategije vstopila poleti 2019, predvidena pa je tudi njena postopna pridružitvev destinacijskemu managementu Doline Soče.

Partnerski proces strateškega načrtovanja

Proces priprave strateškega dokumenta je potekal od novembra 2018 do oktobra 2019 v tesnem partnerstvu med turističnimi ponudniki, ključnimi javnimi institucijami, Turizmom Dolina Soče in ekipo zunanjih strokovnjakov. V tem času smo prešli tri faze, od začetne diagnostike stanja in konkurenčnega položaja destinacije do opredelitve vizije s strateškim modelom razvoja in priprave akcijskega načrta ukrepov. Kot je prikazano na Sliki 1, smo v posamezni fazi uporabili različne pristope in metode vključevanja javnosti, raziskovanja in strateškega načrtovanja. Vmesni rezultati delavnic so bili objavljeni na spletni strani Turizma Dolina Soče. Osnutek dokumenta smo oktobra

2019 predstavili zainteresirani javnosti v Tolminu, decembra pa še v Kobaridu. Konec decembra 2019 smo z analizo predlogov in pobud zaključili javno razpravo in pripravili končni dokument.

Izbruh pandemije covid-19 spomladi 2020 je ustavil obravnavo razvojnega dokumenta na občinskih svetih in terjal presojo strategije. Izvedli smo nekaj dopolnitev uvodnega besedila in prilagodili ciljne vrednosti kazalnikov novim razmeram. Podaljšali smo časovni okvir izvajanja nekaterih ukrepov in predvideli nove ukrepe, povezane z zagonom turizma po pandemiji: zvajanjem izobraževanj za ponudnike, z vpeljavo novih higienskih in obratovalnih standardov za nastanitvene in gostinske objekte ter z nadgradnjo komuniciranja za varno počutje gostov, ki upošteva skrb za njihovo zdravje in zaščito. Po drugi strani krovni trajnostni koncept prihodnjega razvoja in trženja turizma Doline Soče ostaja nespremenjen, ker v celoti podpira pričakovane spremembe v turistični industriji po pandemiji.

Vključevanje ponudnikov in krepitev pripadnosti viziji destinacije

Skozi delavnice smo načrtno krepili pripadnost destinaciji ter skupni viziji, zato smo omogočili spoznavanje in mreženje med udeleženci. V procesu je sodelovalo prek 260 oseb, med njimi 238 v spletni anketi in 190⁸ na petih delavnicah s ponudniki, šestih poglobljenih intervjujih in več kot desetih sestankih s ključnimi deležniki na različnih ravneh. Med udeleženci so bili predstavniki ponudnikov namestitev in agencij, župani, direktorji in strokovnjaki javnih služb, zavodov in uprav ter predstavniki civilne družbe in krajevnih skupnosti. Strateški dokument tako predstavlja pisni dogovor ključnih deležnikov o viziji Doline Soče in skupni poti za njeno uresničevanje.



Slika 1 Proces priprave strategije

⁸ Nekateri ponudniki so se udeležili dveh delavnic, zato so šteti dvakrat. Prvo delavnico smo izvedli ločeno za Kobarid in Tolmin.

1.3. Opredelitev in umestitev destinacije

Kratek opis območja

Destinacija Dolina Soče leži na skrajnem SZ alpskem delu Slovenije in meji z Italijo. Obsega območje občin Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči s skupno površino 1.089 km² in 23.611 prebivalci. Za območje je značilna redka, a razpršena poselitev in neugodna demografska slika. Kljub svoji legi na prehodu med Alpami in Sredozemljem se Dolina Soče skladno z nacionalno strategijo turizma umešča v makro destinacijo **Alpska Slovenija**. Večji del gorskega sveta severno in vzhodno od reke Soče sodi v **Triglavski narodni park**. Destinacija spada tudi v **Biosferno območje Julijske Alpe - UNESCO MAB**.



Slika 2 Območje destinacije Dolina Soče s prometnimi povezavami

Destinacijo opredeljuje osrednja dolina **reke Soče** s kuliso **Julijskih Alp** ter **stranskimi dolinami, planinami in planotami v predgorju**. Prav odprtost reke Soče proti jugu pa destinaciji kljub izrazito gorskemu značaju daje poseben primorski značaj (kaže se vpliv Jadranskega morja). Visoka in prostrana pobočja Kanina ter Krna, značilna oblika Svinjaka in Polovnika, impozantna Loška stena, Triglav, Bavški Grintavec, Jalovec, Mangart, Kanin, Krn in drugi najvišji vrhovi Julijskih Alp, slikovita korita, tolmini in slapovi stranskih dolin, tradicionalna arhitekturna dediščina, dediščina prve svetovne vojne in drugih zgodb preteklosti ter smaragdna lepota Soča naredijo krajino Doline Soče izjemno privlačno.

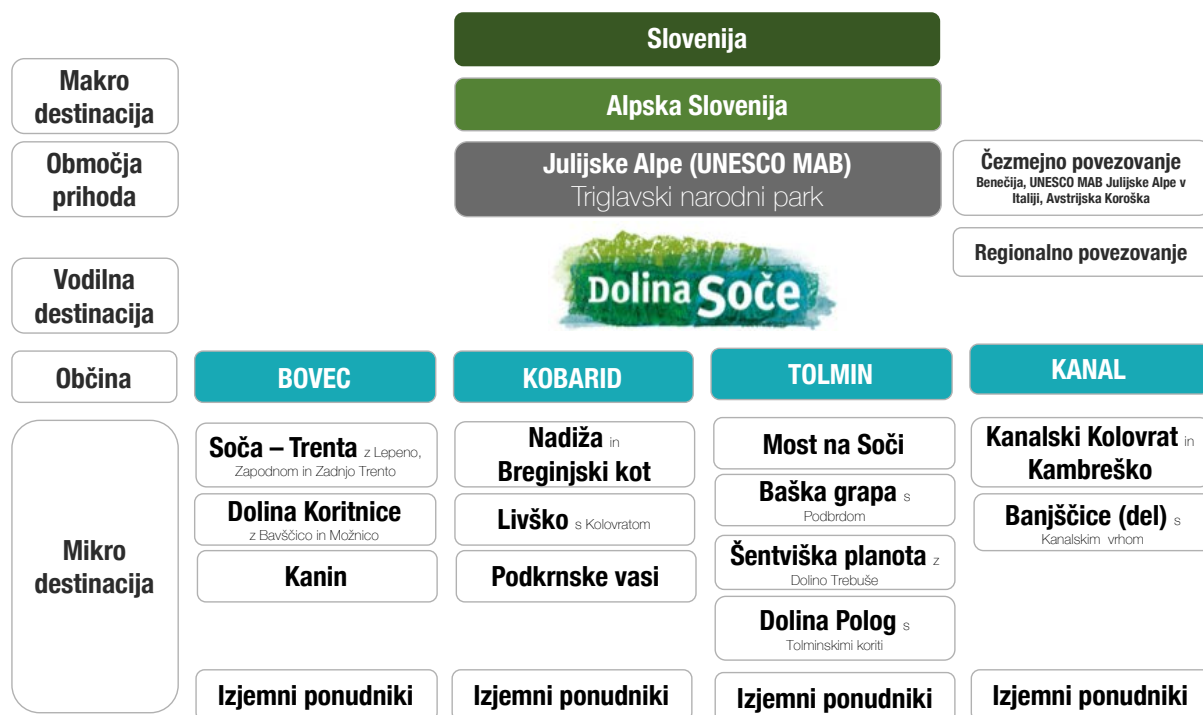
Umestitev destinacije v slovenske in čezmejne turistične tokove

Destinacija Dolina Soče je zaokrožena geografska celota, ki navznoter (v slovenskem turizmu) in navzven (na mednarodnih trgih) komunicira s krovno turistično tržno znamko Dolina Soče.

- ▶ Dolina Soče je skladno z nacionalno strategijo turizma opredeljena kot vodilna destinacija slovenskega turizma in umeščena v **Alpsko Slovenijo**, ki je ena od **štirih makro destinacij Slovenije** in predstavlja komunikacijsko ter turistično produktno platformo za pozicioniranje na mednarodnih trgih.
- ▶ Dolina Soče se upravljavsko, tržno in razvojno povezuje z ostalimi vodilnimi destinacijami slovenskega turizma na območju Biosfernega območja Julijske Alpe (Bled, Bohinj, Gorje,

Kranjska Gora, Jesenice, Radovljica in Žirovnica) ter Javnim zavodom Triglavski narodni park (JZ TNP). Krovna tržna znamka tega širšega območja so **Julijske Alpe**.

- ▶ Vzpostavljeni so zametki **čezmejnega povezovanja** Doline Soče s sosednjo Benečijo oz. Naravnim parkom Julijsko predgorje. Območje 11 občin na italijanski strani Julijskih Alp je bilo spomladi 2019 prav tako razglašeno za biosfero območje programa UNESCO MAB.



Slika 3 Umestitev destinacije Dolina Soče

Znotraj destinacije Dolina Soče ločimo:

- ▶ **Območja občin z urbanimi središči**, kjer je največja koncentracija obiskovalcev, turističnih nastanitev in spremljajoče ponudbe: Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči.
- ▶ **Mikrodestinacije** s specializirano turistično ponudbo v prepoznavnejših manjših krajih, stranskih dolinah in geografsko zaokroženih pogorjih.
- ▶ **Izjemne posamezne ponudnike**, prepoznane v lokalnem, slovenskem in mednarodnem merilu, ki utripajo kot mikrodestinacije in so postali sami po sebi motiv prihoda ter zvišujejo ugled Doline Soče in Slovenije v svetu.

Dostopnost destinacije

Dostopnost Doline Soče je pomemben dejavnik razvoja turizma.

Neposredno je Dolina Soče dostopna po **cestnem in železniškem omrežju**, preko katerega se navezuje na glavne avtocestne in železniške prometne koridorje in mednarodna letališča Slovenije ter sosednje Italije in Avstrije. Večina cestnih navezav med dolino in sosednjimi regijami poteka prek prelazov ali hribovitih območij (prelaz Vršič, Predel, Robič, Učja, Kladje, Idrija).

Dolina Soče je od Ljubljane in letališča Brnik oddaljena v povprečju 2 uri vožnje z osebnim avtomobilom, zato so za dostopnost in razvoj destinacije zelo pomembna tudi **bližnja italijanska in avstrijska mednarodna letališča**: Trst Ronchi (1,5 ure vožnje iz Bovca, 1 ura iz Tolmina), Benetke (cca 2,5 ure iz Bovca ali Tolmina), Celovec (2 uri iz Tolmina in 1,5 ure iz Bovca) in Salzburg (3,5 ure iz Tolmina in 3 ure iz Bovca).

Javni avtobusni potniški promet znotraj Doline Soče in do večjih centrov v Sloveniji je izrazito podhranjen in ne podpira načrtovanega trajnostnega turističnega razvoja ter spremenjenih potreb turistov po mobilnosti turistov.

Vse večjo vlogo v dostopu in mobilnosti obiskovalcev znotraj destinacije dobiva železniška povezava med Jesenicami in Novo Gorico oz. t. i. **Bohinjska proga**. Na trasi je nekajkrat dnevno organiziran tudi avtovlak med Bohinjsko Bistrico in Mostom na Soči. V neposredni bližini destinacije so večja prometna vozlišča v Novi Gorici, Gorici, Vidmu in Trbižu s hitrimi železniškimi povezavami do pomembnih tržišč Doline Soče - velikih urbanih središč Severne Italije in Avstrije.

V Bovcu je **športno letališče** s kategorijo javnega letališča lokalnega pomena.



2.

**Analiza in diagnoza:
Kje smo danes?**

2. Analiza in diagnoza: Kje smo danes?

Danes se Dolina Soče po oceni ponudnikov nahaja na ravni 3-4 zvezdične destinacije.

Dolina Soče se ponaša z izjemno gorsko krajino in kulturno dediščino, zaradi katerih je destinacija zelo privlačna za turiste. Po obsegu obiska in ponudbe je Dolina Soče danes resen in profesionalen dejavnik na turističnem trgu. Razvojni položaj Doline Soče ocenjujemo na podlagi gibanj turističnih kazalnikov v primerjavi z Julijskimi Alpami in Slovenijo ter mnenj turističnih ponudnikov, pridobljenih v spletni anketi in na delavnicah. V splošnem sodelujoči v spletni anketi ugotavljajo, da je pozicija Doline Soče znotraj Slovenije v primerjavi z vlogo pred desetimi leti boljša, trenutni ugled destinacije pa ocenjujejo na ravni 3 do 4 zvezdic, če ugled primerjamo s hotelsko turistično kategorizacijo. Pri tem kakovost turistične infrastrukture ocenjujejo s povprečno oceno 2 do 3, višje ocene pa dosega raven kakovosti turistične ponudbe in storitev outdoor agencij. V tem poglavju je predstavljen kratek povzetek raziskovanj, ki se zaključijo s SWOT analizo in ključnimi prihodnjimi izzivi destinacije. Za analizo so upoštevani podatki za leto 2018 in predvsem takšni, ki omogočajo primerjave na letni ravni in med destinacijami. Pri tem je potrebno opozoriti, da je v letu 2018 zaradi prenosa evidentiranja ležišč s SURS na AJPES in neposrednega digitalnega poročanja turističnega obiska prišlo do spremembe metodologije spremljanja turističnih gibanj v Sloveniji, zato podatki za leto 2018 niso povsem primerljivi s predhodnimi leti.

2.1. Dolina Soče v številkah leta 2018

	Bovec	Kobarid	Tolmin	Kanal	Dolina Soče	Julijske Alpe ⁹	Slovenija	Indeks DS 2018/08	Vir
Prebivalci	3.049	4.104	11.147	5.311	23.611	88.967	2.066.880	92	SURS, 2018, H1
Reg.ponudniki namestitev	396	151	236	25	808	-	-	-	AJPES, 1.8.2019
Ponudniki - podjetja in s.p.	180	69	90	12	351	-	-	-	AJPES, 1.8.2019
Ponudniki - sobodajalci	162	62	110	10	344	-	-	-	AJPES, 1.8.2019
Vsa registrirana ležišča 2019	6.370	3.430	3.319	221	13.340	-	-	-	AJPES, 1.8.2019
Vsa aktivna ležišča 2019	6.136	3377	3.056	215	12.784	44.353	-	-	AJPES, 1.8.2019
Vsa ležišča 2018	5.987	3.263	2.809	183	12.243	43.683	161.478	179	SURS, avg.
Stalna ležišča 2018	5.612	3.190	2.703	183	11.689	41.869	155.577	179	SURS, avg. 2018
Prihodi 2018	175.705	67.698	56.446	2.494	302.343	1.545.776	5.933.267	253	SURS, 2018
% tujih turistov	83%	77%	79%	86%	81%	83%	75%	128	SURS, 2018
% prihodi V-IX	89%	85%	84%	74%	87%	71%	60%	111	SURS, 2018
Prenočitve 2018	462.077	186.187	157.851	7.809	813.924	3.883.010	15.694.705	253	SURS, 2018
% tujih turistov	85%	77%	82%	86%	83%	83%	71%	125	SURS, 2018

⁹ Podatki za Julijske Alpe še ne vključujejo občine Kanal ob Soči.

¹⁰ Podatek za občino Kanal ob Soči je posredoval TIC občine Kanal ob Soči.

	Bovec	Kobarid	Tolmin	Kanal	Dolina Soče	Julijske Alpe ⁹	Slovenija	Indeks DS 2018/08	Vir
% prihodi V-IX	88%	87%	84%	64%	87%	72%	61%	111	SURS, 2018
Povpr. dolžina bivanja, dni	2,6	2,8	2,8	3,1	2,7	2,5	2,6	100	Lasten preračun
Festivalske nočitve ¹¹ 2018	-	-	65.503	-	65.503	-	-	-	Občina Tolmin, 2018
Turistična taksa (vključno s festivali)	433.140	130.855	142.297	3.555	709.847	-	-	-	OB, OK, OT, OKS, 2018
Obisk izbranih znamenitosti ¹²	97.071	98.602	93.650	3.325	292.648	-	-	-	Upravljavci, 2018
Prodane karte za plovila na Soči	-	-	-	-	29.842	-	-	-	MU, 2018
Povprečna potrošnja turista v EUR/dan, vključno z namestitvijo	94 (2016) ¹³	128	141	88	113 (op. povprečje)	-	-	-	Anketa med ponudniki 2019 ¹⁴
Povprečno število vozil na dan v avgustu v Bovcu, Idriškem Tolminu/Pršeti	4.844	6.598	5.414	-	5.619	-	-	-	Direkcija RS za infrastrukturo (PMDP)
Ogjični odtis v t CO ₂ /preb.	6,34	3,01	5,24	np	3,98	-	7 (2016)	-	KSSENA, Izračun za 2008/09
Obseg naložb občin v turizmu in z njim povezane naložbe v EUR	891.604	397.148	1.257.392	255.144	2.801.288	-	-	-	NRP-ji za leto 2018
Obisk v TIC-ih	43.236	24.524	11.442	3.325	82.527	-	-	-	TDS, OKS, 2018
Obisk spletnih strani DS	-	-	-	-	456.257	-	-	-	TDS, 2018
Sledilci na FB in Instagramu, DS	-	-	-	-	32.110	-	-	-	TDS, 2018
Rezervacije prek Feratela	-	-	-	-	1.123 rez. 8.452 noč.	-	-	-	TDS, 2018
Gospodarski subjekti v gostinstvu in turizmu	52	28	60	13	153	-	7.550	-	AJPES, 2018 panoga I
Delovna mesta v gostinstvu in turizmu v podjetjih s sedežem v DS	95	89	108	51	343	-	27.157	-	AJPES, 2018 panoga I
Prihodki v gostinstvu in turizmu v podjetjih s sedežem v DS, v EUR	8.170.669	8.303.392	7.276.113	3.072.925	26.823.099	-	2.042.683.566	-	AJPES, 2018 panoga I
Dodana vrednost v gostinstvu in turizmu, v EUR	34.894	39.760	24.913	20.987	30.956	-	28.215	-	AJPES, 2018 in lasten preračun

¹¹ Nočitve v festivalskem kampu.

¹² Obiskovalci izbranih točk interesa: Žičnica Kanin, IC Trenta, Trdnjava Kluže v Občini Bovec, Kobarški muzej in IC Poti miru v Občini Kobarid, Javorca, Tolminska korita in Tolminski muzej v Občini Tolmin in TIC Most na Soči. Z letom 2019 se doda Slap Kozjak.

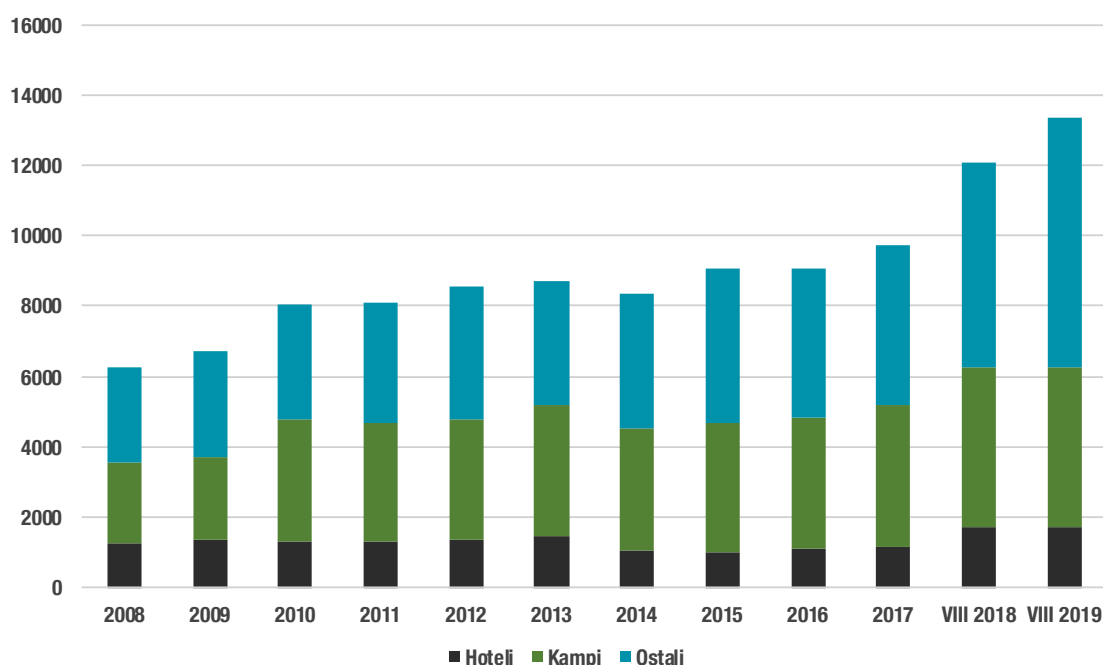
¹³ Anketno med ponudniki za potrebe priprave strategije v destinaciji Bovec, 2016.

¹⁴ Anketno med ponudniki za potrebe priprave strategije, januar 2019, n=41 Kobarid, n=69 Tolmin, n = 45 Kanal ob Soči.

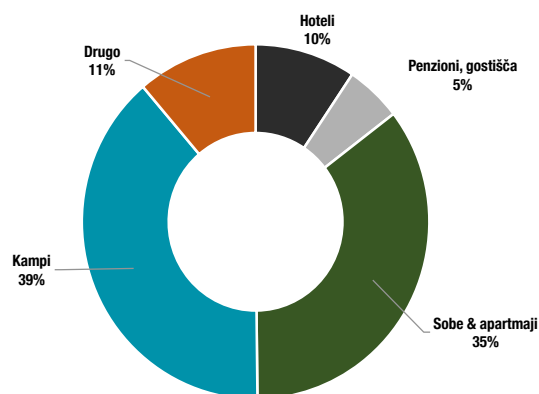
2.2. Turistična gibanja v destinaciji

13.000 ležišč in 800 ponudnikov (2019)

V desetih letih je destinacija podvojila število ležišč. Dolina Soče je z razmahom spletne prodaje in pozitivnimi trendi v Sloveniji od leta 2008 do leta 2018 podvojila obseg nastanitvenih zmogljivosti, predvsem na račun vstopa malih sobodajalcev s ponudbo apartmajev in zasebnih sob. Leta 2008 je bilo v destinaciji po podatkih SURS 6.422 vseh ležišč, leta 2018 pa 12.243. Zadnji podatki AJ PES kažejo, da se je število ležišč poleti 2019 povzpelo na 13.340. S tem se je struktura namestitev še bolj razpršila, delež namestitev v hotelih in penzionih pa znižal na 15 % ali 1.717 ležišč. Zaradi narave zmogljivosti (kampi, sobe, počitniški domovi) v zimskem obdobju obratuje manj kot polovica vseh ležišč v destinaciji (pr. 11.505 avgust 2018, 5.683 ležišč november 2018, brez KoS). Pomanjkanje hotelskih namestitev ovira agencijsko trženje, še zlasti zimske ponudbe destinacije. V razgovorih s ponudniki sta bili izpostavljeni tudi premajhna skrb za kakovost in butičnost namestitev ter potreba po sistemu diferenciacije najboljših v destinaciji.



Slika 4 Rast števila ležišč v Dolini Soče od leta 2008 do avgusta 2019 (Vir: SURS, AJ PES)



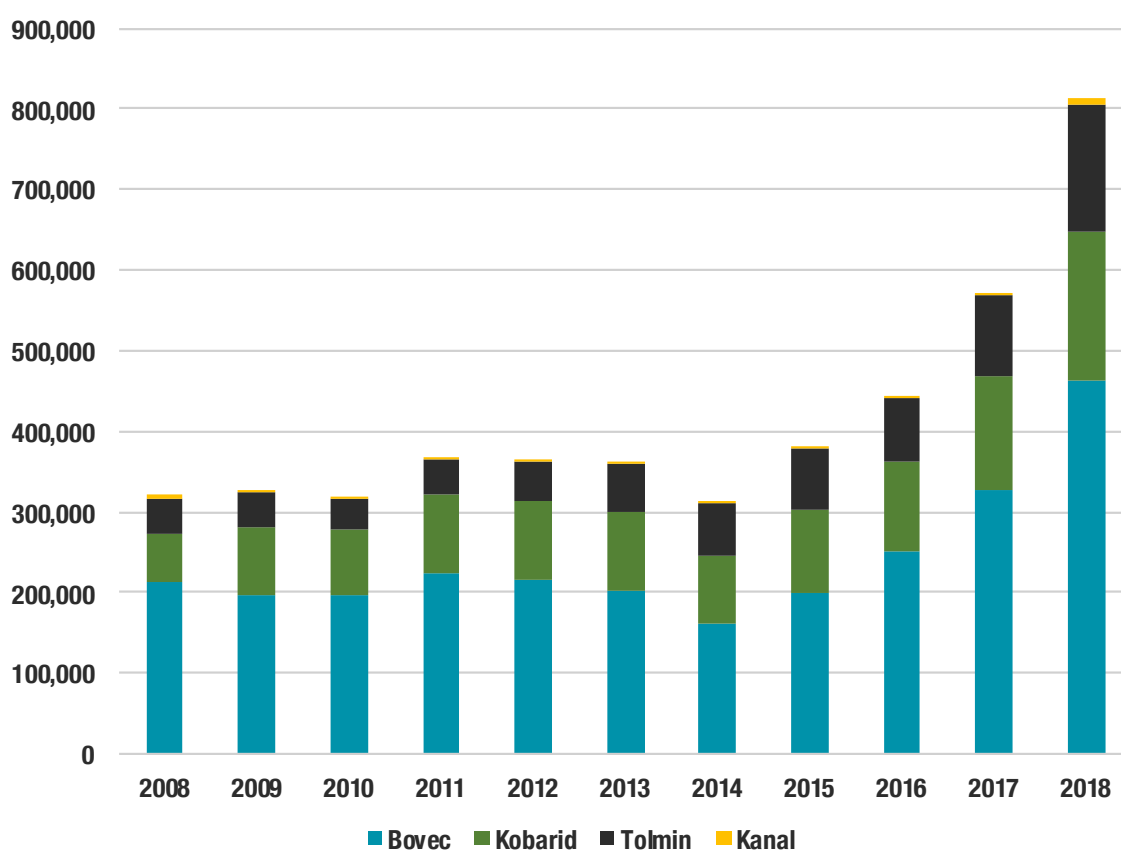
Slika 5 Struktura ležišč v Dolini Soče (Vir: TDS, 2018)

52 % vseh namestitev se nahaja v občini Bovec, 21 % v Kobaridu, 25 % v Tolminu in 2 % v občini Kanal ob Soči.

Bovec z 2 posteljama na stalnega prebivalca beleži med vsemi občinami v destinaciji najvišji koeficient turistične intenzivnosti (Kobarid 0,8, Tolmin 0,25, Kanal ob Soči 0,03), kar se v mednarodnih primerjavah označuje za območje z višjo turistično intenzivnostjo.

Več kot 300.000 prihodov in 810.000 nočitev (2018) oz. skoraj 880.000 (s festivali)

V desetih letih je destinacija za **2,5-krat povečala obisk**, v zadnjih petih letih podira rekorde rasti. Indeksi rasti prihodov in nočitev so v zadnjih letih dosegali 20 - 30 % letne stopnje in so bili med najvišjimi v Sloveniji. Rast je rezultat več dejavnikov: načrtnega razvoja produktov in promocije destinacije in države, vstopa novih ponudnikov nastanitev, pa tudi ugodnih splošnih turističnih trendov in razmer v širši regiji. S 302.343 prihodi in 813.924 statistično zabeleženimi nočitvami v letu 2018 je destinacija Dolina Soče po obeh kazalnikih dosegla okrog 20 % realizacije Julijskih Alp in okrog 5 % realizacije turizma Slovenije. 57 % vseh nočitev Doline Soče je bilo ustvarjenih v občini Bovec, 23 % v občini Kobarid, 19 % v občini Tolmin in 1 % v občini Kanal ob Soči. K navedenim podatkom je potrebno dodati še najmanj 65.000 nočitev, realiziranih leta 2018 na festivalnem prizorišču v Tolminu, kar poveča obseg nočitev v Dolini Soče v letu 2018 na 878.924. Festivalne nočitve predstavljajo 29 % vseh nočitev v občini Tolmin.

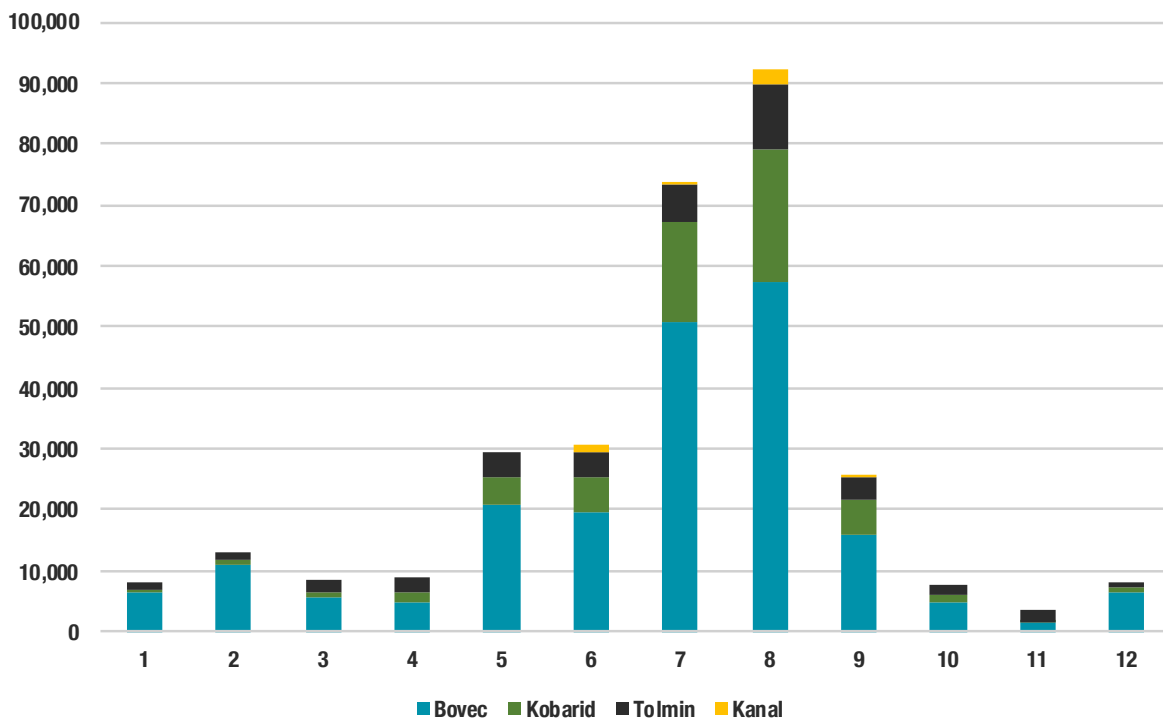


Slika 6 Rast števila nočitev v Dolini Soče od leta 2008 do leta 2018 (Vir: SURS)*

(*) V letu 2018 je bila uvedena nova metodologija spremljanja obiska, zato podatki za leto 2018 niso primerljivi s predhodnimi leti.

Izrazita sezonskost. Dolina Soče je pretežno poletna destinacija.

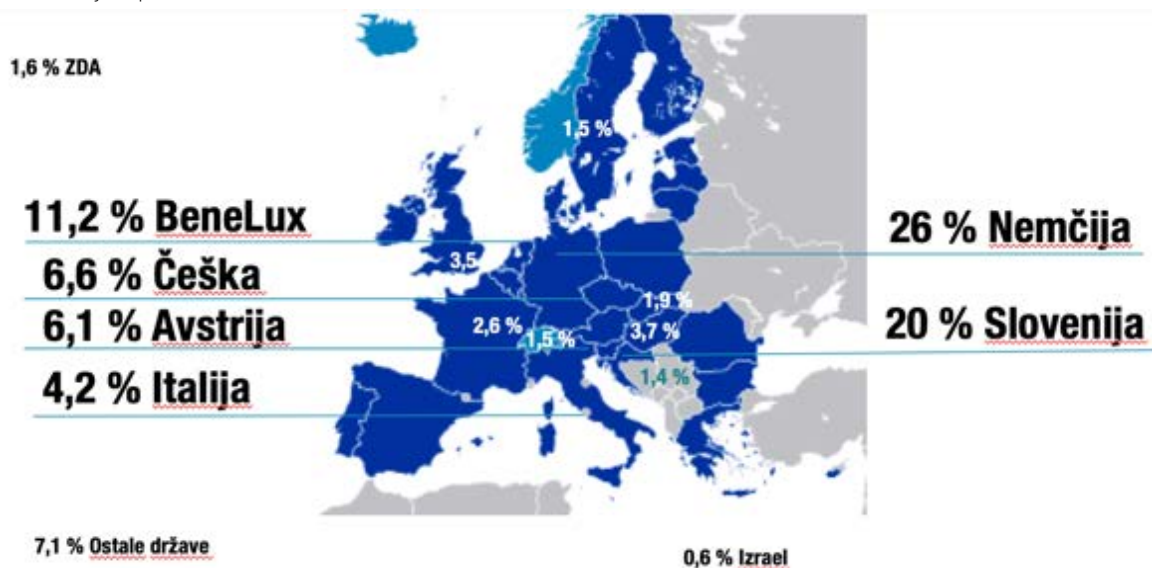
87 % prihodov in nočitev v Dolini Soče je bilo leta 2018 ustvarjenih od maja do septembra, julij in avgust pa predstavljata kar 57 % celoletne realizacije. S tako izrazito poletno konico beleži Dolina Soče najvišjo poletno koncentracijo obiska v Julijskih Alpah, znotraj Doline Soče pa je poletna sezona še posebej izrazita v Bovcu. Podatkom je potrebno dodati nočitve v festivalnem kampu, ki niso zabeležene v uradni statistiki nočitev.



Slika 7 Nočitve po mesecih in občinah v Dolini Soče leta 2018 (Vir: SURS)

Turisti v dolini bivajo 2,7 dneva. Tuji turisti predstavljajo 81 % obiskovalcev, čeprav domači gostje še vedno zasedajo pomembno drugo mesto z 20 % prihodov. Kot je razvidno iz spodnje slike, so najpomembnejši tuji trgi Doline Soče evropski trgi. Med njimi so primarni trgi Nemčija, Benelux, Češka, Avstrija, Italija, Francija in Madžarska.

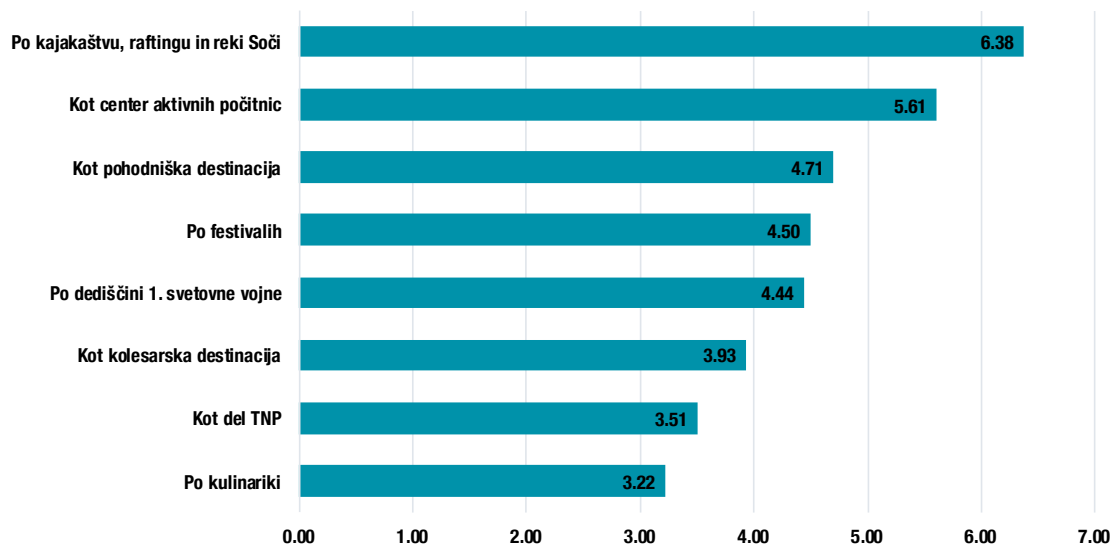
Statistično gledano je **najpogostejši turist** v Dolini Soče tuji turist (iz Nemčije). Po oceni ponudnikov iz spletne ankete povprečen turist v dolini potroši med 120 in 140 EUR na dan, vključno z nastanitvijo. Doba bivanja povprečnega turista se je v zadnjih letih ustalila na 2,7 dneva in ne pada več, kar je spodbuden kazalnik.



Slika 8 Delež ustvarjenih nočitev po državi porekla (Vir: SURS, 2017)

Različni motivi prihodov, vezani na doživljanje narave in kulturne dediščine

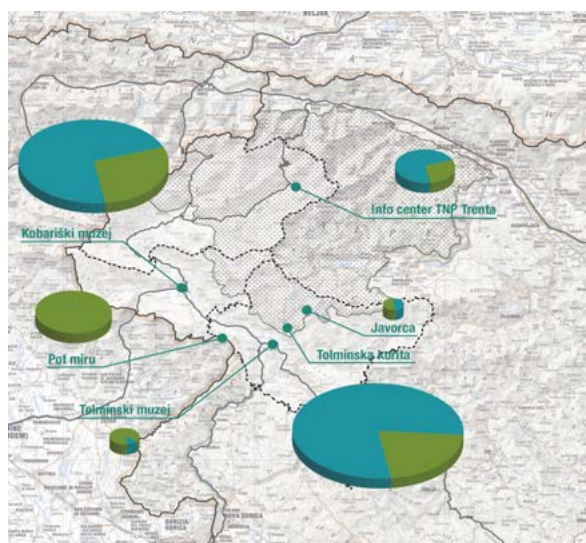
Dolina Soče je najbolj prepoznana po vodnih športih, ki pa še zdaleč niso edini razlog obiska. Vodilni motivi prihoda na območju Bovca so vodni športi in aktivni oddih, v Kobaridu jim tesno sledita kulinarika in dediščina prve svetovne vojne, v Tolminu pa izstopajo festivali in ribolov.



Slika 9 Ključne vsebine, po katerih je prepoznavna Dolina Soče v Sloveniji in tujini (Vir: Spletna anketa med ponudniki v občinah Kobarid in Tolmin, januar 2019, N=132)

Dolina Soče je tudi dnevna izletniška in touring destinacija.

Slikovita krajina, gorski prelazi in kulturno bogastvo na številnih točkah interesa privabijo v Dolino Soče tudi dnevne in »touring« obiskovalce. Območje je pomemben del tromejnega (Slovenija-Avstrija-Italija) in alpskega kroga (Bohinj-Bled-Kranjska Gora-Dolina Soče). Uradna statistika dnevnih gostov ne beleži. Kljub temu pa lahko na osnovi obsega avtomobilskega prometa in obiska na posameznih točkah v letu 2018 ocenimo, da se v konici sezone v Dolini Soče zadržuje tudi med 25.000 in 30.000 turistov in izletniških obiskovalcev na dan.



Slika 10 Obseg tujih (modro-zelena) in domačih (zelena barva) obiskovalcev ključnih točk interesa v letu 2018 (Vir: Upravljalci lokacij)

Obisk glavnih znamenitosti in muzejev se je povečal za 15 %, z 253.409 leta 2017 na 292.648 leta 2018. Od tega je bilo v letu 2018 zabeleženih:

na 292.648 leta 2018. Od tega je bilo v letu 2018 zabeleženih:

- ▷ 72.861 obiskovalcev Tolminskih korit,
- ▷ 65.502 obiskovalcev Kobarškega muzeja,
- ▷ 60.957 potnikov, prepeljanih na Kanin,
- ▷ 26.114 obiskovalcev Info centra TNP Trenta,
- ▷ 33.100 obiskovalcev Info centra Poti miru,
- ▷ 12.350 obiskovalcev Tolminskega muzeja,
- ▷ 10.000 obiskovalcev Trdnjave Kluže,
- ▷ 8.439 obiskovalcev cerkve sv. Duha na Javorci,
- ▷ 3.325 obiskovalcev Kanala (obisk TIC-a).

2.3. SWOT analiza

Na podlagi predhodne analize je v spodnji Tabeli 1 povzetih pet najpomembnejših prednosti, priložnosti, slabosti in tveganj destinacije Doline Soče. S strategijo želimo prednosti ohranjati in nadgrajevati, priložnosti pa v največji meri izkoristiti za nadaljnje trajnostno upravljanje in razvoj turizma v Dolini Soče. Ključne slabosti moramo odpraviti, na tveganja pa biti pozorni in s pravočasnimi ukrepi zmanjšati njihov vpliv na konkurenčni položaj destinacije.

Tabela 1 SWOT matrika

Prednosti	Slabosti	Priložnosti	Tveganja
<p>1</p> <p>Izjemen ambient z naravnimi in kulturnimi vrednotami, TNP</p>	<p>1</p> <p>Visoka sezonskost</p>	<p>1</p> <p>Rast povpraševanja po zelenih in avtentičnih gorskih destinacijah</p>	<p>1</p> <p>Počasnost usklajevanja interesov in privabljanja investicij v korist destinacije</p>
<p>2</p> <p>Močna prepoznavnost, obstoječe tržne poti in B2B partnerske mreže</p>	<p>2</p> <p>Pomanjkljiva turistična infrastruktura in upravljavski režimi</p>	<p>2</p> <p>Koncept turizma Doline Soče ustreza preobremenjenemu življenjskemu slogu urbanega gosta, ki potrebuje sprostitev</p>	<p>2</p> <p>Preobremenjenost v visoki sezoni in manko ponudbe v ostalih mesecih, ko ponudniki, ki obratujejo, nimajo komplementarnih partnerjev</p>
<p>3</p> <p>Zmogljivost in znanje v outdoor in muzejskih storitvah</p>	<p>3</p> <p>Neusklajeno delovanje destinacije</p>	<p>3</p> <p>Povezovanje v doživljajsko in vsebinsko domišljene programe/ture in 5* doživetja</p>	<p>3</p> <p>Zagotavljanje kadrov (skozi vse leto in dolgoročno)</p>
<p>4</p> <p>Pristnost in ohranjenost tradicij, potencial zalednih dolin in planot</p>	<p>4</p> <p>Velika razpršenost ponudbe nastanitev</p>	<p>4</p> <p>Uvajanje trajnostnih in kakovostnih standardov</p>	<p>4</p> <p>Gospodarsko-politična nihanja, epidemija covid-19 in druge krizne situacije v RS in svetu</p>
<p>5</p> <p>Nekaj izjemnih produktov: vodni športi, AAT, kulinarika A. Roš, Poti miru</p>	<p>5</p> <p>Nezadostna širša kulinarčna ponudba</p>	<p>5</p> <p>Izkoriščanje lokacije ob meji, letališčih, med Alpami in Sredozemljem</p>	<p>5</p> <p>Podnebne spremembe ter pritiski na naravo in okolje</p>
<p>↑</p> <p>Ohranjamo</p>	<p>↑</p> <p>Odpravljamo</p>	<p>↑</p> <p>Izkoriščamo</p>	<p>↑</p> <p>Zmanjšujemo vpliv</p>

2.4. Izzivi Doline Soče

Turizem na območju Doline Soče beleži izzive, značilne za destinacije, ki po nagli fazi rasti preteklih let potrebujejo notranjo konsolidacijo. Turistični partnerji Doline Soče so med številnimi izzivi, ki jih je potrebno nasloviti s to strategijo, opredelili štiri najpomembnejše, ki so se potrdili tudi skozi opravljeno analizo. Peti izziv predstavlja nenadna ustavitev turistične dejavnosti zaradi pandemije covid-19, ki nas je ujela v sklepni fazi potrjevanja te strategije.

1. Upravljanje turističnih tokov poleti

Rast obsega namestitvev in turističnega obiska zadnjih let je prehitela razvoj ustrezne turistične in prometne infrastrukture, javnih servisov in upravljavskih režimov, še zlasti na zgostitvenih območjih. Destinacija in posamezne občine so doslej dokaj nepovezane in ad hoc reševale usmerjanje obiska na kritičnih prometnih in izletniških točkah. Prav uspešnost upravljanja turističnih tokov v konicah sezone, tako znotraj posameznih produktov kot tudi geografsko, med območji zgostitve in dogajanj ter stranskimi dolinami, bo v prihodnje dejavnik uspešnosti Doline Soče v primerjavi s konkurenco.

Celostno usmerjanje obiska, trajnostni sistemi mobilnosti, jasni režimi rabe naravnih vrednot in kulturne dediščine ter kakovostna in varna turistična infrastruktura so novi in zelo pomembni izzivi destinacijskega managementa, a hkrati nujni za zadovoljstvo obiskovalcev in udejanjanje koncepta zelene destinacije. Strategija zato odgovarja na vprašanje, kako bolje upravljati destinacijo in kje prednostno vlagati v turistično infrastrukturo.

2. Podaljševanje sezone

Dolina Soče je postala pretežno enosezonska – poletna destinacija. Posamezni produkti (ribištvo, kajakaši, jadrarno padalstvo, 1. svetovna vojna) deloma podaljšujejo sezono v spomladanske in jesenske mesece, medtem ko je v zimskih mesecih obisk zelo skromen. Lahko celo rečemo, da dolina pozimi praktično turistično ne živi. Ponovno obratovanje žičnic Kanin z obstoječo infrastrukturo leta 2017 ni spodbudilo pričakovanega zagona bovških hotelov in zimskega obiska v Dolini Soče. Za preboj zime v destinaciji se kot ključna kaže nujnost obsežnejše posodobitve žičniške infrastrukture, ureditve zasneževanja in preoblikovanja ponudbe Kanina. Številne namestitve, gostinski obrati, športne agencije in tudi drugi storitveni servisi (pr. taksi službe,...) pozimi ne obratujejo. Sezonski kadri zapustijo dolino. Vse to še posebej ovira poslovanje in ekonomičnost ponudnikov, ki jim turizem predstavlja osnovno in celoletno dejavnost. Gre za "začaran krog", ki ga je potrebno presekati.

Desezonalizacija v smislu aktiviranja ponudbe, ki bo privlačna pred in po poletni sezoni ter v ključnih terminih zime, je drugi velik izziv Doline Soče v naslednjih petih letih. Strategija prepozna produkte, niše in trge, kjer obstajajo priložnosti in potenciali za podaljševanje sezone.

3. Kakovost storitev in doživetij zaostaja za obljubo

V kolikor so pretekla leta zaznamovali povečevanje zasebnih namestitvenih zmogljivosti, razvoj outdoor agencij in rast obiska, združevanje destinacije in pospešena digitalna promocija, se v Dolini Soče sedaj izpostavljajo vprašanja

kakovosti namestitev in njihovih storitev (*angl. hospitality*) ter pomanjkanja raznovrstne gostinske ponudbe, profesionalnih kadrov in novih kompetenc v turizmu (pr. vodnikov, gastronomije, gostoljubnosti, managerjev doživetij...) ter dodatnih doživljajskih programov, ki odražajo lokalno identiteto in odkrivajo doslej manj izpostavljene teme in kraje. Turistična industrija v zadnjih desetletjih doživlja izjemne spremembe. Družbena omrežja z ocenami kakovosti storitev, kot je TripAdvisor, neposredno vplivajo na kupce in posledično zahtevajo dvig kakovosti posameznega ponudnika in destinacije kot celote.

Pomemben izziv Doline Soče je zato dvig ravni kakovosti celotne ponudbe in pospešena re-invencija dosedanjih produktov/storitev v doživetja, ki bodo poudarila lokalne posebnosti, avtentičnost destinacije in izpostavila najboljše. Gre za strateško vprašanje, kako zagotoviti transformacijo ponudbe od koncepta količine (in tveganja prekomernega turizma) k dvigovanju vrednosti ponudbe.

4. Razpršena ponudba, projekti in odločanje

V Dolini Soče je več kot 800 pretežno malih ponudnikov namestitev in več kot 40 športnih agencij, različnih društev, zavodov ter javnih ustanov, ki so razpršeni po območju štirih občin. Povezovanje celotne destinacije je zato zahtevno, procesi odločanja so zapleteni in včasih počasni. Ponudniki in ključni deležniki se pogosto med seboj slabo poznajo, številni projekti različnih organizacij pa so medsebojno premalo usklajeni in zato manj učinkoviti.

Usklajevanje interesov in 'uglasitev' skupne poti ter učinkovito organiziranje destinacije predstavlja četrti prednostni izziv te strategije. V tem kontekstu strategija med drugim išče poti in načine za boljšo koordinacijo in sodelovanje ter za napredek v upravljanju destinacije, tako na operativni kot na strateški ravni.

5. Zagon turistične dejavnosti in potovanj po covid-19

Z razglasitvijo epidemije in kasneje pandemije covid-19 so se 13. marca 2020 tako kot v večini Evrope in kasneje sveta, tudi v dolini Soče zaprla vrata hotelov, penzionov, apartmajev, restavracij, agencij,.. Turistična in z njimi tesno povezana podjetja so ostala brez prihodkov, prihodnost turističnega obiska v letu 2020 in 2021 pa je negotova in predvsem nepredvidljiva.

Premišljeno in enotno kratkorčno ukrepanje destinacije, prožno prilagajanje razmeram ter uvajanje in preverjanje novih poslovnih praks in rešitev, ob sledenju dolgoročne zelene vizije, bo ključno za zagon in ohranjanje podjetniške dejavnosti v turizmu skozi pričakovano krizno obdobje enega do dveh let. Dolina Soče ima potencial, da s svojo trdoživostjo in optimizmom, tako kot je v preteklosti že večkrat dokazala v težkih situacijah naravnih nesreč, iz situacije izide še lepša in močnejša.

Ob zavedanju položaja je potrebno spodbuditi turistične ponudnike in deležnike, da se pri reševanju izzivov še tesneje povežejo med seboj in izkoristijo prednosti doline Soče za nadaljnjo konkurenčnost in vzdržno rast turizma. Smer delovanja pa je z vizijo in cilji nakazana v naslednjih poglavjih.



3.

Strategija zimzelene rasti Doline Soče

3. Strategija zimzelene rasti Doline Soče

3.1. Vizija Doline Soče 2025+: SOČA EVERGREEN

DOLINA SOČE 2025+

bo VODILNA ALPSKA in ZIMZELENA OUTDOOR destinacija s celoletno ponudbo doživetij narave in kulture med Alpami in Mediteranom.

Dolino Soče bodo odlikovali:

- ▷ kakovostna ponudba v vseh segmentih in skozi vse leto,
- ▷ zdravo ravnovesje med turističnimi ponudniki, obiskovalci/turisti in prebivalci,
- ▷ pristnost doživljanja narave in kulture ter zaveza za ohranitev naravne in kulturne dediščine,
- ▷ prepoznavno gostoljubje z vse bolj personaliziranimi, kakovostnimi in butičnimi storitvami.

Dolina Soče ni le dolina akcije. Je dolina nove energije. Je dolina zgodb in tradicij, kjer ljudje sobivajo z naravo. Reka Soča ni le ena najlepših alpskih rek sveta, ampak je edinstvena smaragdna nit, ki povezuje Julijske Alpe in Jadransko morje, Alpe in Mediteran. Dolino Soče povezuje geografsko, kulturno in turistično. Njena svežina in čistoča sta od nekdaj vzbujali spoštovanje in naklonjenost domačinov in obiskovalcev. V Dolini Soče se doživetja na prostem odvijajo na pragu Triglavskega narodnega parka in alpskih razgledov, kuhinja diši po Mediteranu, kultura je vznemirljiva mešanica vplivov, narava nudi neokrnjeno zavetje in oddih od vsega na svežem zraku.

Vizija Doline Soče temelji na sestavnih elementih, ki so skladni z vizijo slovenskega turizma.

Zimzelna

- ▷ **Zimzelena nosi zavezo varovanja okolja in celoletnega delovanja destinacije.**

Outdoor

- ▷ **Vključuje vse aktivnosti, ki jih gostje izvajajo v naravi. Na eni strani so to različni športi na drugi strani iskanje miru, energije in sproščanje v naravi.**

Butična in personalizirana

- ▷ **Kot nasprotje od masovnega turizma in netrajnostnih konceptov.**
- ▷ **Prilagojena posamičnim obiskovalcem in z mislijo na njihovo izkušnjo.**

Doživetja

- ▷ **Doživetja, ki iz ravni storitev prehajajo v novo izkušnjo za gosta. So emocionalno močna, z novimi spoznanji, učenjem ter samospoznanjem.**

Strateška vizija slovenskega turizma, Slovenijo postavlja kot »globalno zeleno butično destinacijo za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi.«¹⁵ Slovenska turistična organizacija je za utrditev pozicije Slovenije kot zelene butične destinacije za 5-zvezdična doživetja, poleg sheme Slovenia Green razvila tudi znamko kakovosti Slovenia Unique Experiences¹⁶.

Dolina Soče kot ena vodilnih slovenskih destinacij bo s svojim razvojem in delovanjem načrtanim v tej strategiji prispevala k uresničevanju ciljev slovenskega turizma.

¹⁵ Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo.

¹⁶ Slovenska turistična organizacija vsako leto na dveh pozivih izbere 5-zvezdična doživetja, ki sledijo opredeljenemu konceptu in izpolnjujejo kriterije. Na ta način želi s certificiranjem doživetij postaviti standard reprezentativnih 5-zvezdičnih doživetij, ki jih promovira.

3.2. Strateški cilji: Kaj želimo doseči?

Za uresničevanje vizije Doline Soče 2025+: SOČA EVERGREEN smo načrtali štiri jasne in merljive strateške cilje, ki nakazujejo potrebne spremembe in smeri zelene poti destinacije.

1. **PONOVEN ZAGON PO COVID-19 = prožno in usmerjeno prilagajamo in prenavljamo storitve, trženje in delovanje destinacije za ponoven, še bolj trajnosten zagon panoge.**

Z vzpostavitvijo higienskih in obratovalnih standardov, prilagojenimi in proaktivnimi trženjskimi aktivnostmi, konkretnim ozaveščanjem zelenih prioritet in zelenim redesignom storitev ter prožnim (so)delovanjem vseh destinacijskih partnerjev bomo ohranili prepoznavnost na trgih in obiskovalcem/ turistom zagotovili varno in zdravo doživljanje Doline Soče. Učinek prizadevanj se bo odražal v:

- Kratkoročnem ohranjanju števila podjetij in redno zaposlenih v turističnem sektorju v destinaciji.

2. **CELOLETNO DELOVANJE = ustvarjamo in razvijamo celoletno ponudbo ter krepimo prepoznavnost na tradicionalnih in novih tujih trgih.**

Prednostni fokus razvojnih in trženjskih aktivnosti Doline Soče v naslednjih letih bo desezonalizacija - podaljševanje poletne sezone v pred- in po-sezono ter re-invencija zimske sezone. Osvojeni bodo novi trgi in uveljavljeni nišni produkti za čas izven glavne sezone. Na ta način bomo povečali število in konkurenčnost turističnih in gostinskih podjetij, ki delujejo celo leto. Učinek prizadevanj se bo odražal v:

- Povečanju turističnega prometa izven glavne sezone (izven julij-avgust),
- Dolgoročnem povečanju števila redno zaposlenih v turističnem sektorju v destinaciji,
- Ohranitvi prepoznavnosti na tradicionalnih in povečanju prepoznavnosti na novih trgih.

3. **VIŠJA KAKOVOST DOŽIVETIJ IN VEČJA VREDNOST ZA GOSTE IN PONUDNIKE = dvigujemo raven kakovosti, doživljajskosti in vrednosti za obiskovalce in ponudnike.**

Pomemben strateški cilj te strategije bo sistematično nadgrajevanje kakovosti in dodajanje vrednosti ponudbi, ki jo bo občutil in cenil tudi naš gost skozi vse faze nakupno-izkustvenega kroga. Bistveno vodilo delovanja destinacije je dodana vrednost in ne količina, zato se bomo usmerili v dvig kakovosti in konkurenčnosti ponudbe aktivnih, kulturnih in kulinarčnih doživetij ter oblikovanje presežne ponudbe za zahtevnejše obiskovalce in turiste. Skozi razumevanje in sodelovanje v lokalnih verigah vrednosti bomo razvili specializirano in personalizirano ponudbo ter vzpostavili kolektivno tržno znamko Doline Soče, ki bo povezovala kakovostne ponudnike in zagotavljala garancijo dobrega nakupa. Podaljšali ali vsaj ohranili bomo dolžino bivanja in dvignili raven kakovosti in trajnosti destinacije, za katero pričakujemo, da bo gost želel plačati več. Vpliv se bo zato izkazal v :

- ▷ Dvigu dodane vrednosti v turističnem sektorju in dnevne potrošnje,
- ▷ Ohranitvi današnje povprečne dolžine bivanja turistov,
- ▷ Dvigu kakovosti doživetij ter večji presežni ponudbi za zahtevnejše goste,
- ▷ Uveljavljeni Kolektivni blagovni znamki Doline Soče.

4. **BOLJŠE TRAJNOSTNO UPRAVLJANJE DESTINACIJE = usmerjamo turistične tokove in z režimi uravnavamo razvoj.**

Tretji cilj destinacije je s trajnostnimi rešitvami izboljšati režime rabe naravnih virov in prostora ter učinkovitost usmerjanja turističnih tokov v Dolini Soče. Prednostno bomo med občinami poenotili režime in nadgradili turistično infrastrukturo za vodne športe, kolesarjenje, jadrarno padalstvo in pohodništvo. Izboljšali bomo ponudbo javnega prevoza in zmanjšali obseg osebnih vozil, prednostno na najbolj občutljivih zgoščenih območjih. Z načrtnim ozaveščanjem, usposabljanjem in usmerjanjem ponudnikov bomo dvignili zeleno zavedanje na destinaciji in trajnostno delovanje vseh deležnikov. Na ta način bomo dosegli presežnost izkušnje gosta ter prispevali k dvigu kakovosti življenja na destinaciji, ohranjanju naravnih virov, identiteti doline ter večji pretočnosti turističnih in prometnih tokov v dolini. Vpliv bo viden skozi:

- ▷ Znižanje ogljičnega odtisa obiskovalcev Doline Soče,
- ▷ Vzpostavljene sisteme in režime za učinkovito in koordinirano upravljanje dejavnosti v prostoru, večjo pretočnost, boljše spremljanje in usmerjanje turističnih tokov v dolini,
- ▷ Izboljšanje ponudbe javnega prevoza,
- ▷ Dvig zelenega zavedanja vseh deležnikov destinacije in presežno izkušnjo gosta.

S takšno usmeritvijo bi morali v Dolini Soče doseči pomembne kvalitativne in kvantitativne spremembe. V spodnji sliki opredeljujemo najpomembnejše kakovostne premike, ki jih želimo spodbuditi s postavljenimi strateškimi cilji, v Tabeli 2 pa so prikazani kazalniki za kvantitativno spremljanje uresničevanja ciljev.

DANES	DOLINA SOČE 2025+: SOČA EVERGREEN 2025
Destinacija outdoor aktivnosti	Destinacija raznolikih doživetij
Prepoznavna destinacija za vodne (adrenalinske) športe	Mediterska terasa Alp za »zeleni« in aktivni oddih
Poletna destinacija	Celoletna destinacija
Količina	Kakovost in vrednost
Turizem = dopolnitev	Turizem = glavna, profesionalna panoga
Razdrobljena in nepovezana	Zaokrožena, sodelujoča in upravljana
Ranljiva in konvencionalna	Močnejša in odprta za novosti
TDS: Promocija in trženje	TDS: Management destinacije in trženje

Slika 11 Pregled pričakovanih razvojnih premikov v Dolini Soče glede na današnje stanje

Tabela 2 Kazalniki za merjenje vpliva strategije

Kazalnik	Vir	Izhodišče		Ciljna vrednost
		2018	2022	2025
KPI 1.1 Gospodarski subjekti v gostinstvu in turizmu, Panoga I, ohranjamo, število	AJPES	153	150	155
KPI 2.1 Nočitve v destinaciji Doline Soče med oktobrom in aprilom (Bovec, Kobarid, Tolmin, Kana ob Soči), 50% rast, število	SURS	57.512	70.000	85.000
KPI 2.2 Delovna mesta v gostinstvu in turizmu (panoga I) v podjetjih s sedežem v Dolini Soče, dolgoročno 10 % rast, število	AJPES	343	345	345
KPI 3.1 Dodana vrednost v gostinstvu (panoga I) na zaposlenega v podjetjih s sedežem v Dolini Soče, povprečje preračunano za vse vrste gospodarskih subjektov skupaj, 15 % rast, v EUR	AJPES in preračun	30.956	32.000	35.500
KPI 3.2 Ocenjena povprečna dnevna potrošnja gosta Doline Soče, povprečna ocena iz ankete med ponudniki v občini Bovec (2016), v občinah Tolmin, Kobarid in Kanal ob Soči (2019), , vključuje tudi strošek namestitve, 15 % rast, v EUR/dan	Anketa med ponudniki TDS, 2016/2018	113	120	130
KP 4.1 Uporabniki začasnih javnih linijskih prevozov znotraj destinacije (t. i. »shuttle« bus v organizaciji destinacije), število potnikov/leto	TDS	20.068 ¹⁷	Povečati	Povečati
KP 4.2 Ogljični odtis obiskovalcev Doline Soče (kg CO ₂ na obiskovalca)	TDS	Potreben izračun ¹⁸	Zmanjšati	Zmanjšati

¹⁷ Tolminska korita, Javorca, Hop-on Hop-off Kobarid, Benečina gor in dol, Bovec-Vršič-Kranjska Gora, Ljubljana-Trbiž-Log-Bovec. Leta 2019 je obseg narastel na 52.021 prepeljanih potnikov.

¹⁸ V času priprave strategije upravljaavec Zelene sheme slovenskega turizma razvoja metodologijo, ki bo osnova za izračun kazalnika tudi na ravni destinacije. Izhodiščno vrednost bo na osnovi metodologije in dostopnih podatkov predvidoma zagotovil TDS v prvih letih izvajanja strategije.

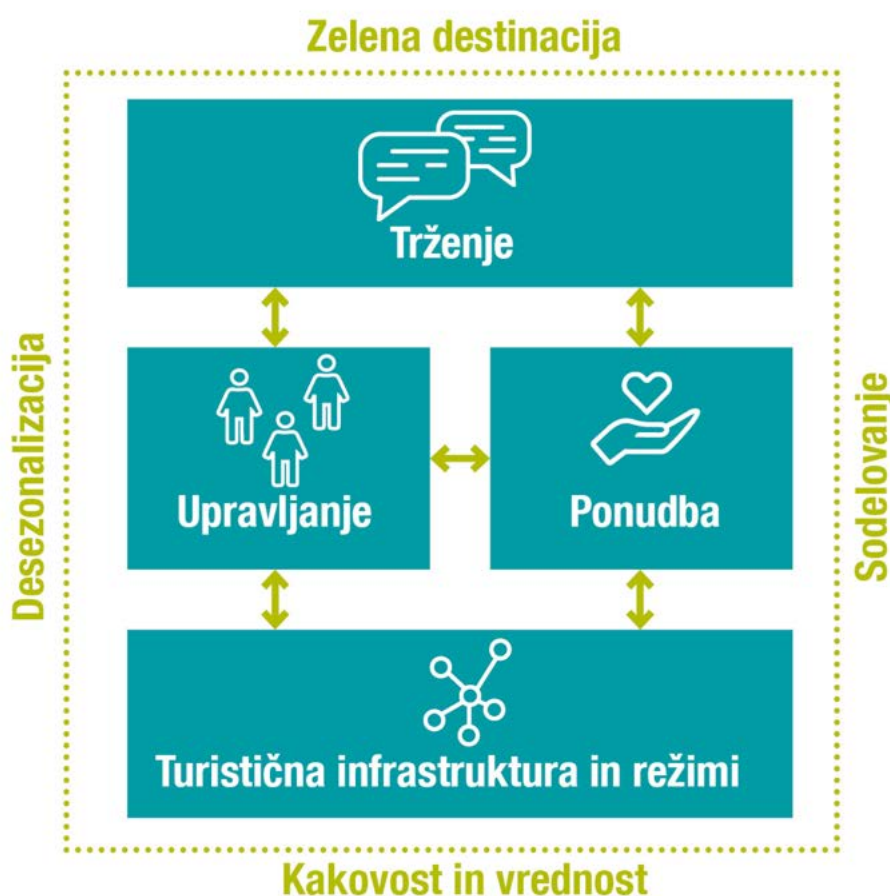
3.3. Strateški model: Kako bomo dosegli cilje?

Strategija Doline Soče 2025+ ne temelji na splošni rasti, ampak gradi na **dveh scenarijih** zdrave trajnostne rasti, ki prinašata družbeno-ekonomske koristi, vendar ne na škodo avtentičnosti doživljanja, izgube naravnih vrednot in identitete doline ali kakovosti bivanja za lokalno prebivalstvo.

- ▶ **SCENARIJ KONSOLIDACIJE** (oz. urejanja razmer) po pandemiji covid-19 in v visoki poletni sezoni in
- ▶ **SCENARIJ TRAJNOSTNE RASTI IN PRENOVE** (RE-DESIGN) v preostalih letnih časih.

Razvojni model zato v ospredje postavlja ukrepe, ki krepijo **ZELENO MISELNOST in RAVNANJE, KAKOVOST, KONKURENČNOST in (SO)DELOVANJE** na štirih prednostnih, a soodvisnih področjih:

- ▶ Strateško področje **1: Turistična infrastruktura in režimi**
- ▶ Strateško področje **2: Ponudba**
- ▶ Strateško področje **3: Upravljanje destinacije**
- ▶ Strateško področje **4: Trženje**



Slika 12 Strateški razvojni model Dolina Soče 2025

Pri tem nas ne vodi želja po večjem številu obiskovalcev, ampak zaveza k ustvarjanju večje vrednosti za gosta in za nas. To nam omogoča ohranjanje narave in identitete Doline Soče. To je težja, a edina dobra pot.

Kot temeljno in prioritarno za doseganje postavljenih ciljev je bilo med partnerji opredeljeno področje turistične infrastrukture in režimov. Slednje je predpogoj za nadgradnjo ponudbe in izboljšanje upravljanja destinacije, kar predstavlja drugo oz. tretje strateško področje ukrepanja. Trženje je opredeljeno kot četrto strateško področje, ki povezuje prenovljeno ponudbo in infrastrukturo destinacije s ciljnim trgi in ciljnim skupinami. Vsako od štirih strateških področij pri zasnovi ukrepov upošteva **vodilna načela delovanja**, ki izhajajo iz osnovne vizije in strateških ciljev destinacije Doline Soče:

- ▶ **Zelena destinacija** s trajnostnim in skladnim razvojem, ki zavestno zmanjšuje negativne učinke turizma na okolje in lokalno skupnost ter poskrbi za ustrezne prostorske conacije (zgodovinske turistične točke), zmanjševanje ogljičnega odtisa in vključevanje gostov v trajnostni poslovni model, saj lahko po zgledu domačinov tudi obiskovalci soustvarjajo zeleno prihodnost destinacije;
- ▶ **Učinek na desezonalizacijo**, ki je ob trajnosti bistveni kriterij za presojo upravičenosti projektov in naložb v obdobju izvajanja strategije;
- ▶ **Kakovost in vrednost** kot temeljno konceptualno izhodišče vseh ukrepov, ki v povezavi z neprestanim inoviranjem vodijo v boljše storitve, boljše izkušnje in višjo potrošnjo gosta;
- ▶ **(So)delovanje** navznoter in izven destinacije, ki je partnersko, vključujoče, agilno in osredotočeno na rezultat.

3.4. Tržno pozicioniranje: Dolina Soče kot zelena outdoor destinacija z izjemno naravno in kulturno dediščino

Koncept tržnega pozicioniranja temelji na temeljnem naravnem in kulturnem kapitalu Doline Soče, vrednotah in konkurenčnih prednostih destinacije. Opredeljuje temeljne značilnosti in zgodbe destinacije, ki jo razlikujejo od drugih slovenskih, evropskih in svetovnih outdoor destinacij.

Elementi pozicioniranja

Ključni elementi pozicioniranja Doline Soče so:

1. Dolina Soče je **vodilna outdoor destinacija** za avanturiste, aktivne raziskovalce in za obiskovalce, ki iščejo prvinsko naravo in novo energijo.

2. Dolina Soče je **dolina odkrivanj z bogato naravno in kulturno dediščino** (npr. Biosferno območje UNESCO MAB Julijske Alpe, Znak evropske kulturne dediščine...).
3. Dolina Soče je **mediteranska terasa Julijskih Alp**, kjer lahko v Alpah začutimo močan in blagodejen stik z morjem.
4. Dolina Soče se pozicionira kot **zelena destinacija slovenskega in mednarodnega turizma s še bolj trajnostno usmerjenostjo**, ki si prizadeva za čim bolj zeleno dolino, razbremenjeno negativnih učinkov na okolje (s prevelikim ogljičnim odtisom in neekološkim obnašanjem).
5. Dolina Soče v svojo trajnostno razvojno in tržno strategijo **vkluči prebivalce, ponudnike in goste**, ki pomagajo uresničevati zeleno vizijo in zaveze do okolja, lokalne skupnosti in trajnostne prihodnosti.
6. Dolina Soče je celoletna destinacija s ponudbo za različne letne čase.

Nosilna zgodba

- ▶ **Dolina Soče je ena najlepših alpskih dolin na svetu.** Je dolina žive vode in živih planin. Vse leto jo osvežujeta zrak Alp in dih Mediterana. Dolina Soče je izvir energije za vse željne gibanja in outdoor doživetij. Vsak letni čas je drugačen. Pomlad, poletje in jesen vrviyo od doživetij in dogodkov, zima v pogorju Julijcev je bela in zaspana le, dokler ne švistnejo skozi sneg smuči. Naravna in kulturna dediščina Doline Soče skrivata moč tisočletij in življenje v planinah še vedno teče po starodavnem koledarju. Dolina Soče je živa. Ne le da tu teče najbolj živa voda na svetu, med Alpami in Mediteranom, kjer vibrirajo kulture iz vseh vetrov, tu je toliko dobrih zgodb in nepozabnih doživetij.

Ohranimo reko Sočo skupaj, ostati mora živa, večna in zimzelena.

Let's make SOČA VALLEY EVERGREEN.

- ▶ **To je dolina akcije** = outdoor aktivnosti, ki nam zvišujejo srčni utrip in postavljajo izzive v gibanju
- ▶ **To je dolina nove energije** = prvinska narava, ki nas napolni z energijo in kjer najdemo mir
- ▶ **To je dolina odkrivanj** = spoznavanje dediščine 1. svetovne vojne, tradicije, naravnih vrednot, življenja in kulinarike
- ▶ **To je dolina dogodkov** = narava kot kulisa za športne, glasbene in kulinarične dogodke ter tekmovanja

3.5. Ciljne skupine: profilirane glede na interes in motiv prihoda

Glede na razvejeno ponudbo aktivnosti v Dolini Soče, pa naj gre za vodne ali druge športe, za pohodništvo ali kolesarjenje, ali preprosto za odklop od natrpanega vsakdanjika z intenzivnim tempom, so tudi ciljne skupine, ki prihajajo, vse bolj razvejene in profilirane, ponudniki, ki ustvarjajo celostni servis zanje, pa vse bolj specializirani. Pomembno je, da celotna skupnost ponudnikov in partnerjev na destinaciji prepoznava potrebe in interese najpogostejših profilov ciljnih skupin, da jih bo lahko še bolj kakovostno zadovoljevala v prihodnosti. Visoko specializirani profili gostov lahko prihajajo z različnih geografskih trgov, a jih družijo iste strasti in potrebe. Glede na veliko število takšnih profilov v Dolini Soče prioritete ciljne skupine obravnavamo glede na njihov interes in potrebe, ne glede na državo izvora in njihove demografske značilnosti.

Prioritetne ciljne skupine

Ciljna skupina 1: MOTIV PRIHODA = AKTIVNOST

kajakaši, pohodniki, gorski kolesarji, jadralni padalci, ribiči, smučarji in drugi ... (profil avanturista glede na raziskavo Persone slovenskega turizma)

- ▶ Produkti in doživetja: pohodništvo, kolesarstvo, kajakaštvo, jadralno padalstvo, smučanje, ribolov...
- ▶ Potrebna je prilagojena ponudba nastanitvev, gostinskih in podpornih storitev (prilagojeni delovni časi obratovanja gostišč zaradi zgodnjih zajtrkov in poznih večerij, prilagojeni transferji in specializirani vodniki)
- ▶ Potrebujejo natančne in poglobljene informacije ter redno zagotavljanje storitev = celostni servis
- ▶ Potrebujejo prilagojeno in paketno trženje, ki je najboljši odgovor na njihovo strast in najljubšo priložnostno aktivnost

Ciljna skupina 2: MOTIV PRIHODA = POČITNICE, AKTIVEN ODDIH

aktivni pari, družine na aktivnem oddihu, touring turisti (profili aktivne družine, zeleni raziskovalci, predane mame, avanturisti in aktivni nostalgiki glede na raziskavo Persone slovenskega turizma)

- ▶ Produkti in doživetja: outdoor aktivnosti in doživetja, družinske počitnice, turizem na kmetijah, aktivnosti za vse družine, zgodovinske atrakcije, prikazi in zgodbe, lokalna ponudba hrane
- ▶ Oblikovana 1-dnevna oz. poldnevna doživetja, ponudba in prilagoditve za otroke, jasne informacije za dnevne izlete in aktivnosti ter razvit celostni servis (najem opreme, transferji, vodniki)
- ▶ Potrebujejo privlačno paketno trženje in dober navdih, ki vpliva na njihov nakupni vzgib (večinoma ženske odločevalke)

Ciljna skupina 3: MOTIV PRIHODA = SPROSTITTEV, KULINARIKA

pari in/ali manjše družbe na razvijanju (profila družabni foodie-ji in sproščeni eskapisti glede na raziskavo Persone slovenskega turizma)

- ▷ Produkti in doživetja: oblikovana 1-dnevna oz. poldnevna 5-zvezdična doživetja s kulinarično, sprostitveno in/ali zgodovinsko vsebino, ki je čim bolj avtentična, butična in kakovostna
- ▷ Višji standard nastanitve in vseh storitev
- ▷ Kakovostna kulinarika (visoka in vrhunska, ki si jo privoščijo enkrat ali dvakrat na oddihu, in dostopnejša, ki je ravno tako kakovostna in lokalna)
- ▷ Zdravilne točke in energijske poti v naravi, povezovanje: Goriška Brda, Benečija in Furlanija-Juljska krajina
- ▷ Potrebujejo privlačno trženje s prepoznavnimi lokalnimi obrazi in ponudniki, ki so garancija za njihovo dobro izkušnjo.

Ciljna skupina 4: MOTIV PRIHODA = RAZISKOVANJE

skupine in manjše skupine ter individualni raziskovalci (Persone slovenskega turizma), ki pridejo z namenom odkrivanja kulturne in naravne dediščine

- ▷ Potrebujejo razvite programe in doživetja prilagojena posamičnim skupinam (npr. skupine iz držav, ki so se borile na Soški fronti in jih zanima zgodovinska dediščina)
- ▷ Potrebujejo vodnike in interpretatorje
- ▷ Lokalno kulinarično ponudbo z možnostjo pogostitve večjih skupin
- ▷ Potrebujejo dobro B2B mrežo agencijskih partnerjev

Ciljni skupini druge prioritete

Ciljna skupina 5: MOTIV PRIHODA = POSEBNI INTERESI

Manjše skupine in kolektivi, ki si želijo okolja z ustvarjalno izmenjavo mnenj, izboljšanje dela v skupini ali zabavne sprostitev. S tovrstno ponudbo je mogoče učinkovito podaljšati sezono, vendar je potrebno tesno sodelovanje partnerjev.

- ▷ Potrebujejo razvite team building in incentive programe
- ▷ Potrebujejo razvito infrastrukturo in celostni servis za takšna srečanja in dogodke

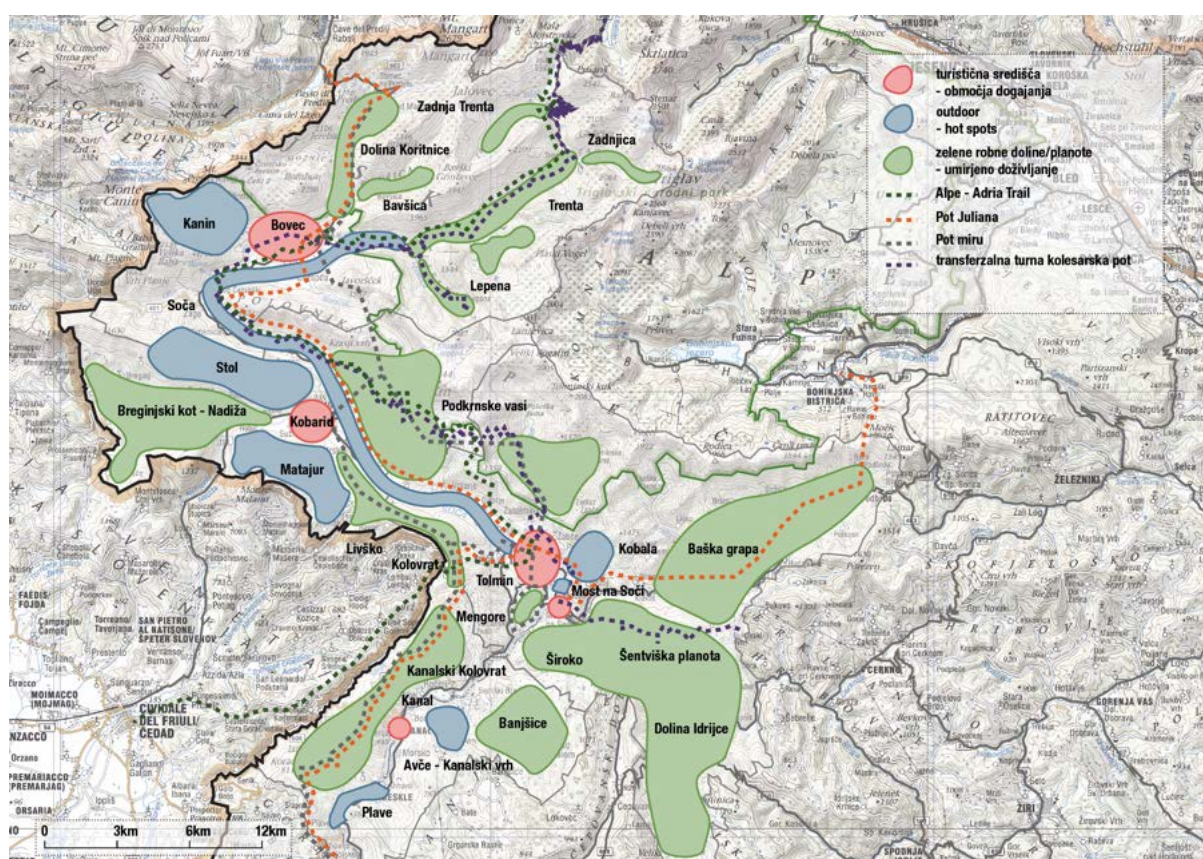
Ciljna skupina 6: MOTIV PRIHODA = AKTIVNOSTI V NARAVI, OBISK TOČK INTERESA

Večinoma dnevni obiskovalci, ki potrebujejo jasno informacijsko in komunikacijsko arhitekturo, da se zlahka pomikajo med izbranimi točkami interesa, ob tem pa – še posebej v visoki sezoni – čim manj zmanjšujejo kakovost izkušnje turistov, ki so v destinaciji na večdnevnem oddihu.

- ▷ Touring turisti, ki potrebujejo dobre vstopne točke, hitre usmeritve in dober kratkotrajni servis, nadgrajen vsaj še z eno komplementarno izkušnjo poleg točke interesa (obisk restavracije za kosilo/večerjo)
- ▷ Koristniki aktivnosti, nastanjeni v drugih destinacijah, dnevni izletniki, ki potrebujejo jasno in privlačno povabilo skozi vse leto in dobro distribucijo informacij na destinacijah, od koder prihajajo
- ▷ Ciljno trženje na partnerskih destinacijah izvora

3.6. Pozicioniranje turizma v prostoru: uravnotežen trajnosten koncept

Postavljene usmeritve, velikost in geografska raznolikost destinacije kakor tudi obstoječa varstvena območja (TNP, Natura 2000, Soča ...) in različna raven turističnega razvoja posameznih območij terjajo preiščen nadaljnji razvoj turizma v prostoru. Ker gre za enovito turistično destinacijo, je nujno, da občine Doline Soče celostno in enotno pristopijo k prostorskemu načrtovanju turizma v občinskih prostorskih načrtih, a pri tem upoštevajo lokalne in prostorske posebnosti mikrodestinacij. V ta namen smo opredelili štiri prostorske enote razvoja turizma v Dolini Soče, ki se med seboj ločijo glede na stopnjo intenzivnosti turistične rabe in model turističnega razvoja. Pri tem smo sledili načelom trajnostnega in uravnoteženega razvoja Doline Soče. Predlagani koncept prostorske turistične conacije Doline Soče je shematsko prikazan v Karti 1.



Karta 1 Prostorski koncept turističnega razvoja destinacije Dolina Soče

Turistična središča Bovec, Kobarid, Tolmin, Most na Soči in Kanal kot območja dogajanj so glavna prostorska razvojna težišča, kjer se pričakuje najbolj intenziven turistični razvoj. Tu naj se znotraj območij urbanih naselij koncentrirajo namestitve, turistične in druge storitvene dejavnosti ter podpora infrastruktura. Prednostno naj se za turistični razvoj izkoriščajo opuščeni objekti, nezazidana stavbna zemljišča in degradirane površine. Turistična središča morajo biti med seboj prometno dobro povezana, prostorska ureditev pa naj sledi sodobnim potrebam prebivalcev in obiskovalcev ter lokalnim arhitektumim in urbanističnim značilnostim. Urejanje prostora turističnih

središč naj sledi celostnemu konceptu in ne stihijskim rešitvam.

Outdoor vroče točke (*angl. hot spots*) so območja, kjer se zaradi izjemnih naravnih danosti že danes intenzivneje odvijajo različne športne dejavnosti v naravi: reka Soča (vodni športi), Kanin (zimski športi, ferate in gorsko kolesarjenje), Stol in Matajur (gorsko kolesarjenje, jadralno padalstvo), Kobala (jadralno padalstvo) in druga. Gre za cone dogajanj oz. akcije, ki se večinoma nahajajo izven Triglavskega narodnega parka. Z ustreznimi režimi, monitoringom in sonaravnim urejanjem spremljajoče infrastrukture se športne dejavnosti na teh lokacijah ohranjajo in razvijajo tudi v prihodnje.

Zelene robne doline, planote in planine so cone umirjenega in trajnostnega turizma. To so območja, kjer si obiskovalci nabirajo novo energijo. Gre za stranske doline in planote, ki znotraj destinacije predstavljajo najbolj avtentična in krajinsko ohranjena območja. Turizem zanje predstavlja socialni in ekonomski potencial, ki lahko pomembno prispeva k ohranjanju poseljenosti in demografske vitalnosti območij. Območja se pogosto nahajajo tudi v Triglavskem narodnem parku ali so varovana zaradi drugih vrednot (pr. dediščina 1. svetovne vojne, kulturna krajina ...), zato je v teh območjih potrebno lokalnim prebivalcem z razvojnimi načrti in spodbudami strokovno in finančno pomagati ter jih usmerjati v trajnostne oblike turistične ponudbe. Kjer je razvita in organizirana ponudba, lahko posamezne robne doline, planote in planine obravnavamo kot samostojne mikrodestinacije.

Daljinske pohodne poti so nov, a dolgoročno zelo pomemben turistično-prostorski povezovalni element med posameznimi območji Doline Soče. Pohodništvo in kolesarjenje na daljše razdalje sta v trendu, hkrati pa tudi eni bolj trajnostnih oblik turizma. Turizem Dolina Soče daljinske poti že nekaj let načrtno umešča v prostor na način, da povezujejo in hkrati spodbudijo obisk in razvoj zelenih robnih dolin, planot in planin. Daljinske pohodniške poti Alpe-Adria, Juliana, Poti miru, E7, Vio Alpino, slovensko planinsko pot ter transverzalno turno-kolesarsko pot je nujno upoštevati in vzdrževati kot pomemben del hrbtnice sistema pešpoti in sestavni del turistične infrastrukture.

Znotraj posameznih prostorskih enot gre izpostaviti najpomembnejše **točke interesa** Doline Soče, kot so Tolminska korita, slap Kozjak, Velika korita Soče, Dolina Polog z Javorco, Boka, izvir Soče, Kontrada v starem jedru Kanala in številne druge. Gre za ključne izletniške atrakcije, ki zaradi svoje izjemne naravne ali kulturne doživljajske vrednosti privlačijo večje število obiskovalcev. Pogosto se nahajajo v občutljivih varovanih območjih, množični obisk le-teh pa se v nekaterih primerih že bliža nevarnemu robu izgubljanja kakovosti izkušnje za obiskovalca. Celovito prostorsko, prometno, turistično in varstveno upravljanje najpomembnejših točk interesa destinacije je predpogoj za trajno ohranjanje najvrednejših krajinskih ikon Doline Soče.

3.7. Poslanstvo partnerstva SOČA EVERGREEN

Turizem Dolina Soče (TDS) v vlogi destinacijske management organizacije ima v partnerstvu z lokalno skupnostjo, zasebnimi ponudniki in civilno družbo ključno vlogo pri izvajanju strategije in uspešnosti destinacije. V tem pogledu je zelo pomembna podpora Turizmu Doline Soče, tako s strani ustanoviteljev kot tudi s strani turističnih partnerjev.

Poslanstvo Turizma Dolina Soče je upravljanje, trženje, povezovanje in podpora pri napredku destinacije, produktov in ponudnikov s ciljem, da skupaj kar najboljše uresničujemo strategijo in tržne obljube, dane našim obiskovalcem.

Poslanstvo lokalnih skupnosti Doline Soče je vzpostavljanje ustrezne javne turistične in splošne infrastrukture, režimov ter spodbudnega okolja, v katerem bodo domačini in ponudniki prepoznali dolgoročno perspektivo v trajnostnem turizmu, turisti/obiskovalci pa se počutili udobno in sprejeto.

Poslanstvo turističnih ponudnikov je zagotavljanje in stalno nadgrajevanje kakovostne storitve in odlične izkušnje gosta, tako na ravni posameznega ponudnika kot v medsebojnem sodelovanju, priporočanju in dopolnjevanju večdnevnega mozaika doživetij turista/obiskovalca Doline Soče.

Partnerstvo TDS, lokalnih skupnosti in ponudnikov Doline Soče tako skupaj zagotavlja profesionalno upravljanje destinacije, ki neposredno ali posredno:

- ▷ gostom omogoča edinstveno doživljanje Doline Soče in čim višjo lokalno potrošnjo,
- ▷ lokalno skupnost ponudnikov in prebivalcev spodbuja k zelenemu ravnanju in trajnostnim praksam,
- ▷ ponudnikom zagotavlja spodbudno in močno okolje za doseganje čim višje donosnosti poslovanja in
- ▷ lokalnim prebivalcem odpira podjetniške in zaposlitvene priložnosti ter prispeva h kakovostnemu bivanjskemu okolju.

Izzivi destinacije so kompleksni, zato zahtevajo dobro sodelovanje in zavezanost zasebnih, javnih in nevladnih deležnikov. Zgolj profesionalno upravljanje in partnersko delovanje bosta omogočila zadovoljstvo z našim delom in življenjem ter izjemno izkušnjo naših gostov.

Slika 13 Strategija razvoja in trženja turizma Doline Soče 2025 (logični okvir, pregledna shema)





4.

**Razvojni načrt: ukrepi
za zeleno pot navzgor**

4. Razvojni načrt: ukrepi za zeleno pot navzgor

Razvojni načrt z naborom ukrepov in projektov/akcij po štirih prednostnih strateških področjih podrobno prikazuje, kako bomo v Dolini Soče uresničevali postavljeno strategijo:

- ▷ Strateško področje 1: Turistična infrastruktura in režimi
- ▷ Strateško področje 2: Ponudba
- ▷ Strateško področje 3: Upravljanje destinacije
- ▷ Strateško področje 4: Trženje

Razvojni načrt je **pomembno vodilo in pripomoček partnerjem za izvajanje strategije** kakor tudi destinacijski organizaciji pri osredotočanju in usmerjanju turističnih deležnikov in investorjev pri odločanju o naložbah in razvoju novih storitev.

V nadaljevanju vsako strateško področje poglobljeno opisuje izhodiščno stanje in izzive ter opredeljuje operativne cilje, pričakovano spremembo ('podvzijo' in rezultate) in potrebne ukrepe. Za posamezna kritična vprašanja so podane natančnejše usmeritve.

Ob zaključku vsakega strateškega področja so ukrepi v tabelarni obliki akcijskega načrta podrobneje prikazani in ovrednoteni. Vsak ukrep vključuje več akcij oziroma projektov. Za vsako akcijo oziroma projekt so opredeljeni:

- ▷ Nosilci;
- ▷ Pomembnost oziroma prioriteta projekta/akcije, pri čemer pomeni:
 - 1 – nujno akcijo, ki je ključna za doseganje ciljev strategije,
 - 2 – priporočeno akcijo, ki je pomembna za doseganje ciljev strategije, in
 - 3 – manj pomembno akcijo, ki bistveno ne vpliva na doseganje ciljev strategije in se lahko v primeru pomanjkanja sredstev odloži;
- ▷ Lokacije, kjer se akcija izvaja, pri čemer so akcije, ki se izvajajo na območju celotne destinacije, opredeljene z okrajšavo DS (Dolina Soče), sicer so opredeljene lokacije na ravni občine (B-Bovec, K-Kobarid, T-Tolmin in KS-Kanal ob Soči);
- ▷ Prispevek akcije k enemu od treh strateških ciljev te strategije (D – sezonalizacija, K – kakovost in Z – zelena/trajnostna destinacija) in
- ▷ Indikativna vrednost posamezne akcije v obdobju celotne strategije 2020-2025 ter možni viri financiranja. Finančne ocene in viri so indikativni, ocenjeni za celotno obdobje trajanja strategije ter na podlagi današnjih predpostavk in izkušenj iz primerljivih projektov. Akcije, pri katerih ocena v tej fazi še ni mogoča, so opredeljene z okrajšavo "np" – ni podatka.

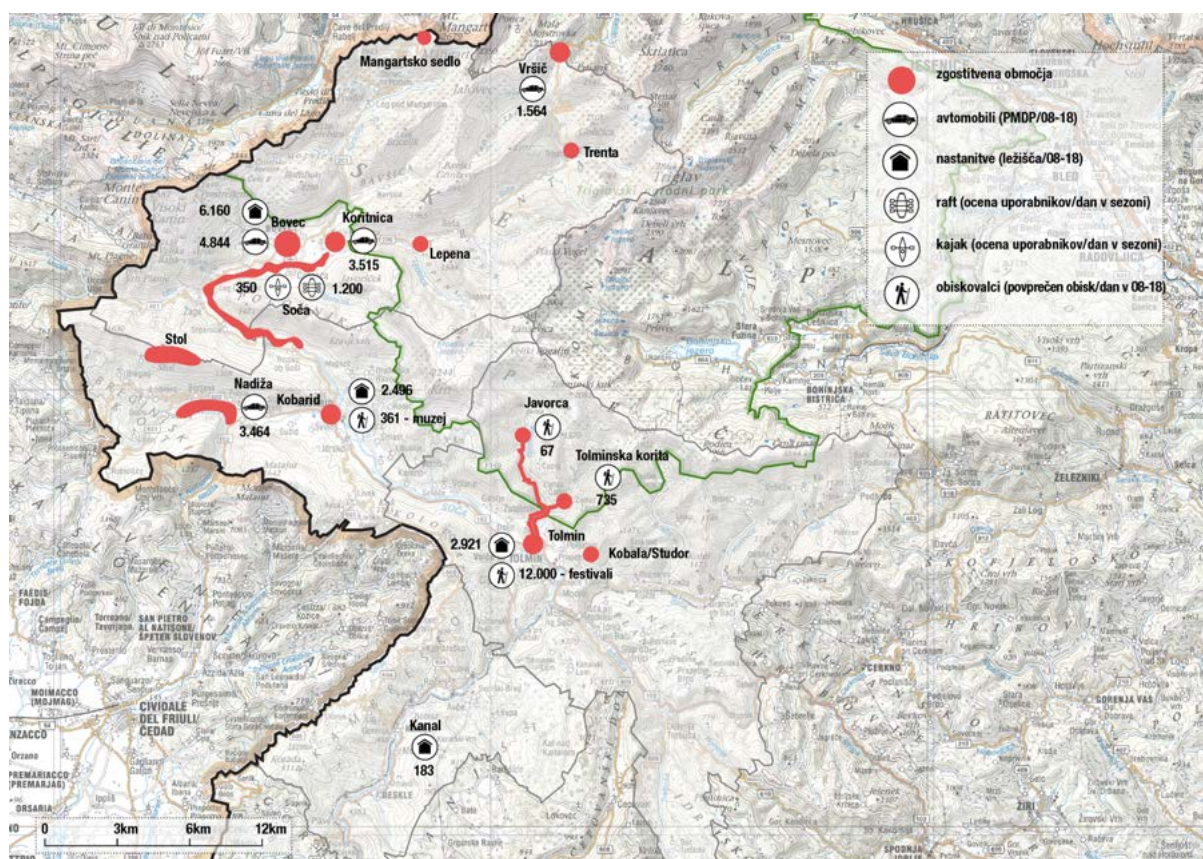
Nekatere akcije se med področji prepletajo, zato so pri posameznih ukrepih navedene zgolj povezave.

4.1. Strateško področje 1: Turistična infrastruktura in režimi

Izhodišča

Raznovrstna, kakovostna, varna in profesionalno upravljana turistična infrastruktura, od zasebnih namestitev do različnih javnih tematskih poti, vstopno-izstopnih mest na reki Soči, žičnic, parkirišč, sprejemnih centrov za obiskovalce, javnih sanitarij do prevozov, predstavlja temelj vsake turistične destinacije. Ponudniki so v anketi ocenili današnjo kakovost drobne infrastrukture v Dolini Soče kot slabo (ocena 2,5 za Tolmin, 2,7 Kobarid, 2,7 Kanal ob Soči¹⁹).

Pretekla rast števila obiskovalcev Doline Soče in njihova visoka zgoščenost v poletni sezoni sta dosegli meje, ki jih obstoječa turistična infrastruktura, dosedanje upravljavske rešitve ter sam prostor s težavo prenesejo in obvladujejo. Ocenjujemo, da se v poletni konici v Dolini Soče, ob 18.300 prebivalcih, dnevno zadržuje med 25.000 in 30.000 turistov in obiskovalcev. Med njimi je 11.000 stacionarnih gostov. Njihovi motivi prihoda so različni. Vse pogosteje si nasprotujeta želja po adrenalinu in mirno doživljanje narave in kulturne dediščine.



Karta 2 Zgoščitvena območja destinacije Dolina Soče

¹⁹ Anketno med ponudniki za potrebe priprave strategije v občini Tolmin in občini Kobarid, januar 2019, n=41 Kobarid, n=69 Tolmin. Anketno v občini Kanal ob Soči, december 2019, n=74.

Največjo zgostitev beleži reka Soča (še zlasti na odseku med Srpenico 1-Trnovo 1), na kateri se dnevno v povprečju srečuje prek 1.200²⁰ udeležencev rafta, vsaj 350²¹ kajakašev ter številni ribiči in kopalci. Težave pri usklajevanju pričakovanj med različnimi ciljnimi skupinami ter upravljanju prometa in obiska se pojavljajo tudi na 'vročih točkah' za gorsko kolesarjenje, kanjoning in jadrarno padalstvo ter na najbolj obiskanih naravnih in kulturnih znamenitostih (pr. Stol, Matajur, Kobala-Stador, Javorca-Polog, slap Kozjak, korita Tolminke, Kolovrat, Lepena in kopališče Velika korita, Mala korita, zaselek Dimnik v Trenti, Na Logu v Trenti in Zajenca kot izhodišče za osrednje Julijce s Triglavom, Mangart, Vršič ...). Korita Tolminke so v letu 2018 beležila 72.861 obiskovalcev, Kobariški muzej 65.502, Info center TNP v Trenti 26.114, Poti miru 33.100²² in Kanin 60.957. Pohodniki po poti Alpe-Adria so v letu 2018 v dolini ustvarili več kot 11.000 nočitev²³, gorski kolesarji okrog 40.000²⁴. Največji festivali v Tolminu (Metaldays) na dnevni ravni pritegnejo več kot 10.000 obiskovalcev. Na povečan obisk so se občine in destinacijska organizacija doslej odzivala s posameznimi ukrepi in ad hoc akcijami, ki pogosto znotraj destinacije medsebojno niso bile dobro usklajene oziroma zanje še ni dolgoročnejshe rešitve ali trajnega poslovnega modela.

Turistični marketing destinacije in uspešno repositioniranje Slovenije na svetovnih turističnih trgih sta prehitela razvoj turistične infrastrukture, zmogljivosti posameznih služb in prilagajanje obstoječih upravljaljskih režimov novim trendom. Za doseganje trajnostne vizije destinacije zato celostno urejanje turistične infrastrukture, usmerjanje obiska in nadgradnjo upravljaljskih režimov destinacijski partnerji postavljajo v prioriteto strategije.

5 ključnih izzivov

- ▶ Upravljanje turističnih tokov v visoki sezoni
- ▶ Uravnavanje konfliktov med športno-rekreacijskimi dejavnostmi na reki Soči, v nekaterih stranskih dolinah in na posameznih točkah interesa Doline Soče
- ▶ Kakovostni zaostanek turistične infrastrukture in povezanih storitev za konkurenco, trženjsko obljubo, potrebami in pričakovanji gostov
- ▶ Celostno prometno in prostorsko načrtovanje ter skrb za okolje
- ▶ Kakovost in struktura podjetniške ponudbe (namestitve, gostinstvo, prevozi ...)

Cilj

- ▶ Kontinuirano kakovostno nadgrajevanje turistične infrastrukture in režimov ter celostno trajnostno urejanje prostora v celotni destinaciji Doline Soče

Kazalnik	Vir	2018	2022	2025+
Število urejenih območij umirjanja prometa s P+R conami in navezavo na javni prevoz	TDS, OB, OK, OT, OKS	1	3	6

²⁰ Predpostavka: 70 raftov x 3/dan x 6 oseb/raft.

²¹ Predpostavka na podlagi prodanih kart: 25.742 dnevnih (1 spust/dan), 3.504 tedenskih (1 spust/dan) in 530 letnih (30 spustov/leto), in skupaj 66.170 spustov na 6-mesečno sezono.

²² Fundacija Poti miru.

²³ TDS ocenjuje, da je 50 % od 22.507 rezerviranih nočitev prek centralnega booking sistema AAT ustvarjenih v Dolini Soče.

²⁴ Ocena organizatorjev kolesarskih tur.

Kazalnik	Vir	2018	2022	2025+
Obseg naložb v javno turistično infrastrukturo ²⁵ v EUR, kumulativna ocena v mio EUR (2020-2025)	Proračuni občin in RS	2,8 mio	20 mio	60 mio ²⁶
Vzpostavljeni enotni sistemi in režimi za vodne športe, kolesarjenje, padalstvo in 'shuttle' prevoze	TDS	1	2	4

Vizija

Kontinuirano vlaganje v turistično infrastrukturo, spremljanje in usmerjanje obiska na kritičnih točkah ter fleksibilno prilagajanje režimov bodo postali stalna, sistematična in prednostna naloga destinacije, pri kateri bodo usklajeno delovale občine, Turizem Dolina Soče, Komunala Tolmin, Podjetniško razvojni center Tolmin, JZ TNP, koncesionarji in drugi deležniki. Infrastruktura in režimi predstavljajo ključno orodje za usmerjanje in prerazporejanje obiskovalcev med območji dogajanja in zelenimi umirjenimi območji ter doseganje sezonalizacijskih, kakovostnih in zelenih ciljev destinacije.

Z več kot 60 mio EUR lokalnih, državnih oz. EU javnih sredstev bomo izboljšali turistično infrastrukturo, ki podpira nosilne turistične produkte (vodni športi, pohodništvo, kolesarjenje, jadrno padalstvo) in ključne točke ogleda (atrakcije), ter vzpostavili upravljavske režime, ki bodo obiskovalcem zagotavljali čim boljše izkušnje ter kar najmanj obremenjevali naravo.

S preišljenim trasiranjem daljinskih pohodniških in kolesarskih poti ter vključevanjem obstoječe in slabše izkoriščene infrastrukture (pr. mulatiere, opuščeni objekti) bomo pripomogli k prerazporejanju obiska, oblikovanju pristnih doživetij in trajnostnemu razvoju robnih območij.

Destinacija bo razvila sistem trajnostne mobilnosti obiskovalcev, ki bo omogočil prihode in odhode v in iz destinacije z javnim prevozom ter enostavno premikanje gostov po Dolini Soče brez osebnega avtomobila, torej z javnim prevozom, peš, s kolesi ali električnimi vozili. Mobilnostni sistem Doline Soče bo sledil konceptu trajnostne mobilnosti v Julijskih Alpah. Na ta način bomo postopno uresničevali cilj zelene in nizkoogljične destinacije.

S pomočjo usposabljanj in lokalnih mikro spodbud bodo turistični ponudniki specializirali in dvignili kakovost namestitvev in gostinstva ter širili ponudbo v segmentu družinskih hotelov/penzionov, turističnih kmetij, avtentične in sodobne kulinarike ter dodatnih inovativnih storitev. Pri slednjih bomo prednostno spodbujali naložbe v pokrite objekte, kot so indoor plezalni centri, prezentacijsko-degustacijski prostori, objekti za obiskovalce, sprejemno-tehnični objekti ...

V sodelovanju z JZ TNP, STO, SPIRIT in ministrstvi bomo aktivno pristopili k pridobivanju zasebnih partnerjev in dodatnih virov za naložbe v žičnice Kanin, daljinske kolesarske poti, hotelsko-bazenski kompleks, objekte kulturne dediščine in pokrite športne objekte, ki bodo izboljšali konkurenčnost destinacije izven visoke sezone.

Vsa javna in zasebna vlaganja ter ukrepi bodo usmerjeni k ohranjanju naravnih virov, mimih con, biodiverzitete, kulturne krajine in identitete ter kakovosti življenja prebivalcev Doline Soče. Na

²⁵ Turistična infrastruktura so skupni objekti in naprave, ki na turističnem območju omogočajo turistične dejavnosti (bazeni, žičniške naprave in smučišča, muzeji, kulturni spomeniki, kolesarske in peš poti, sprejemni centri ...).

²⁶ Večji del predstavljajo ocenjena vlaganja v infrastrukturo Kanina (ocena 30 mio EUR) in v kolesarsko infrastrukturo (17 mio EUR).

območjih, ki se nahajajo v Triglavskem narodnem parku, so ukrepi načrtovani skladno z usmeritvami Načrta upravljanja Triglavskega narodnega parka 2016 – 2025.

Rezultati *(ključne pričakovane spremembe)*

- ▶ Višja kakovost storitev in doživljajska izkušnja vseh vodnih športov, predvsem raftinga, kajakaštva in ribištva
 - Monitoring rabe reke Soče
 - Certificirani vodniki po Soči in dvig kakovosti servisno-sprejemnih centrov
 - Nadgrajena vstopno-izstopna mesta
 - Kajak shuttle prevoz s parkirnimi režimi za kajakaše
- ▶ Urejena kolesarska mreža destinacije
 - 50 km glavne dolinske kolesarske poti Bovec-Most na Soči-Kanal s krakom do Robiča in Idrije
 - 5 območij za gorsko kolesarjenje z enoslednicami (Kanin, Stol/Matajur, Široko/Most na Soči, Robidišče, območje občine Kanal ob Soči – Avče, park Pečno, Banjšice/Kanalski vrh)
 - Urejen del transverzalne slovenske turno-kolesarske poti na območju Doline Soče
 - Transverzalne in trekking kolesarske poti, podprte z GPS, v dolžini 300 km
 - Kolesarski družinski krog Bovec, Kobarid in Tolmin
- ▶ 3 prepoznavne, urejene in vzdrževane daljinske pešpoti: Alpe-Adria, Poti miru, Juliana
- ▶ 300 km vzdrževanih, označenih in z GPS podprtih pohodniških poti
- ▶ Enotno urejena vzletno-pristajalna mesta in izboljšana logistika za jadralne padalce
- ▶ Nadgrajenih najmanj 10 javnih naravnih in kulturnih znamenitosti - točk interesa v Dolini Soče, prednostno slap Kozjak, Trdnjava Kluže s Hermanom, izvir Soče, slap Boka, Javorca-Polog z bunkerji, center za obiskovalce Poti miru in Kobariškega muzeja, park Pečno, območje muzeja na prostem Kolovrat, Mosta na Soči in Kanala
- ▶ Nova lokacija TIC Tolmin in vzpostavljen TIC Most na Soči
- ▶ Uvedeno sistematično spremljanje in usmerjanje obiska in prometa na občutljivih zgoščenih območjih, najmanj reka Soča, Nadiža, Vršič, Lepena, Mangart, korita Tolminke, slap Kozjak, Javorca-Polog, Stol in Kobala-Stador
- ▶ Vzpostavljeni enotni mehanizmi in režimi usmerjanja obiska, prometa in izvajanja dejavnosti med občinami v Dolini Soče: usklajeni umiki, cene prevozov, pristojbine, centralna parkirišča P+R z navezavami na javni prevoz, enotne parkirne cone, ... podprti z enotno integralno kartico gosta Julijske Alpe: Dolina Soče
- ▶ Najmanj 45 mikro naložb malih podjetij, sobodajalcev ali kmetij in ponudnikov turističnih storitev, podprtih s svetovanjem, dokumentacijo oz. mikro finančno spodbudo za kakovostno nadgradnjo skladno z usmeritvami te strategije
- ▶ Pridobljeni investitorji v polovico strateških javno-zasebnih projektov, prednostno v gorski center Kanin in vsaj en hotel z wellness centrom
- ▶ Dogovorjena in v izvedbi skupna medobčinska politika celostnega urejanja odprtega javnega prostora in trajnostnega prostorsko-okoljskega upravljanja Doline Soče

Ukrepi *(Za podroben opis ukrepov in akcij glej Tabelo 3)*

- ▷ Nadgradnja in učinkovito upravljanje infrastrukture za produkte v naravi: kolesarjenje, pohodništvo, jadrno padalstvo, vodni športi (ukrepi 1-4)
- ▷ Urejanje infrastrukture za obiskovalce na točkah interesa (Ukrep 5)
- ▷ Pridobivanje investitorjev v strateške javno-zasebne naložbe v turizmu (Ukrep 6)
- ▷ Spodbujanje mikro podjetniških naložb v dvig kakovosti, okoljske izboljšave in sezonalizacijo turizma DS (Ukrep 7)
- ▷ Sistem trajnostne mobilnosti za obiskovalce Doline Soče znotraj koncepta Julijskih Alp (Ukrep 8)
- ▷ Celostne prostorske in okoljske ureditve v podporo zeleni destinaciji (Ukrep 9)

! Ključne investicijske priložnosti Doline Soče za zeleno pot navzgor

Za prehod Doline Soče v celoletno destinacijo je v skladu z vizijo in cilji te strategije izrednega pomena pridobitev strateških investitorjev v podjetniške naložbe in zunanjih javnih finančnih virov za ključne javne naložbe. Med ključnimi investicijskimi potrebami Doline Soče izpostavljam 9 projektov.

- ▷ **KANIN Gora celoletnih outdoor doživetij** (Občina Bovec): Študija izvedljivosti Bovec 2022²⁷ – razvoj Kanina kot čezmejnega visokogorskega centra predvideva investicijo v novo krožno kabinsko žičnico, sodobne zgradbe na spodnji in zgornji postaji, ureditev prog in sistema zasneževanja, razvoj poletnega baznega tabora in ureditev parkirišč z dostopno cesto v skupni vrednosti 52 mio EUR. Naložba je ključna za zagotavljanje celoletne konkurenčnosti turističnega gospodarstva celotne destinacije.
- ▷ **WELLNESS HOTEL S KONFERENČNIMI ZMOGLJIVOSTMI** (več možnih lokacij: Žabče - Tolmin, Bovec): Dolina Soče se sooča s pomanjkanjem kakovostnih celoletnih hotelskih namestitev. Še posebej je občutiti odsotnost hotela z 'alpsko-mediteranskim konceptom' ter prostori za spremljajoče wellness in konferenčne programe. Slednjih v destinaciji ni, čeprav obstaja povpraševanje po MICE produktih, hkrati pa ima destinacija izkušnje s poslovnimi team building programi. Občini Tolmin in Bovec imata za tovrstno naložbo na voljo zemljišča z ustrežno prostorsko namembnostjo. Investicijski vložek ni ocenjen in je odvisen od zasnove investitorja.
- ▷ **STARO JEDRO Breginj** (Občina Kobarid): Kulturni spomenik lokalnega pomena predstavlja niz hiš breginjskega tipa iz 18. in 19. stoletja. Gre za izjemen ambient vaškega središča, ki je bil po potresu leta 1976 v večji meri obnovljen in ohranjen. Del hiš je preurejen v galerijo in lokalni muzej, večji del kompleksa pa je povsem neizkoriščen. Celoten kompleks na površini 41.169 m² je v lasti Občine Kobarid, ki išče dolgoročnega strateškega partnerja za vlaganja v turistične, gastronomske, kulturno-umetniške ali podobne vsebine. Dvorišče kompleksa naj ohranja značaj stičišča vasi in javnega prostora za izbrane dogodke. Investicijski vložek ni ocenjen in je odvisen od koncepta prenove.
- ▷ **INDOOR plezalni center Kobarid** (Občina Kobarid): Dolina Soče je destinacija z vrhunsko outdoor ponudbo za vsestransko aktivne goste, ki pa v primeru slabega vremena nimajo alternativnih programov. Nedokončan prizidek k športni dvorani v izmeri 324 m² je v lasti Občine Kobarid in predstavlja priložnost za investitorja v pokrit športno-plezalni center. Večnamenski prostor omogoča tudi izvedbo specialističnih izobraževanj za gorske reševalce, alpiniste in jamarje ter izvedbo tekem v športnem plezanju. Dokončanje naložbe je ocenjeno na 250.000 EUR.

²⁷ BOVEC 2022, Projekt KANIN, Študija izvedljivosti projekta, STEM International, januar 2019.

- ▷ **CENTER ZA OBISKOVALCE POTI MIRU IN KOBARIŠKEGA MUZEJA v Kobaridu** (Občina Kobarid): Obstoječa objekta Fundacije Poti miru in Kobariškega muzeja sta spomenika lokalnega pomena v zgodovinskem jedru Kobarida. Obe instituciji načrtujeta nadaljnji razvoj, ki bo usmerjen v bolj sodobno interaktivno in multimedijsko predstavitev dediščine soške fronte in Poti miru ter razvoj spremljajočih turističnih storitev za obiskovalce. V ta namen sta predvideni prostorska širitev ter fizična povezava muzeja in informacijske točke Poti miru. S tem bo destinacija lahko še bolje izpostavila celostno ponudbo Doline Soče, vezano na dediščino prve svetovne vojne, Kobarid pa pridobil celosten zgodovinsko-turistični kompleks, ki bo pritegnil obiskovalce tudi izven sezone in v slabem vremenu. Investicijski vložek je ocenjen na 400.000 EUR. Na naložbo se navezuje tudi sklop obnov in prezentacij objektov po trasi Poti miru.
- ▷ **SOTOČJE v TOLMINU** (Občina Tolmin): Lokacija predstavlja izjemen naravni in simbolni ambient na sotočju reke Soče in Tolminke, ki ga je potrebno celostno urediti. V poletnih mesecih je Sotočje tudi festivalsko prizorišče. Lastništvo zemljišč je mešano (javno, agrarna skupnost, zasebno, v stečajju), na širšem območju je nekaj neizkoriščenih objektov. Za celostno urejanje območja je v prostorskih aktih občine predvidena izdelava občinskega podrobnega prostorskega načrta (OPPN), v katerem bi občina, zasebni lastniki, potencialni investitorji in organizatorji festivalov dogovorili načrt in faze urejanja javnih rekreacijsko-prireditvenih površin s spremljajočimi objekti, komunalno infrastrukturo in obrečnimi zelenimi površinami ter zasebnih turistično-gostinskih objektov. Za vse bodo potrebna večja investicijska vlaganja javnega in zasebnega kapitala. Investicijski vložek še ni ocenjen in je odvisen od interesa lastnikov zemljišč, investitorjev in dogovorjene zasnove.
- ▷ **DOLINA POLOG S CERKVIJO SV. DUHA NA JAVORCI** (Občina Tolmin): je zaradi svojih izjemnih naravnih, kulturnih in krajinskih vrednot edinstven prostor, ki ga je potrebno celostno in premišljeno upravljati, varovati, predstavljati in urejati. Predvidena je vzpostavitev režima upravljanja obiska, prometa in dejavnosti v dolini, dokončanje obnove cerkve sv. Duha vključno z dostopom, ureditev interpretacije in dostopa do bunkerjev ter predstavitev drugih spomenikov naravne in kulturne dediščine. V sodelovanju z lastniki oz. upravljavci planin in posameznih objektov dediščine ter agencijami je smiselno razviti doživljajske programe.
- ▷ **Železniška postaja MOST NA SOČI kot multimodalno vozlišče** (Občina Tolmin): S spreminjanjem potovalnih navad in krepitvijo ponudbe javnega prevoza na območju Julijskih Alp narašča pomen bohinjske železnice, s tem pa je pričakovati tudi rast uporabnikov. Železniška postaja Most na Soči s svojim širšim (deloma degradiranim) območjem predstavlja pomembno vstopno mesto v Dolino Soče in vozliščno točko za popotnike, pohodnike, kolesarje in touring turiste. V tem pogledu sta nujni posodobitev in nadgradnja postaje v mobilnostno vozlišče s podaljšanjem izvoznega tira za avtovlak, informacijskim sistemom za potnike, ureditvijo garderob in sanitarij ter parkirišč za avtodome, avtobuse in osebna vozila. Lokacija skupaj z Mostom na Soči predstavlja podjetniško priložnost za razvoj gostinsko-turistične, kolesarske in spremljajoče mobilnostno-servisne ponudbe. Lokacije je idealno izhodišče za kolesarjenje. Razvoj lokacije terja tako javna (državna, lokalna) kot tudi zasebna vlaganja.
- ▷ **Vzpostavitev muzejske in turistične dejavnosti s področja energetike in železnic v DOBLARJU** (Občina Kanal ob Soči). Območje hidroelektrane v ponuja možnost vzpostavitve muzeja, ki temelji na tehnični dediščini, s pomočjo najmodernejših digitalnih tehnologij pa lahko služi kot edinstvena edukativna muzejska pot in hiša eksperimentov. Na območju športnega parka Doblar se načrtuje ureditev modernega postajališča z infrastrukturo za avtodome, e-vozila in ostala prevozna sredstva. Z izbranimi vsebinami lahko Doblar postane nova turistična mikro destinacija, skladna z namerami destinacije Dolina Soče, ki stremijo h kakovostni in letoletni turistični ponudbi ob spoštovanju sonaravnega razvoja. Razvoj lokacije Doblar terja tako javna (državna, lokalna) kot tudi zasebna vlaganja.

Dodatne usmeritve (načela, pristopi, pojasnila usmeritev strateškega področja)

Splošne usmeritve

- ▶ Infrastrukturne in upravljavske rešitve naj bodo načrtovane na način, da bodo služile pričakovanjem različnih ciljnih skupin obiskovalcev ter tudi domačinov.
- ▶ Infrastruktura, režimi in turistični posegi v prostor naj bodo skladni s trajnostno usmeritvijo destinacije. Upravljanje obiska, dejavnosti in prometnih tokov ter širjenje namestitvenih zmogljivosti naj temelji na socialni, ekološki in ekonomski zmogljivosti Doline Soče.
- ▶ Režimi in vlaganja v turistično infrastrukturo morajo biti skladni z identiteto doline in se sproti prilagajati spreminjajočim se trendom posamezne dejavnosti (pr. električna kolesa, elektro mobilnost, lažja jadralna padala – peš vzponi jadralskih padalcev ...).
- ▶ Nujen je celosten pristop k dolgoročnemu urejanju javnega odprtega prostora in turistične infrastrukture na območju celotne Doline Soče, ki naj sledi skupnim trajnostnim smernicam, izhodiščem za oblikovanje in celostni podobi destinacije. Za pridobitev arhitekturnih rešitev urejanja posameznega javnega objekta ali sklopa turistične infrastrukture priporočamo uporabo inštrumenta javnega arhitekturnega natečaja, ki zagotavlja pričakovano visoko raven rešitev.
- ▶ Vlaganja v namestitvene zmogljivosti naj se prednostno usmerjajo v hotele, penzione in turistične kmetije, ki obratujejo celo leto in so na kakovostni ravni najmanj treh ali več zvezdic oz. jabolk.
- ▶ Destinacija spremlja in pospešuje izvedbo drugih infrastrukturnih projektov, ki so pomembni za konkurenčnost destinacije: dokončanje državne ceste - Keltike (tretja razvojna os), celoletna prevoznost Vršiča, dokončanje prenove regionalne ceste Kobarid-Bovec-Predel, železniška povezava med Novo Gorico in Gorico ter načrtovanje predora pod Vršičem ali/in Predelom.

Nadgradnja in poenotenje režimov za izvajanje športov v naravi in upravljanje prometa med občinami v Dolini Soče

- ▶ Destinacija teži k poenotenju vseh režimov, ki urejajo izvajanje športnih dejavnosti v naravi in gibanje gosta v destinaciji, kakor tudi poenotenju ureditev javnega prostora med občinami v Dolini Soče. Enotni sistemi poenostavijo bivanje in mobilnost turistov, povečajo uporabnost storitev, olajšajo komuniciranje in krepijo prepoznavnost doline.
 - Soča s pritoki je pomembna naravna vrednota destinacije. Le z urejeno in nadzorovano rabo lahko zagotavljamo kakovostno izkušnjo raftarjem, kajakašem, ribičem in kopalcem ob sočasnem varovanju narave.
 - Za kolesarjenje, jadrano padalstvo in pohodništvo se vzpostavijo enotni režimi rabe in enotne pristojbine oz. nadomestila, določijo skrbniki in zagotovi vzdrževanje. Spremlja se učinke električnih koles in po potrebi zanje uvede posebne režime.
 - Teži se k omejevanju prometa v občutljivem naravnem okolju in umirjanju / umikanju prometa iz zgodovinskih jeder destinacijskih središč (Tolmin, Kobarid, Bovec, Most na Soči, Kanal). Kjer je smiselno, se dostop v takšna območja postopoma nadomešča z javnim prevozom.

- V sodelovanju vseh javnih in zasebnih ponudnikov se gradi enoten in učinkovit sistem trajnostne mobilnosti, ki gostu omogoča enostaven prihod v destinacijo iz različnih smeri in gibanje po Dolini Soče brez avtomobila.
- Poslovni model: Zbrana sredstva od pristojbin za posamezno dejavnost se vračajo v to dejavnost skozi vzdrževanje in urejanje infrastrukture ter vlaganja v sisteme nadzora, informiranja, upravljanja in kvalitete storitev (pr. vodni športi, jadralno padalstvo, gorsko kolesarjenje).

Usmeritve za spreminjanje namembnosti "ne-turističnih" objektov za namene turizma

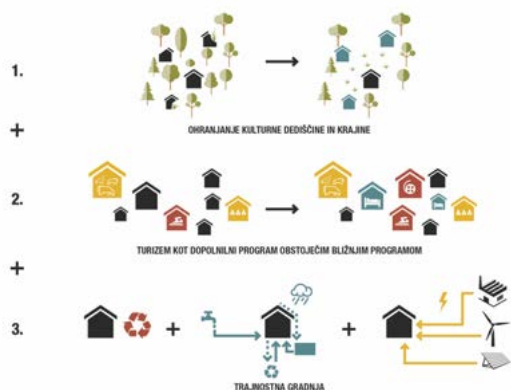
- Vzpostavljanje primernega ravnotežja med gospodarskim razvojem oz. zaposlitvenimi priložnostmi v turizmu, zagotavljanjem poseljenosti ter trajnostno rabo prostora in naravnih virov je občutljivo in dolgoročno kritično vprašanje celotne Doline Soče. Skladno z vizijo te strategije v nadaljevanju opredeljujemo okvirne usmeritve, ki jih je potrebno prostorsko in pravno konkretizirati skozi spremembe občinskih prostorskih načrtov. Priporočila temeljijo na konceptu zgoščevanja naselij, zato ločimo usmeritve za i) naselja z zgoščeno poselitvijo in ii) območja razpršene poselitve.
- **Usmeritve za naselja z zgoščeno poselitvijo in obstoječo zadostno komunalno infrastrukturo:**
 - Spremembe namembnosti opuščenih kmetijskih in drugih ne-turističnih objektov za nove turistične in s turizmom povezane dejavnosti so sprejemljive;
 - v teh območjih se zagotavlja tudi ustrezne prostorske lokacije za širitev obstoječih turističnih dejavnosti, prednostno za objekte, za katere je prepoznan primanjkljaj: hotele in penzione, turistične kmetije, gostinske dejavnosti in predhodno opisane pokrite objekte spremljajočih in podpornih dejavnosti.
- **Usmeritve za območja razpršene poselitve in odprtega prostora:** Spremembe namembnosti v turistično ali povezano dejavnost (pr. apartma, gostinska dejavnost, agencijska ponudba, muzej ...) se priporočajo tam, kjer so izpolnjeni vsi od naslednjih treh kriterijev:
 - ohranjanje kulturne dediščine (če je objekt prepoznan kot del kulturne dediščine in s tem pomemben za aktivno ohranjanje; sprememba se omogoči pod pogoji, ki jih določa pristojni Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije);
 - obstoječi bližnji program (v bližini obstaja program, kot je npr. aktivna kmetija, kamp, aktivna planina ipd., na katerega se lahko turistična dejavnost navezuje tako vsebinsko kot infrastrukturno, ne glede na lastništvo);
 - ohranjanje kulturne krajine in trajnostna gradnja (zagotoviti se trajnostno ravnanje z viri (vodo, elektriko, gradbeni materiali), načela zdrave gradnje, upošteva omejitve obstoječe infrastrukture, trajnostno ravnanje z odpadki ...).

Usmeritve za arhitekturo in oblikovanje turističnih objektov

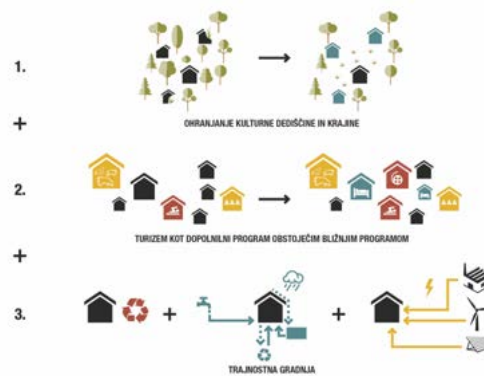
- Ključni del prostorskih rešitev v turizmu znotraj doline Soče je naslonitev na tradicionalno gradnjo tj. razumevanje in spoštovanje naravne in kulturne krajine. Umeščanje gabaritov v krajino in njihovo oblikovanje je namreč ključno za ohranjanje karakterja prostora (vemikularnost in anonimnost arhitekture). Ohranjanje lokalnih prostorskih in oblikovnih tradicij (od oblikovnih rešitev do izbire historično lokalno uporabljenih materialov) skozi

interpretacijo na sodoben način je izjemnega pomena za kakovostno prostorsko zasnovo in izvedbo. Kakovostna prostorska zasnova dviguje raven celotnega območja in gre z roko v roki z dvigovanjem kvalitete ponudbe destinacije Doline Soče.

- ▶ Pri izvedbah objektov in ostalih prostorskih rešitvah strategija stmi k trajnostnemu pristopu, kjer je izbira trajnostnih gradbenih materialov (40 - 90% ponovno uporabljenih materialov, uporaba materialov z negativnim CO₂ vplivom) in trajnostno ravnanje z drugimi viri (elektrika, voda, ...) jedro nizkoogljičnosti območja in s tem okolju prijaznejših posegov v prostor. Strategija predvideva zgoščevanje obstoječih naselji s ciljem bolj učinkovite uporabe prostora in boljše izkoristka obstoječe infrastrukture.
- ▶ Posebno pozornost je potrebno nameniti porajajočim novim oblikam nastanitvenih zmogljivosti, še zlasti mobilnih objektov kadar prostorsko in vizualno ne ustrezajo predhodno navedenim načelom trajnostne zasnove. Priporočamo, da prostorske službe občin v dialogu s TDS in na podlagi primerov dobrih praks, v prostorskih aktih omejijo rabo tovrstnih prostorskih rešitev in usmerijo investitorje v kakovostnejše in celoletne izvedbe nastanitvenih/turističnih objektov.
- ▶ V Dolini Soče je več primerov dobrih arhitekturnih praks, ki jim gre slediti oz. jih izpostaviti v lokalnem okolju. Med njimi so npr. Nebesa – turistične nastanitve na Livku nad Kobaridom, Hiša v Čezsoči - popotresna obnova, bivak na Kobariškem Sotlu, bivak na Prehodavcih, bivak na Kaninu, planina Laška Seč v dolini Polog, kapelica Bovec.²⁸

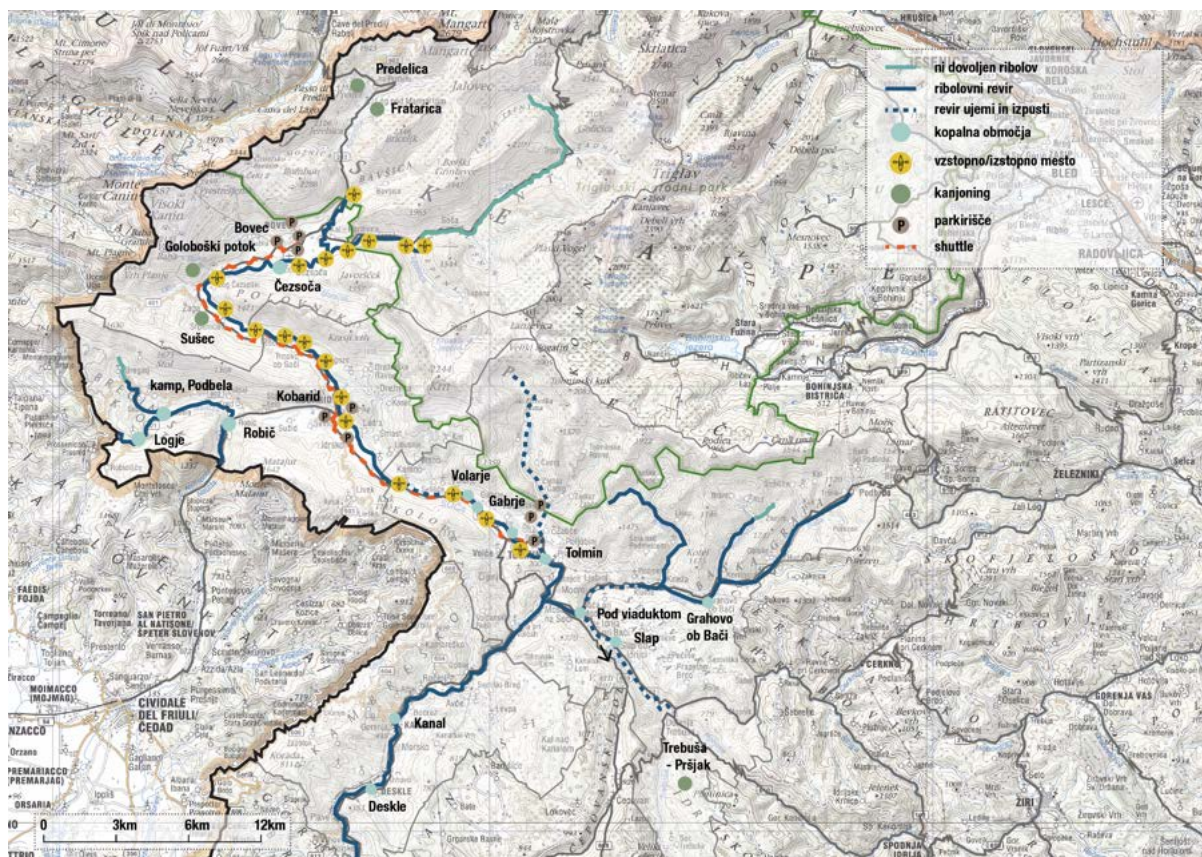


Slika 14 Koncept usmerjanja razvoja turizma na območjih razpršene poselitve

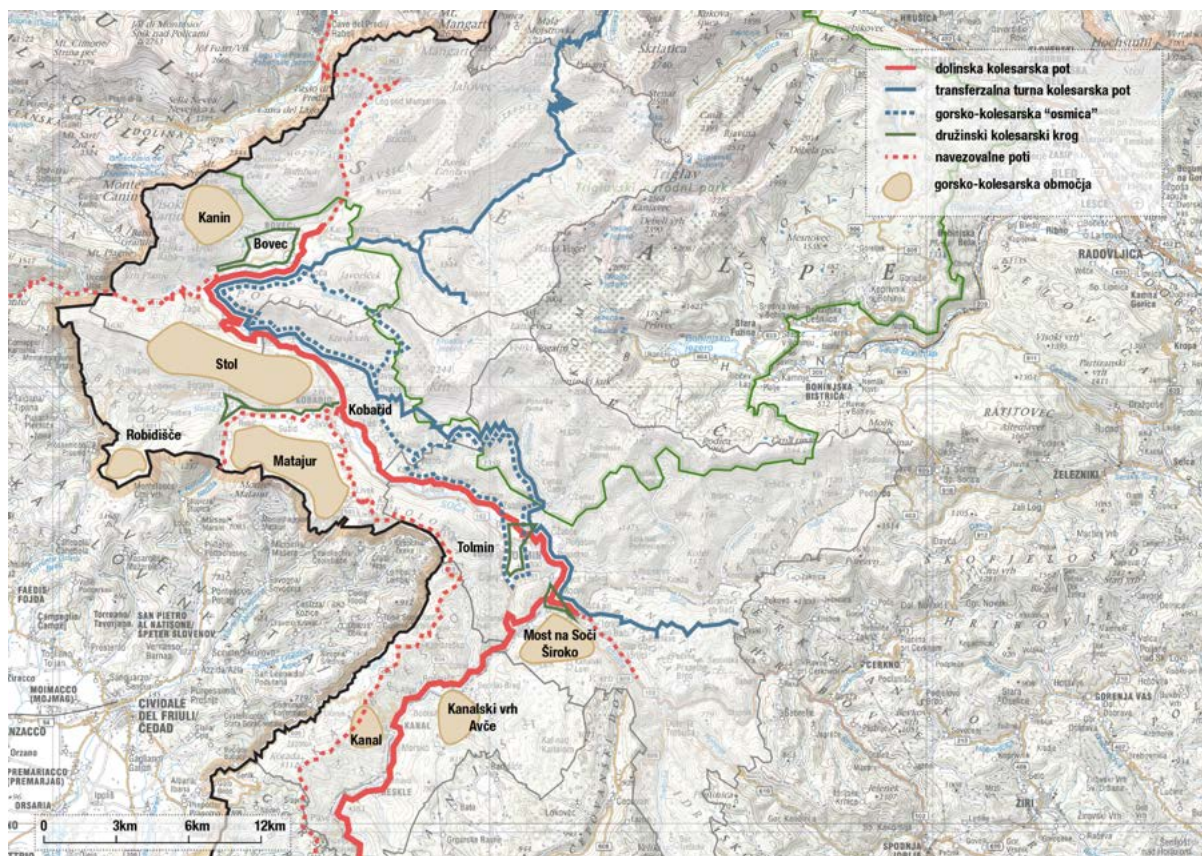


Slika 15 Koncept usmerjanja razvoja turizma na zgoščenih območjih

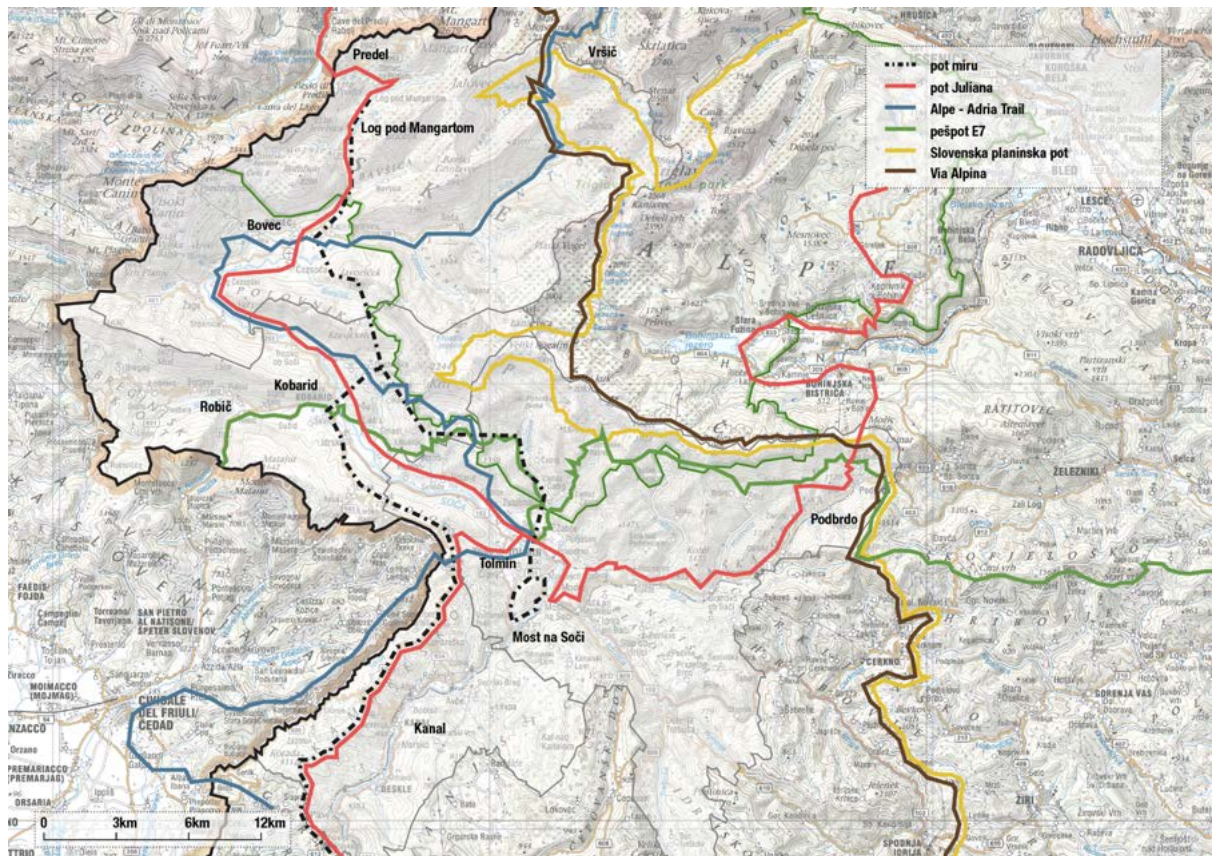
²⁸ Slovenska alpska arhitektura 2008-2018, Razstava, Galerija Dessa, Ljubljana, januar 2019



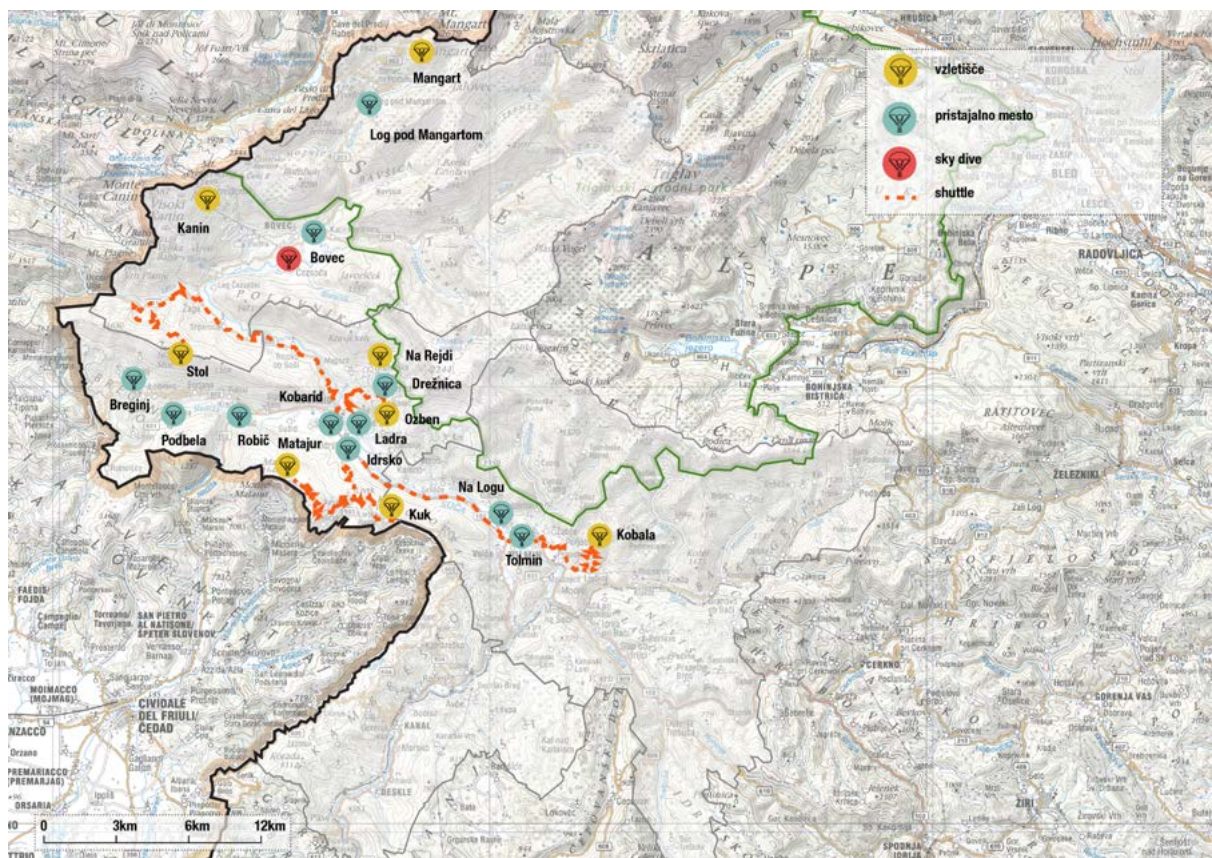
Karta 3 Območja izvajanja vodnih športov v Dolini Soče



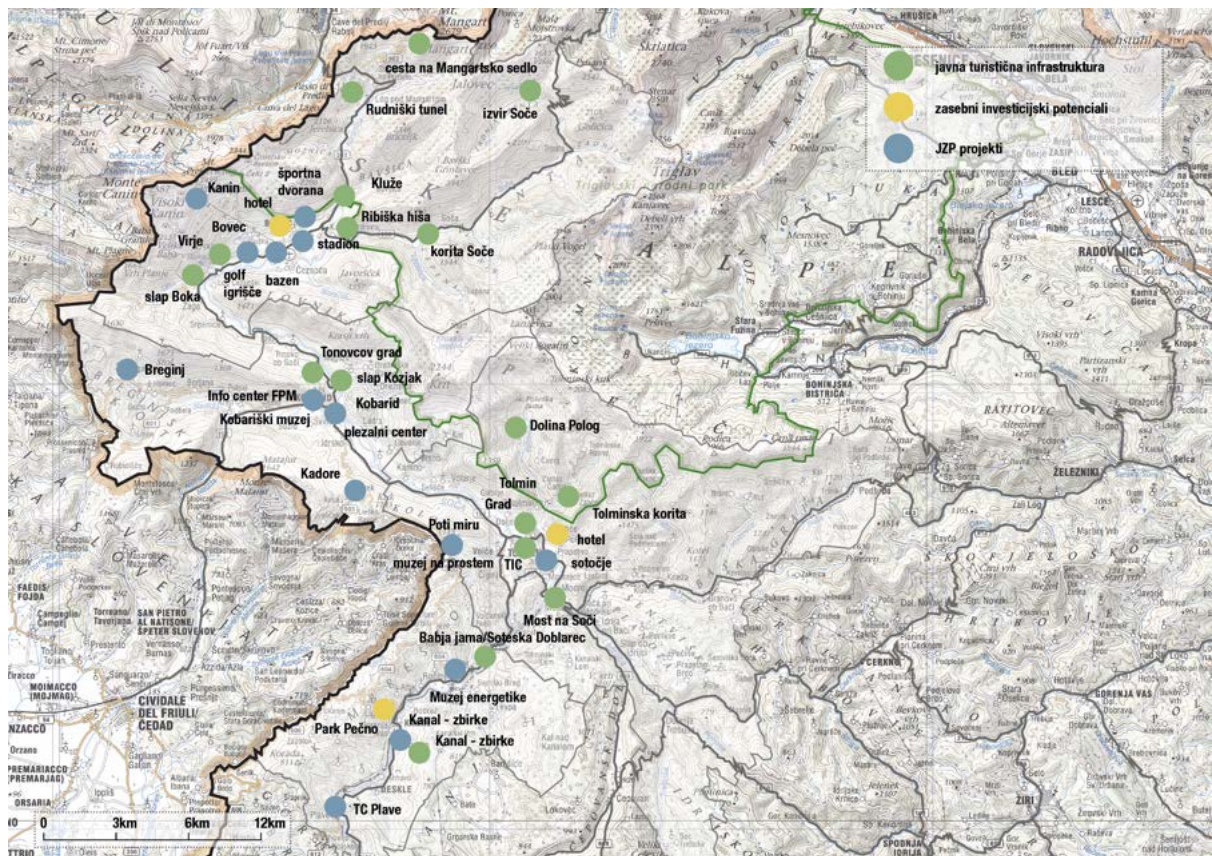
Karta 4 Območja in smeri razvoja kolesarske infrastrukture v Dolini Soče



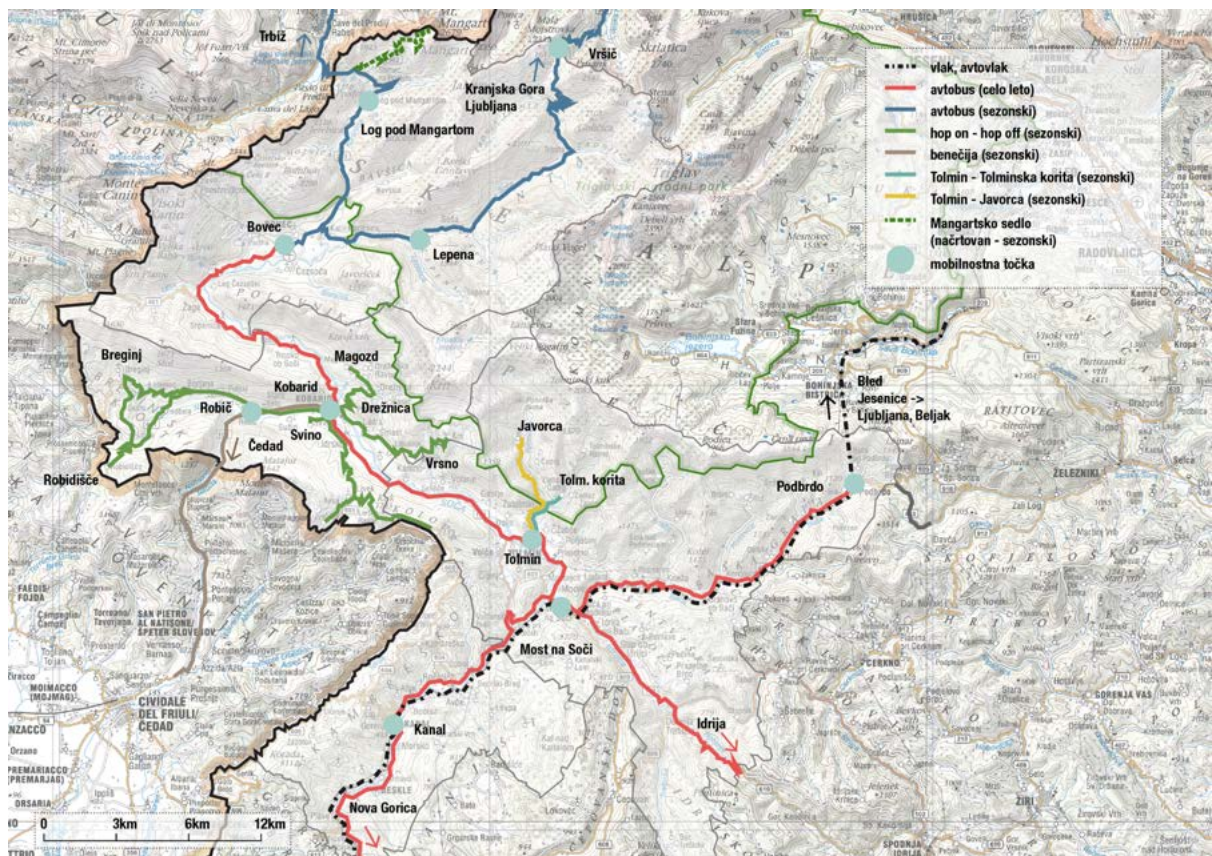
Karta 5 Območja in smeri daljinskih pešpoti



Karta 6 Območja in smeri razvoja turistične infrastrukture za produkt jadralno padalstvo



Karta 7 Načrtovana ključna vlaganja v javne, JZP in zasebne objekte in točke interesa v Dolini Soče



Karta 8 Izhodišni sistem trajnostne mobilnosti v podporo upravljanju turizma v Dolini Soče

Tabela 3 Akcijski načrt Turistična infrastruktura in režimi

Ukrep	Št.	Akcijska	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020 -21	2022 -23	2023 -25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
1 Urejanje infrastrukture in režimov za kolesarjenje	1.1	Državna dolinska kolesarska povezava (del G1) 1. Bovec-Most na Soči-Kanal 2. Kobarid-Robič 3. Most na Soči-Idrija	DRSI, občine	1	o					o	o			o	o	17.600.000	EU - OP EKP, RS, občine
	1.2	Gorsko-kolesarska območja (GK) z urejenim režimom, lastništvom, označbami, GPS podporo in vzdrževanjem izven planinskih poti. Cilj je vzpostaviti min 1 urejeno enoslednico v vsaki občini. Potencialne lokacije GK območij, kjer se prouči izvedljivost ukrepa, so: 1. Stol / Matajur 2. Kanin 3. Široko /Mosto na Soči 4. Robidišče (zasebna iniciativa) 5. OKS: Avče, park Pečno, Banjšice/Kanalski vrh Sočasno se: - Vzpostavi navezave GK na daljinske kolesarske poti, - sodeluje pri spremembi zakonodaje (kolesarjenje v tretjem varstvenem območju TNP, dvonamenska raba poti) in - zaradi pričakovanega porasta e-kolesarjev, večje frekvence na kolesarskih trasah in potencialnega povečanja števila nesreč izvaja monitoring na glavnih GK žilah (števcji), po potrebi namesti dodatna polnilna mesta (kjer ni turistične ponudbe), intenzivno komunicira tehnična in fizična zahtevnost tras ter po potrebi uvede posebne režime.	TDS - PS, občine, S.Kanin, JA	1		o	o	o	o	o	o		o	o	400.000	Občine, EU – Interreg, LAS	
	1.3	Transverzalne in druge kolesarske poti 1. Izdelava GPS podlag za kolesarske poti, ki so prikazane na kartah in pretežno potekajo po javnih poteh in gozdnih cestah; umestitev v Outdoor Active 2. Kolesarska pot Julijske Alpe kot del STKP z navezavami 3. Kolesarska pot »Osmica« pod Krnskimi pogorjem: ureditev, legalizacija 4. Družinski kolesarski krogi v turističnih središčih	TDS, občine, JA, SŽ	1	o					o	o	o	o	o	o	600.000	Občine, ZTNP-1, EU LAS, EU - OP EKP

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		<ul style="list-style-type: none"> a. Bovški družinski kolesarsko-sprehajalni krog b. Kobariški kolesarski krog c. Tolminski kolesarski krog d. Moščanski kolesarski krog e. Kanalski kolesarski krog (preveritev trase) 5. Bohinjski železniški predor – preveritev možnosti, da se usposobi za kolesarjenje 6. Vzpostavitev čezmejnih kolesarskih navezav															
	1.4	Kolesarski primestni parki v naravi za otroke, mladino in odrasle (pr. Kobarid - okolica vasi Mlinsko in Idrsko, Livek, Tolmin, Modrej)	Občine	3		o	o	o	o	o	o	o	o			45.000	Občine, EU LAS
	1.5	Strategija razvoja kolesarjenja in poenotenje režimov upravljanja GK v Julijskih Alpah	JA	1	o					o						5.000	TDS, občine
2 Nadgradnja infrastrukture in režimov za pohodništvo in plezanje	2.1	Mreža pohodniških poti 1. Izdelava GPS podlag in umestitev v Outdoor Active 2. Enotna označitev vseh poti, medsebojna povezljivost in, kjer smiselno, njihova tematska opredelitev 3. Vzdrževanje in upravljanje sistema pohodniških in tematskih poti znotraj destinacije	TDS	1	o					o			o	o	o	60.000	TDS, občine, EU LAS
	2.2	Daljinske pohodniške poti 1. Alpe-Adria-Trail: vzdrževanje, booking 2. Juliana: vzdrževanje, booking, zanka proti Goriškim Brdom in Breginjskem kotu (proučiti traso) 3. Poti miru: vzdrževanje, booking, ture 4. Čezmejna pot Posočje – Nadiža-Breginj - Benečija: preveritev interesa in trase, razvoj in vzpostavitev	TDS, JA, FPM	1	o					o		o	o	o	o	100.000	TDS, ZTNP-1, EU-LAS, Interreg, FPM
	2.3	Ferate: Kanin »dežela ferat«	S.Kanin	2		o							o	o		350.000	EU Interreg
3 Nadgradnja infrastrukture in režimov za jadralno padalstvo	3.1	Poenotenje ureditev in režimov vzletno-pristajalnih mest v DS 1. Določiti koordinatorskega produkta 2. Določiti skupen standard ureditve vzletišča, zasnova (javni arhitekturni natečaj) in izvedba ureditev glede na kategorijo 3. Nadgraditi informacijski sistem obveščanja 4. Razširiti organizirane prevoze na vzletna mesta (Karta 6)	TDS-PS, Društvo za prosto letenje Posočje in Adrenalin Kobarid	1	o					o	o		o	o	150.000	Pristojbine, občine, EU LAS	

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		5. Uskladiti režime in cene v TDS, kjer so še vrzeli 6. Kanalski vrh: vzletišče vključiti v sistem vzletišč															
	3.2	Ureditev ceste na Kobalo z režimom rabe: fazno	OT	1				o		o	o	o	o			1.000.000	OT, ZFO 23. čl.
	3.3	Ureditev ceste na Stol z režimom rabe: vzdrževalna dela ter <i>preveritev potreb in upravičenosti</i> eventualne rekonstrukcije	OK, OB	3		o	o					o	o			1.000.000	OK, OB, ZFO 23. čl.
4 Nadgradnja infrastrukture in režimov za dvig kakovosti storitev vodnih športov	4.1	Strokovne podlage za nadgradnjo režimov vodnih športov 1. Uvedba stalnega monitoringa na reki Soči na odsekih Zmukljica – Čezsoča, Boka – Srpenica 2, Srpenica 2 – Trnovo 1, Trnovo 1 – Otona, Napoleonov most – Kamno, Kamno – Volčanski most, prednostno podčrtano. Beležiti vodostaj in število plovil po tipu (raft, kajak, mini raft) ter preko intervjujev z vodiči in gosti tudi socialno obremenjenost. 2. Študija izvedljivosti oz. priprava strokovnih izhodišč za vzpostavitev krajinskega parka reke Soče	TDS, MU, OB, OK, OT, ARSO MOP, TDS	1	o					o	o			o		180.000 (20-40.000 EUR/leto)	Pristojbine, ZTNP-1, EU LAS, MOP, občine
	4.2	Urejanje vstopno-izstopnih mest na reki Soči in reki Koritnici (fazno) 1. Pridobitev zemljišč nad vstopno-izstopnimi mesti v javno last (predvsem Trnovo 1) 2. Nadgradnja vstopno-izstopnih mest z vidika izboljšanja kvalitete storitve. Standardna oprema glede na raven in večfunkcionalnost posameznega mesta: toaletni prostori, preoblačilnice, info tabla, klopi za počitek, stojala za kolesa, urejeni dostavni in parkirni prostori, ki se jih ne povečuje. Trenutno urejanje sledi konceptu arhitekta J. Rožiča in avtorske skupine, dolgoročno nujno razviti nove trajnejše rešitve. 3. Javni natečaj za novo celostno in trajnejšo rešitev urejanja vstopno-izstopnih mest (izbira trajnejših materialov in izvedb, enostavno in stroškovno vzdržno vzdrževanje) <i>!Povezava na Akcijo 9.2.</i> 4. Proučitev smiselnosti in možnosti sanacije vstopno-izstopne brežine pod kampom Koren in ureditve proge za kajakaše.	MU, občine Bovec, Kobarid in Tolmin KK Soške elektrarne	1 3	o o	o o	o o			o o	o o			o		570.000 (pavšalna ocena 30.000 x 19)	Pristojbine, ZTNP-1, EU – LAS, OP EKP, občine
	4.3	Organizirani prevozi in centralna parkirišča za kajakaše Kajakaši so danes eden od virov prometnih obremenitev na vstopno-izstopnih mestih, zato je smiselno:	MU, PRC, občine Bovec,	3		o	o				o				o		60.000 (10.000 EUR/leto)

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR		
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja	
		<ol style="list-style-type: none"> V viških sezona vpeljati kajak shuttle od glavnih parkirnih prostorov do vstopno-izstopnih mest. Vpeljati conacijo parkirnih mest in s tem spodbujati, da kajakaši uporabljajo glavna parkirna mesta, iz katerih se nudi shuttle službo. <i>! Povezava na Akcijo 8.8.5.</i> Umestiti v Celostno prometno strategijo JA. 	Kobarid in Tolmin														Interreg, OP EKP, občine	
	4.4	<p>Usmeritve za spremembo Odloka o določitvi plovbnega režima na reki Soči in reki Koritnici</p> <ol style="list-style-type: none"> Rafting je komercialna dejavnost in jo lahko opravljajo samo pravne in fizične osebe, ki izvajajo plovbo kot gospodarsko dejavnost in plačajo sezonsko pavšalno pristojbino. Cene pristojbin naj se postopoma zvišujejo in naj bodo enake za vse izvajalce rafting dejavnosti. Pri oblikovanju cene za kajakaše je smiselno upoštevati njihov vpliv na podaljševanje sezone. Ločevanje nadzorne in upravljalvske funkcije plovbnega režima na reki Soči. Z ribiči preveriti in uskladiti režim za podaljševanje kajakaške sezone. 	MU, občine Bovec, Kobarid in Tolmin	1	o	o	o	o		o			o	o	/	/		
	4.5	<p>Izobražen vodniški kader – vzpostavitev in uveljavitev certifikata kakovosti »Vodnik po Soči«</p> <ol style="list-style-type: none"> Razvoj standarda v shemi kakovosti DS Izvedba programa usposabljanja, ki bi vodičem dal širšo izobrazbo (varovanje okolja, lokalna zgodovina, Natura 2000 itn.) Dodeljevanje certifikata kakovosti Doline Soče podjetjem z dodatno izobraženimi vodniki po Soči in novo agencijsko ponudbo <i>! Povezava na Ponudbo Akcija 2.2.2.</i> 	TDS	2	o					o	o			o	o	10.000	Pristojbine, ZTNP-1, EU OP EKP, LAS, občine, ponudniki	
	4.6	<p>Spodbujanje športnih agencij za pridobitev licence za turistične agencije z namenom povezovanja ponudbe vodnih športov v širše pakete, širjenje ponudbe čez celo leto in razvoj doživetij na vodi</p> <ol style="list-style-type: none"> Informativne delavnice 	TDS	2	o					o	o			o		/	/	

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		2. Certifikat kakovosti Doline Soče pridobijo podjetja, ki imajo licenco turistične agencije															
	4.7	Postopno uveljaviti minimalne tehnične pogoje za opravljanje dejavnosti raftinga in drugih vodnih športov na reki Soči (pr. lastni toaletni prostori, tuši, parkirna mesta, tekoča voda za pranje neoprenskih oblek itn.) v zakonodaji in občinskih prostorskih aktih	Občine, MU, MGRT	2	o						o	o		o		/	/
	4.8	Usmeritve za dvig kakovosti izvedbe kanjoninga 1. Uvedba monitoringa na Sušču, Pršjaku, Fratarci in Kozjaku (op. na slednjem kanjoning ni dovoljen). Spremljanje števila gostov te dejavnosti je nujno zaradi varnosti in zmanjševanja konflikta med različnimi dejavnostmi v prostoru (pr. kanjoning – doživljanje naravne znamenitosti). 2. Ureditev vstopno-izstopnih mest z vidika izboljšanja storitve: toaletni prostori, preoblačilnice, urejeni parkirni prostori (se jih ne povečuje). <i>! Povezava na Akcijo 9.2.</i>	TDS, občine Bovec, Kobarid in Tolmin, TNP	2	o					o	o			o	o	60.000	Pristojbine, EU LAS, OP EKP, Interreg, občine
	4.9	Urejanje infrastrukture in režimov ob reki Nadiži 1. Načrt upravljanja reke Nadiže z monitoringom obiska in dopolnitvijo obstoječega režima. Možen tudi čezmejni pristop. 2. Nadgradnja ureditve obstoječih poti in oglednih točk. 3. Poostritev nadzora in režima upravljanja z odpadki. 4. Ureditev parkirišč s postopnim preusmerjanjem na centralna parkirišča v Kobaridu in okrepitev javnega prevoza.	Občina Kobarid	1			o			o	o			o	o	400.000	Pristojbine, EU LAS, OP EKP, Interreg, Občina
	4.10	Urejanje infrastrukture in režimov ob reki Idrijci 1. Ureditev parkirišč in poti do kopalnih območij in ribolovnih mest: Slap na Idrijci, Bača pri Modreju 2. Ureditev kopalnišč in vzpostavitev režimov (glede na potrebe)	Občina Tolmin	3				o				o			o	20.000	EU LAS, Občina
	4.11	Urejanje infrastrukture za ribolov 1. Dogovor o parkirnih mestih za ribiče z lastniki zemljišč	RD, MU, ZzRS, občine	2	o					o	o	o		o		/	/
5 Urejanje javne turistične	5.1	Trdnjava Kluže s Hermanovo trdnjavo (del Poti miru) 1. Lesena brv in pešpoti na delu Poti miru 2. Ureditev dostopa in razgledišča ter prezentacija območja	Občina Bovec, TDS, FPM	1		o				o	o			o		400.000	OB, EU Interreg, FPM

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR		
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja	
infrastrukture na točkah interesa (! Povezava na Ukrep 9.2.)		Hermanove trdnjave 3. Ureditev parkirišč																
	5.2	Slap Boka 1. Ureditev dostopa in razgledne točke 2. Določitev upravljavca in proučitev uvedbe vstopnine po ZoN	OB, TDS	1		o				o	o			o			250.000	OB, EU LAS
	5.3	Izvir Soče 1. Postavitev vhodnega objekta, ureditev dostopa 2. Določitev upravljavca in proučitev uvedbe vstopnine po ZoN 3. Ureditev parkirišč	OB, TDS	1		o				o	o			o			250.000	TDS, ZTNP- 1
	5.4	Velika korita Soče 1. Ureditev poti in razgledišč 2. Določitev upravljavca in proučitev uvedbe vstopnine po ZoN 3. Ureditev parkirišč (reševanje skupaj z dolino Lepene)	OB, TDS, TD	2		o					o	o		o			100.000	OB, ZTNP- 1
	5.5	Rudniški tunel Log pod Mangartom-Rabelj: študija in koncept, ureditev prezentacije	OB, TDS	3		o						o	o				20.000	OB, EU Interreg
	5.6	Virje: ureditev dostopa in točke ogleda	OB, TDS	2		o					o	o		o			20.000	OB, EU LAS
	5.7	Slap Kozjak 1. Nadgradnja parkirišča 2. Urejanje dostopnih in oglednih poti 3. Nadgradnja režimov in upravljanja	Občina Kobarid	1			o			o				o	o		150.000	OK
	5.8	Center za obiskovalce Poti miru in Kobariškega muzeja 1. Zasnova programske in prostorske širitve ter povezave Kobariškega muzeja in informacijske točke Poti miru 2. Sodobna interaktivna in multimedjska predstavitev 3. Širitev spremljajoče turistične ponudbe in storitev	FPM, Kobariški muzej	1			o			o	o			o			480.000	FPM, KM, EU Interreg in drugo
	5.9	Poti miru: obnove poti in spomenikov na prostem 1. Tekoče vzdrževanje poti in muzejev na prostem 2. Obnove posameznih spomenikov na prostem: most pri kapeli Bes, vojaška kapela Bes, Nemška kostnica ... 3. Izgradnja razstavnega paviljona in obnova gasilskega vozila 4. Nadgradnja poti miru na območju občine Kanal ob Soči	FPM, PRC, Tol. muzej	1	o					o	o	o		o			250.000, brez tekočega letnega vzdrževanja	FPM, EU - Interreg, LAS, občine

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR		
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja	
		<i>! Povezava na Akcijo 2.2.</i>																
	5.10	Kolovrat - Muzej na prostem (del Poti miru) 1. Ureditev lastništva 2. Prestavitev in nadgradnja obstoječe Info točke	FPM	1				o		o	o			o			25.000	FPM, EU - Interreg, LAS, OT
	5.11	Korita Tolminke 1. Ureditev centralnega parkirišča in nadgradnja shuttle prevozov 2. Informacijski sistem za upravljanje in nadzor obiska 3. Center za obiskovalce - dolgoročno	TDS, Občina Tolmin	1				o		o	o			o			400.000	Vstopnina, OT, ZTNP-1, EU-LAS, ESRR
	5.12	Dolina Polog s cerkvijo sv. Duha na Javorci: celostno upravljanje doline, ureditev in predstavitev spomenikov narave in kulture 1. Bunkerji v Pologu: ureditev dostopa, osvetlitev, interpretacija in vzdrževanje 2. Spominska cerkev sv. Duha Javorca: ureditev dostopa, obnova (streha, ograja ...) 3. Izvir Tolminke 4. Umirjanje prometa: zapiranje ceste za osebna vozila v glavni sezoni, prometni režimi in parkirišča, shuttle prevozi 5. Programske vsebine: programi in paketi za enodnevne in večdnevne ogledne doline, vodniki, vključevanje planin s sirarjenjem in pašništvom <i>! Povezava na Ponudba, Akcija 5.5.5.</i> 6. Določitev upravljavca doline Polog <i>! Povezava na Akcijo 8.5.</i>	TDS, Občina Tolmin, FPM	1				o			o	o			o		750.000	OT, ZTNP-1, EU - Interreg, LAS, ESRR
	5.13	Grad na Kozlovem robu nad Tolminom 1. Rekonstrukcija severne stene in stolpa 2. Digitalizacija in interpretacija dediščine 3. Arheološka izkopavanja 4. Servisni dostop, urbana oprema, osvetlitev 5. Ureditev dostopnih in pohodniških poti, učne naravoslovne poti in usmerjevalnega sistema	Občina Tolmin, TDS, ZGS	2				o		o	o			o			400.000	OT, EU Interreg
	5.14	Tonovcov grad 1. Ureditev dostopa 2. Digitalizacija in interpretacija dediščine	Občina Kobarid, TDS	3				o			o			o			100.000	OK, EU

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
	5.15	Ribiška hiša: obnova objekta z ureditvijo interpretacijske razstave o Soči in soški postrvi v Kal-Koritnici	OB	1		o				o			o	o	302.000	EU LAS, OB	
	5.16	Park Pečno: nadgradnja turistične infrastrukture za obiskovalce, posodabljanje land art in drugih umetniških inštalacij, umestitev načrtov v prostorske akte občine	Upravljavec, OKS	1					o		o	o		o	np	EU LAS, OB	
	5.17	Babje jame ali Soteska Doblarec: proučitev izvedljivosti urejanja ene od naravnih vrednot za obisk	Upravljavec, OKS	3					o		o			o	np	EU LAS, OB	
6 Pridobivanje investitorjev v strateške javno-zasebne naložbe v turizem	6.1	Kanin – gora outdoor doživetij 1. Nova krožno-kabinska žičnica 2. Ureditev in zasneževanje prog 3. Vstopno-izstopne postaje s spremljajočimi gostinsko-turističnimi programi, parkirišči in dostopi 4. Ureditev kolesarske proge 5. Ureditev dežele ferat in plezališč	OB, SONK, JZP	1		o				o	o	o	o	o	52.000.000	EU, RS, kredit, išče se strateški partner	
	6.2	Športna dvorana Bovec z zunanjimi površinami in parkirišči (pri OŠ)	Občina Bovec	2		o				o	o	o	o		17.000.000	JZP- išče se partner	
	6.3	Športni stadion z nogometnim igriščem pri letališču Bovec	Občina Bovec	2		o				o	o	o	o		np	JZP- išče se partner	
	6.4	Javni bazen v povezavi z DOLB in spremljajoči programi	Občina Bovec	3		o				o	o	o	o		3.500.000	JZP- išče se partner	
	6.5	Golf Bovec: nadgradnja in obnova igrišča	Golf B.	3		o				o	o				np	Zasebni	
	6.6	Letališče Bovec: razvoj v Sky Diving Center, nadgradnja steze in izgradnja letališkega hotela	Upravljavec	2		o				o					np	JZP oz. zasebni	
	6.7	Indoor plezalni center Kobarid 1. Občina je lastnica novega in neopremljenega prizidka k OŠ, ki še ni izkoriščen.	Občina Kobarid	1			o			o	o		o		250.000	JZP- išče se partner	
	6.8	Wellness hotel s konferenčnimi zmogljivostmi 1. Občina Tolmin je lastnica zemljišč na lokaciji Žabče 2. Sprejet OPN s turistično namembnostjo za lokacijo Žabče v občini Tolmin in več lokacij v občini Bovec (pr. Žaršče, Ledina, Polovnik)	Občini Tolmin in Bovec	1		o		o		o	o	o	o	o	np	Išče se strateški partner	
	6.9	Staro jedro Breginja z nizom hiš iz 18. in 19. stoletja, spomenik	Občina	1			o			o	o	o	o		np	Išče se	

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020 -21	2022 -23	2023 -25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		<p>lokalnega pomena, v manjšem delu je urejen muzej, sicer prazne stavbe, izdelane idejne zasnove ureditve</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Občina Kobarid je lastnica kompleksa 2. OPN omogoča turistično-gostinsko dejavnost 3. Išče se strateški partner 4. Osrednji prostor naj ostane javen, lokalna skupnost pa naj se vključuje v načrtovanje 	Kobarid s Krajevno skupnostjo Breginj														strateški partner, EU, MK
	6.10	<p>Opuščen objekt Kadore za turistično-gostinsko dejavnost, Livek</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Občina je lastnica stavbe 2. OPN omogoča turistično-gostinsko dejavnost 	Občina Kobarid	3			o			o	o	o	o		330.000	Išče se strateški partner, EU	
	6.11	<p>Sotočje Soče in Tolminke v Tolminu: celostno sonaravno urejanje in upravljanje zelenega turistično-rekreacijskega in prireditvenega območja ob Soči in Tolminki do Volčanskega mostu. Pogoj za izvedbo je doseženo soglasje in namera različnih lastnikov na območju. OPN predvideva turistično in rekreacijsko rabo. Izdelane so strokovne podlage.²⁹</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pristop k načrtnem aktiviranju in dogovoru lastnikov zemljišč in zainteresiranih zasebnih vlagateljev za pripravo OPPN, v katerem se dogovori in začrta ureditev javnih rekreacijsko-prireditvenih ter parkirnih površin in zasebnih namestitveno-gostinskih objektov. Pri tem je pomembno, da se: <ul style="list-style-type: none"> - omogoči prost in javen dostop do reke Soče oz. zelene površine (tudi v času festivalov); - z večnamensko ureditvijo ohrani funkcija festivalskega prizorišča; - obstoječe opuščene objekte nameni turističnim, športno-rekreacijskim in podpornim storitvam. 2. Določitev upravljavca območja. 3. Z vidika nadaljnjega razvoja festivalskega produkta je potrebno prioriteto urediti sanitarije s priključkom na kanalizacijo. 	Občina Tolmin, lastniki zemljišč, zainteresirani zasebni investitorji	1			o			o	o	o	o	o	np	Občina Tolmin, lastniki zemljišč, zasebni investitorji	

²⁹ Prostorske zasnove turističnih in rekreacijskih ureditev ob reki Soči, območje med Volčanskim mostom in Mostom na Soči, Končno poročilo, LOCUS, projekt Camis, junij 2014.

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR		
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja	
		4. Postopna izvedba ureditev, načrtovanih v OPPN.																
	6.12	<p>Most na Soči: fazno celostno urejanje in upravljanje ključnih točk turističnega razvoja širšega območja Mosta na Soči, vključno z Modrejem in Modrejcam³⁰</p> <ol style="list-style-type: none"> Operacionalizacija celostnega koncepta razvoja turizma prek idejnih rešitev in umeščanja v prostorske akte Ureditev mreže pešpoti in javnih površin ob jezeru, vključno s počivališči in razgledišči (pr. sky walk) Nadgradnja tematske poti Čez Most po modrost TIC Most na Soči: proučitev možnosti vzpostavitve, prednostno v povezavi z eno od obstoječih dejavnosti Vodna hiša: pridobitev uporabnega dovoljenja ali proučitev možnosti za začasno rabo in aktiviranje objekta z ustreznimi turističnimi vsebinami (pr. arheologija, ribištvo ...) Nadgradnja interpretacije arheološke točke v OŠ Ureditev plovbnega režima in vzpostavitve pogojev za nadgradnjo podjetniške dejavnosti: ladjica, izposoja čolnov ... Izgradnja premostitvenih brvi / mostov na širšem območju Nadgradnja Kajakaškega centra: ureditev servisnih prostorov in zunanjega športnega poligona (KKSE) Pozicioniranje Mosta na Soči (še posebej ŽP) kot izhodiščne oz. vozliščne točke za kolesarjenje po destinaciji <p><i>! Povezava na Akcijo 8.7.</i></p>	Občina Tolmin, KS, TD, KKSE	1					o		o	o	o		o	o	np	Občina Tolmin, lastniki zemljišč, zasebni investitorji, EU / RS
	6.13	<p>Turistična cona Plave: fazno celostno urejanje</p> <ol style="list-style-type: none"> Strokovne podlage: poplavna študija, OPPN Pridobivanje zasebnih partnerjev in določitev upravljavca Postopna izvedba in zagon 	Občina Kanal ob Soči	1					o	o	o	o		o	o		np	Občina, zasebni investitorji, EU / RS
	6.14	Vzpostavitev muzejske in turistične dejavnosti s področja energetike in železnic v Doblarju vključno z ureditvijo sodobnega	Soške elektrarne,	1					o	o	o	o	o	o			np	JZP, EU / RS

³⁰ Prostorske zasnove turističnih in rekreacijskih ureditev ob reki Soči, območje med Volčanskim mostom in Mostom na Soči, Končno poročilo, LOCUS, projekt Camis, junij 2014 in Strategija razvoja turizma na Mostu na Soči, osnutek januar 2020.

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR		
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja	
		počivališča 1. Strokovne podlage in pridobivanje virov financiranja 2. Fazna izvedba	PRC, OKS s partnerji															
7 Spodbujanje podjetniških naložb, sobodajalcev in kmetij v dvig kakovosti, okoljske izboljšave in desezonalizacijo	7.1	Destinacijska shema nepovratnih finančnih spodbud za mikro naložbe MSP, sobodajalcev in kmetij ter agencij , ki prispevajo k dvigu kakovosti, desezonalizaciji in okoljskim izboljšavam v turizmu Proučitev možnih virov financiranja in oblik de-minimis she - znotraj LAS programa (2021-2027), - znotraj regionalne politike (problemska območja), - znotraj programa razvojnih spodbud po ZTNP-1 ali - kot del proračunov občin po enotnem pravilniku. Priporočajo se spodbude za naslednje namene: - za kakovostno nadgradnjo in prenovu obstoječih namestitvenih zmogljivosti (pr. dvig standarda in specializacija, nadgradnja v penzione, preнове, skladne z oblikovnimi in trajnostnimi smernicami DS za male investitorje (!Ukrep 9.9.3.), prilagajanje okoljskim standardom za pridobitev priznanih eko certifikatov, prilagajanje standardom za objekte brez ovir – dostopni turizem ...) ter ob izpolnjevanju določenih pogojev, kot npr. da obratujejo najmanj 6-10 mesecev na leto in se udeležijo usposabljanja iz gostoljubnosti; - za vzpostavljanje in uresničevanje koncepta razpršenega hotela, vključno s projektno podporno pisarno; - za obstoječe in nove turistične kmetije in planine, ki nudijo lokalno hrano, namestitve in/ali dopolnilno ponudbo (pr. ogledne kmetije, degustacijski prostori, ogledne planine ...); - za obstoječe in nove gostinske obrate, ki kakovostno in inovativno dopolnjujejo kulinarično ponudbo DS ter prednostno temeljijo na lokalnem poreklu; ob izpolnjevanju pogojev kot npr. vključitev v dogovor o celoletnem obratovalnem času gostincev v DS in udeležitev usposabljanja iz gostoljubnosti; - za dopolnilne športno-kulturne in druge storitve ter programe,	PRC, občine Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči, TDS, TNP	2	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	450.000 (pr. 45 projektov x 10.000 EUR subvencije)	Občine, ZTNP-1, EU - LAS / CTN TNP (predlog za 2021-2027)

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		ki prispevajo k desezonalizaciji in dvigu kakovosti ponudbe (prednostno zaprti indoor prostori, sprejemni, tehnično-servisni in prezentacijski prostori ter prevozi - trajnostna mobilnost). Sofinancirajo naj se dokumentacija, gradnje oz. prenove, oprema in/ali naprave.															
	7.2	Strokovna pomoč in usmerjanje investitorjev pri vlaganjih v turizmu 1. Ažuren katalog in promocija investicijskih priložnosti 2. Oblikovanje individualnih spodbud za strateške investitorje (pr. sofinanciranje komunalnega prispevka) 3. Svetovanje in strokovna pomoč MSP, sobodajalcem in kmetijam ter drugim deležnikom pri naložbah v turizmu! <i>Povezava na Upravljanje, Akcija 4.4.2.</i> 4. Administrativna podpora investitorjem	TDS, PRC, občine	1	o					o	o	o	o			50.000	TDS, občine, EU trans-nacionalni
	7.3	Sistematična ponudba praznih lokalov, neizkoriščenih prostorov in objektov v lasti občin in drugih zainteresiranih lastnikov, ki so primerni za namene gostinstva in podpornih storitev v turizmu 1. Oddajanje pod ugodnimi pogoji 2. Omogoči se začasna raba	Občine Bovec, Kobarid in Tolmin, PRC	2		o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	/	/
	7.4	Uvedba ukrepov za aktiviranje opuščenih hotelov, neizkoriščenih stavbnih zemljišč in degradiranih površin, namenjenih turistični in drugi povezani rabi 1. Popis opuščenih in degradiranih objektov ter površin 2. Odreditev vzdrževalnih del na objektih in površinah, ki kvarijo podobo naselja in krajine (240-243. čl. ZUreP) 3. Taksa za neizkoriščena stavbna zemljišča na območjih, opredeljenih z OPN oz. odlokom (230-237. čl. ZUreP) 4. Pridobivanje dodatnih spodbud RS in EU	Občine, PRC	2		o	o	o	o	o	o	o			o	/	/
8 Sistem trajnostne mobilnosti za obiskovalce	8.1	Koordinacija, načrtovanje, usmerjanje in spremljanje prometnih tokov in mobilnosti v Dolini Soče 1. Dolgoročni mobilnostni načrti s scenariji urejanja in upravljanja mobilnosti po občinah oz. zgostitvenih točkah (sistem P+R, conacija parkirišč, režimi, cenovna politika, razvoj, uskladitev in	PRC, občine	1	o					o	o				o	100.000	Občine, ZTNP-1, RS, EU - LAS, Interreg,

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
znotraj koncepta Juljskih Alp		<p>optimizacija mreže shuttle in javnih prevozov v DS ...)</p> <p>2. Spremljanje prometa na kritičnih točkah, najmanj Soča, Nadiža, Vršič, Lepena, Mangart, korita Tolminke, podkrnske vasi, slap Kozjak, Javorca-Polog, Stol in Kobala-Stador</p> <p>3. Izdelava mobilnostnih načrtov za zgostitvene točke oz. večje generatorje prometa (pr. Vršič, Lepena, Mangart ...)</p> <p>4. Spremljanje ogljičnega odtisa obiskovalcev (tudi kazalnik)</p> <p>5. Okrepitev redarske službe in nadzora (divje parkiranje ...)</p>															NFM EGP, Podnebni sklad
	8.2	<p>Urejanje mreže centralnih parkirišč P+R z navezavo na javni ali shuttle prevoz na zgostitvenih in konfliktnih območjih s spremljajočo infrastrukturo (sanitarije, eko otoki, e-polnilnice, prostori za postanek avtomobov – izliv sive vode iz avtomobov), usklajeno cenovno politiko in sistemom pobiranja parkirnine. Parkirišča se prednostno urejajo na degradiranih območjih.</p> <p>1. Vršič, Log pod Mangartom/Mangart, Lepena</p> <p>2. Bovec, Kobarid, Tolmin, Most na Soči, Kanal</p>	Občine, DRSI	1		o	o	o	o	o	o	o			o	1.000.000	Občine, EU/RS
	8.3	<p>Kartica gosta Juljskih Alp: Dolina Soče</p> <p>1. Omogoča enostavno uporabo javnega prevoza, lokalnih shuttleov, parkiranja, vstopnin ter drugih storitev z enotno kartico (tehnološka integracija, poslovni model)</p> <p>2. Razvoj podporne aplikacije oz. umestitev lokalnih urnikov v obstoječe potovalne portale</p> <p>3. Informiranje turističnih ponudnikov in gostov</p> <p>4. Proučiti nadgradnjo kartice s števcem ogljičnega odtisa in ponudbo bonitet za zmanjševanje emisij CO₂</p>	PRC, JA, TDS, občine, MZI, SŽ	1	o					o	o				o	100.000	EU Interreg, EU LAS, ZTNP-1, občine
	8.4	<p>Okrepitev rednih javnih avtobusnih linij z Dolino Soče</p> <p>1. Bovec-Predel-Ljubljana, Bovec-Nova Gorica, Kobarid-Tolmin-Ljubljana: povečanje števila dnevni povezav – vsakodnevno prek celega leta, podaljšanje linij</p> <p>2. Uvedba hitre linije za Ljubljano (in letališče Ljubljana)</p> <p>3. Vzpostavitev rednih mednarodnih avtobusnih linij: Most na Soči-Tolmin-Kobarid-Čedad-Videm in Bovec-Trbiž z navezavo</p>	PRC, MZI, občine	1	o					o					o	0	Koncesije

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		na italijanski sistem hitre železnice															
	8.5	Nadgradnja sezonskih shuttle prevozov v Dolini Soče (<i>posebni linijski prevoz za turiste</i>) 1. Uvedba celostne podobe shuttleov v Dolini Soče 2. Medobčinski dogovor o enotnem režimu: enotne cene, povezljivost sistema in umikov... 3. Uvedba kajak shuttle linije <i>! Povezava na Akcijo 4.4.3.</i> 4. Bovec: - Ohranitev in krepitev sezonskih linij Bovec-Vršič-Kranjska Gora in Bovec-Predel-Trbiž-Kranjska Gora - Proučitev uvedbe shuttle prevoza in režima na Mangartsko sedlo, v Lepeno in na Božco (Stol) 5. Kobarid: - Optimizacija obstoječih linij Hop-On Hop-Off 6. Tolmin: - Okrepitev shuttle prevozov v Tolminska korita in v Polog - Proučitev uvedbe shuttle prevoza in režima na Stador 7. Kanal ob Soči: spremljanje potreb in uvedba po potrebi	PRC, TDS, občine, prevozniki	1		o	o	o	o	o	o			o	np	Pristojbine, občine, ZTNP-1, EU/RS	
	8.6	Bohinjska železnica: okrepitev in dvig kakovosti 1. Vzpostavitev povezave na italijanski železniški sistem: usposobitev obstoječe povezave med NG in Gorico 2. Posodobitev vlakov (da bodo lahko vozili v Italijo) 3. Avtovlak: povečanje frekvence v sezoni 4. Dodajanje posebnih vagonov za kolesarje	SŽ, OT, OKS, PRC	1				o	o	o	o	o		o	np	RS, SŽ	
	8.7	Železniške postaje - multimodalna vozlišča 1. Most na Soči: posodobitev in nadgradnja v mobilnostno vozlišče s podaljšanjem izvoznega tira za avtovlak, turističnim in mobilnostnim info sistemom za potnike, ureditvijo garderob, izposajo koles, parkirišči za avtodome, avtobuse in avtomobile 2. Kanal ob Soči: ureditev okolice	SŽ, OT, OKS	1				o	o	o	o	o		o	np	RS, zasebni investitorji	
	8.8	Električna mobilnost za goste Doline Soče 1. Načrt za prilagajanje DS na povečano elektro mobilnost	PRC, občine,	2		o	o	o		o	o	o		o	0	Zasebni	

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		2. Zagotovitev lokacij za razvoj mreže ustreznih e-polnilnic 3. Proučitev uvedbe in potencialnih lokacij za enovit sistem izposoje e-koles in e-avtomobilov v Dolini Soče (prednost podjetniški pobudi)	zasebni														
9 Celostne prostorske in okoljske ureditve v podporo zeleni destinaciji	9.1	Izdelava master plana Alpska Slovenija / Dolina Soče 1. Vključitev prednostnih naložb Doline Soče v prostorsko-naložbeni načrt Alpe Slovenije	MGRT, TDS, občine	2	o					o					o	/	RS MGRT
	9.2	Celostna zunanja podoba javnega prostora in javne turistične infrastrukture Doline Soče 1. Izdelava enotnih oblikovnih in trajnostnih smernic za urejanje zunanjega javnega prostora in javne turistične infrastrukture Doline Soče, ki prednostno vključuje urbano opremo, parkirišča s počivališči oz. razgledišči, sprejemne centre, TIC-e, javne sanitarije, eko otoke, e-polnilnice, avtobusna postajališča, usmerjevalno-informacijski sistem, vstopno-izstopna mesta v reke, ter drugih krajinsko pomembnih javnih ambientov in vedut. Smisel je enovit koncept, integriran v celostno podobo destinacije, arhitekturno inovativen, a z različnimi individualnimi rešitvami glede na arhitekturne in krajinske posebnosti posameznega območja. Smernice se izdelajo na podlagi javnega natečaja ali v okviru široke strokovne skupine. / <i>Povezava na Akcijo 1.1.3.</i> 2. Medobčinski dogovor o enotni politiki prostorskega urejanja na področju turizma. 3. Iskanje rešitev za naložbe v javno turistično infrastrukturo in objekte z mehanizmom javnega arhitekturnega natečaja.	PRC, TDS, občine	1	o						o	o			o	50.000	ZTNP-1, EU - LAS, MGRT - produkti
	9.3	Izdelava priručnika za (male) investitorje v turizmu: usmeritve o trajnostni arhitekturi, lokalni tipologiji in materialih, okoljsko-energetskih tehnologijah, notranjem oblikovanju in praktičnih rešitvah pri prenovi in novogradnji turističnih objektov ter sonaravnem urejanju okolice v različnih krajinskih območjih Doline Soče (pr. Bovška hiša, kobariška hiša ...).	PRC, TDS	2	o					o	o				o	30.000	Občine, EU - LAS, Interreg

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
	9.4	Ozaveščanje turističnih ponudnikov in drugih deležnikov o identiteti prostora, kakovostni arhitekturi in načinu ohranjanja elementov kulture krajine in stavbne dediščine pri naložbah v turizmu: 1. Akcije, delavnice in ogledi dobrih praks v DS in drugje 2. Individualno svetovanje	PRC, občine	1	o					o	o	o			o	30.000	ZTNP-1, EU - LAS
	9.5	Občinski prostorski načrti 1. Umestitev usmeritev in projektov te strategije v spremembe OPN. <i>! Za več glej uvod v Področje Turistična infrastruktura.</i> 2. Ažurno spreminjanje in zagotavljanje fleksibilnosti OPN	Občine	1		o	o	o		o	o	o			o	0	/
	9.6	Prostorsko-prometne ureditve turističnih središč 1. Bovec: načrtovanje obvoznice, nato zapiranje trga 2. Kobarid: prekategorizacija državne ceste, fazno zapiranje in urejanje središča naselja 3. Tolmin: fazno zapiranje in oživljanje starega mestnega jedra, umirjanje prometa po izgradnji obvoznice 4. Most na Soči: umik bencinskega servisa, nato urejanje glavnega trga in umirjanje prometa 5. Kanal: načrtovana je obvoznica, nato fazno zapiranje trga	Občine, PRC	2		o	o	o		o	o	o			o	np	Občine, EU/RS
	9.7	»Soča Evergreen: Dolina brez odpadka, dolina brez plastike« režimi in akcije za zmanjševanje, trajnostno ravnanje in izboljšanje upravljanja z odpadki pri turističnih ponudnikih in v destinaciji 1. Ukinitve rabe plastike za enkratno uporabo 2. Pogostejši odvoz odpadkov v visoki sezoni 3. Urejanje centralnih eko otokov na večjih parkiriščih 4. Umik posod za odpadke v naravi (smeti odnesemo s seboj) 5. Navodila in ozaveščevalne akcije za turistične obrate in goste za zmanjšanje obsega odpadkov, učinkovitejše sortiranje ter uvajanje modelov krožne ekonomije 6. Okrepitev redarske službe v sezoni <i>! Povezati z Akcijo 3.1.1. znotraj Trženja.</i>	Komunala Tolmin, JZ TNP	2	o			o		o	o	o			o	np	Pristojbine, ZTNP-1, Podnebni sklad
	9.8	»Soča Evergreen: Pijemo vodo iz pipe« 1. Nameščanje pitnikov s pitno vodo po DS	Komunala Tolmin	2	o			o		o	o	o			o	20.000	Pristojbine

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		2. Kampanje za ozaveščanje o kakovostni pitni vodi in pospeševanje pitja vode iz pipe <i>! Povezati z Ukrepom 3.3.1. znotraj Trženja.</i>															
	9.9	Zagotoviti čiščenje odpadne vode iz turističnih objektov v naseljih z razpršeno poselitvijo in izven aglomeracij 1. Spodbujati gradnjo MKČN pri turističnih ponudnikih v naseljih z razpršeno poselitvijo, prednostno na zgostitvenih območjih, kjer je več turističnih ponudnikov (npr. kampi v bližini vodotokov)	Lastniki turističnih objektov OB, OK, OT	2	o					o	o	o			o	600.000	Zasebni viri, občine, EU, ZTNP-1

4.2. Strateško področje 2: Ponudba

Izhodišča

Atraksije in glavne točke interesa – ne »1-stop« destinacija, ampak povezana ponudba SOČA EVERGREEN PARTNERSTVA

Razvoj turizma na destinaciji tradicionalno narekujejo ključne atrakcije in znamenitosti, ki so temelj za celotno infrastrukturo in turistično ponudbo. Reka Soča s pritoki (Nadiža, Tolminka, Idrijca, Lepena...) je od nekdaj največja naravna atrakcija Doline Soče, skupaj z izjemno naravno geografsko kuliso Julijskih Alp, ki sta vplivali tudi na zgodovino, način življenja in kulturno krajino. Vse to so motivi za prihode turistov, ki danes izjemno cenijo ohranjeno naravo in avtentično kulturo, Slovenijo pa zaradi deleža gorskih občin, ki so skupno na 2. mestu po ustvarjenih nočitvah in deležu prispevanja v turizem, prepoznavajo kot deželo alpskih doživetij na prostem. Za destinacijo je izjemnega pomena, da na listi želja turistov ne ostaja kot »one-stop destination« za poldnevno aktivnost (npr. rafting) ali točko, kjer turist posname Instagram fotografijo (mostovi in brvi nad reko Sočo). Zato je turizem v Dolini Soče na prelomni točki, saj mora okrepiti sodelovanja vseh deležnikov in začeti ustvarjati več sestavljenih multiaktivnih in/ali večdnevni počitnic/programov, ki so za destinacijo in lokalno skupnost bolj trajnostni.

Izjemni in profesionalni turistični ponudniki –SOČA EVERGREEN TIM, navdih za delo, razvoj in produktne skupine

Med ponudniki izstopajo tisti, ki vso svojo energijo, znanje in ljubezen vlagajo v svojo ponudbo. Te smo že izpostavili kot vodilne ponudnike Doline Soče, saj predstavljajo zgled za celotno lokalno skupnost. Znali so si utreti svojo pot, nenehno izboljševati svojo ponudbo, preverjati zadovoljstvo pri gostih, jim prisluhniti in nadgrajevati tako infrastrukturo kot servis. Gre za visoko specializirane ponudnike, ki so v potrebah posebnih ciljnih skupin (gurmani, ribiči, padalci, družine, ...) znali prepoznati svojo edinstveno priložnost in so se scela ter profesionalno posvetili turizmu. Kot posebna strokovna skupina in ambasadorji turizma Doline Soče se vključijo v SOČA EVERGREEN TIM (delno so že zdaj povezani v strokovni svet destinacije) in v sodelovanju s TDS postanejo »think tank« posoškega turizma, ki bdi nad DOLINO GOSTOLJUBJA in pomaga načrtovati izobraževanja za dvig kakovosti storitev ter delo PRODUKTNIH SKUPIN DOLINE SOČE za kolesarjenje, kulinariko, kulturo, pohodništvo, vodne športe in dobro počutje (sprostitveni oddih).

Sezonskost ponudbe in prehod v celoletno destinacijo

V splošnem v strukturi ponudnikov Doline Soče prevladuje število tistih, ki se s turizmom ne ukvarjajo profesionalno, ampak dopolnilno, kar omejuje nadaljnji razvoj celotne destinacije. Izrazita sezonskost destinacije se odraža tudi v ponudbi. V času visoke sezone so ponudniki omejeni z zmogljivostjo (od infrastrukture do kadrov) in velikokrat delujejo v zgornjih mejah, v času izven sezone pa večje število ponudnikov ne obratuje, saj ni dovolj kritične mase za njihovo preživetje. Posledica tovrstnega cikla je, da se ponudniki, ki se profesionalno in izključno ukvarjajo s turizmom, srečujejo z izzivom ohranjanja kadra in preživetja skozi leto. Na ta račun imajo manj možnosti za vlaganja v razvoj in nadgradnjo storitev. Pomembno je opozoriti tudi na koncentracijo ponudbe znotraj določenih segmentov (npr. športne agencije ali oddaja apartmajev in sob). Na ta način nastajajo velika konkurenca v enem segmentu ponudbe in neizkoriščene priložnosti v drugih.

Produkti - dnevne aktivnosti in doživetja, sestavljeni paketi in programi

Destinacija z razvitostjo in kakovostjo turistične ponudbe usmerja vse – svoj ugled na trgu, nakupne odločitve gostov in njihovo zadovoljstvo, tudi dinamiko njihovih prihodov in dolžino bivanja. Dolina Soče je v mednarodnem prostoru prepoznavna predvsem kot destinacija za aktivne počitnice v naravi v poletnem času. V spletni anketi za pripravo strategije so ponudniki občin Kobarid in Tolmin družinske počitnice opredelili kot njihov najpomembnejši produkt. Med ključnih pet produktov so ponudniki umestili tudi pohodništvo, medtem ko so v Tolminu med vodilna produkta umestili še ribištvo in festivale, v Kobaridu pa gastronomijo in zgodovinski turizem. Produkt vodnih športov (rafting, kajak, soteskanje) je bil izrazito visoko ocenjen v Bovcu, saj so ga deležniki uvrstili kot vodilni produkt za ustvarjanje nočitev.³¹

Razvitost produkta vodnih športov se odraža tudi v velikem številu športnih agencij (več kot 40), ki ponujajo predvsem vodna doživetja in so večinsko skoncentrirane v Bovcu (75 % vseh agencij). Na delavnicah so ponudniki izpostavili pomanjkanje ponudbe raznovrstnih storitev in doživetij z višjo dodano vrednostjo za goste in zanje. V času poletne sezone še posebej manjka ponudbe za primer slabšega vremena in ponudbe z dodano vrednostjo (produkti z močnimi doživljajskimi elementi, 5* doživetja).

Izrazit primanjkljaj ponudbe vlada v zimskem času. Razen smučišča Kanin, ki je primarno vezan predvsem na Bovec, tovrstne ponudbe skoraj ni.

Velik potencial predstavlja nadaljnji razvoj kulturnega turizma. Na podlagi pregleda obstoječe ponudbe vsebin in delavnic z deležniki izpostavimo tri ključne stebre: dediščina 1. svetovne vojne (Kobariški muzej, Pot miru od Alp do Jadrana, cerkev svetega Duha na Javorci...), arheološka dediščina (Tolminski muzej, pot Čez Most po modrost...) in etnološka ter etnografska dediščina (tradicija planin, tradicija pustnih mask in obhodov...). Pomembno je, da se obstoječe vsebine in atraktivne mikro lokacije (Kontrada, Most na Soči,..) ustrezno umestijo v celostno turistično ponudbo destinacije, pri čemer je potrebno ustrezno prilagoditi interpretacijo za tuje obiskovalce, vključiti doživljajske elemente (WOW učinke, presenečenja, interaktivnost) in zagotoviti redne termine dosegljivosti, ki so ustrezno prilagojeni sodobnemu turistu.

V Tolminu pomemben del ponudbe predstavljajo festivali, ki so v zadnjih 20 letih pozicionirali Tolmin kot festivalsko mesto. Vzporedno z rastjo festivalov in rastjo trenda turizma v Sloveniji se je v Tolminu razvila tudi dodatna ponudba (sobodajalci, apartmaji itd.), ki je nastala na podlagi festivalskega povpraševanja, hkrati pa se je okrepila tudi skupina ponudnikov, ki načrtno delajo na drugih ciljnih skupinah obiskovalcev (padalci, ribiči, ponudba za družine). Z rastjo števila obiskovalcev v času visoke sezone so se začela kazati tudi navzkrižja interesov med nadaljnjim razvojem festivalskega turizma, ki ima vpliv na okolico (množičnost, hrup), in nadaljnjim razvojem drugih turističnih produktov. Usmeritve za nadaljnji razvoj festivalskega turizma so predstavljene v nadaljevanju tega poglavja.

Nastanitve - izboljševanje storitev in prehajanje na celoletni servis

V zadnjih desetih letih se je v Dolini Soče število vseh ležišč skoraj podvojilo s 6.422 (v letu 2008) na 12.246 v letu 2018³². Najbolj so se povečale ponudba in zmogljivosti sob, apartmajev in kampov. Struktura nastanitve kaže na izrazito visok delež kampov (skoraj polovica), ki je nadpovprečen, če ga primerjamo z destinacijama Bohinj ali Bled, s katerima se Dolina Soče

³¹ Spletna anketa je bila v občinah Kobarid in Tolmin izvedena leta 2018, v njej je skupaj sodelovalo 134 ponudnikov. V občini Bovec je bila anketa izvedena v sklopu priprave strategije leta 2016, v njej je sodelovalo 173 ponudnikov.

³² Podatki SURS in lastna obdelava.

povezuje v okviru Julijskih Alp. Slabo polovico predstavljajo apartmaji, zasebne sobe, penzioni in gostišča, medtem ko delež hotelov v celotni strukturi predstavlja le desetino kapacitet. Sklepamo lahko, da so obstoječi ponudniki razširili svoje kapacitete, hkrati pa se je s turizmom kot dodatno dejavnostjo začelo ukvarjati več ljudi. To kaže na izrazito razpršenost nastanitev in pomanjkanje rednega, celoletnega servisa za turiste. Na destinaciji je le del ponudnikov, ki se profesionalno ukvarjajo s turizmom večinski del leta, velik delež pa predstavljajo sobodajalci, ki to dejavnost izvajajo kot dopolnilo rednim zaposlitvam, delujejo predvsem v glavni sezoni in ne izhajajo iz strok turizma ter gostoljubja, ki zahtevata posebne kompetence in veščine. Obstoječi trend v strukturi nastanitev še pogloblja sezonskost destinacije.

Kulinarična ponudba – kakovost, turizmu prijazni delovni časi in obratovanje izven sezone

Da Dolina Soče slovi kot zaželena destinacija med najzahtevnejšimi jedci in gurmani po vsem svetu, je zaslužna Ana Roš iz Hiše Franko pri Kobaridu, l. 2017 uradno najboljša kuharska mojstrica na svetu, danes chefinja 38. najboljših restavracij planeta (50 Best Restaurants). To je za Dolino Soče in Slovenijo izjemen dosežek, delež objav in intervjujev v najprestižnejših medijih po vsem svetu pa je neprecenljiv, še posebej zato, ker Ana Roš vedno izpostavlja »genius loci« svoje kulinarike, navezanost na kraje, od koder izhaja, in sestavine, ki so ji pri roki na mediteranski terasi Julijskih Alp. Globalno gledano je Ana Roš največja promotorka in ambasadorica slovenskega ter posoškega turizma, in vsaka destinacija na svetu hrepeni po vsaj enem takšnem ambasadorju. Po drugi strani pa tudi takšen vodilni ponudnik, ki sam zase postane mikrodestinacija in motiv prihoda, nujno potrebuje dobre partnerje, tako v istem kot sorodnih segmentih ponudbe, ki pritegnejo hitro vzpenjajočo se ciljno skupino kulinaričnih turistov. V času visoke sezone je kulinarična ponudba na voljo, a pogosto primanjkuje penzijske ponudbe zajtrkov/večerij, gostišč z dolgim odpiralnim časom in ponudbo zajtrkov/kosil/večerij/a-la-carte, kakovostne in lokalne ulične prehrane ter prehrane na planinah in kmetijah. Neizkoriščen potencial predstavljata vključevanje lokalnih sestavin na menije ponudnikov in krepitev lokalne dobavne verige. Največji izziv je pomanjkanje gostinske ponudbe izven glavne sezone. V Kobaridu je bila npr. v letu 2018 v času nizke sezone od šestih restavracij v ožjem centru odprta le ena picerija.

Podporna ponudba – urejena veriga podpornih storitev prevozov, vodenj in trgovin

Urejena destinacija potrebuje celostno verigo zagotavljanja turističnih storitev, saj posamezni ponudniki glede na svoj obseg poslovanja, ne glede na to, kako dobri so, sami ne (z)morejo zagotavljati vsega. Od podpornih storitev sta najbolj dosegljiva najem opreme (pogosto v športnih agencijah) in splošna oskrba (trgovine). V Dolini Soče skozi vse leto primanjkuje kakovostne mreže javnih in zasebnih prevozov, ki bi omogočali reden servis in boljšo dostopnost. Ravno tako primanjkuje rednih vodenih izletov in tur, vodniški servis pa bi lahko ponudil še boljšo razpoložljivost in izurjenost specializiranih vodnikov (pohodništvo, zgodovina, vodni športi, jamarstvo, ...) na povpraševanje. Potencial predstavlja razvoj segmenta wellness turizma, s poudarkom na notranjem dobrem počutju, ki temelji na emocionalnem, intelektualnem in duhovnem dobrem počutju, ter preprečevanju bolezni. Primeri tovrstnih storitev so: lahke aktivnosti v naravi, masaže, treningi joge, meditacije, tečajji zdrave prehrane, gozdni selfness, energijske poti, apiterapija itd.

Povezovanje ponudbe – več priložnosti, kakovostni preskok na boljši jutri na destinaciji

Destinacija je geografsko in tudi kulturno razpršena. Med gosti izrazito prevladujejo individualni turisti, zato je potreba po povezovanju razpršene ponudbe Doline Soče še toliko večja. Primer

povezovanja ponudbe, ki je skladen s sodobnimi trendi in ga TDS uspešno ter ambiciozno izvaja, s tem pa ponuja dober zgled turističnemu gospodarstvu, je oblikovanje individualnih programov za uporabnike Alpe-Adria-Trail. Personalizirani itinerarji za individualne ponudnike z organizacijo nastanitve in ostalih storitev (kulinarika, prevozi, vodenja) so lahko vzorčen primer za razširitev koncepta na druge produkte. Poleg vertikalnega povezovanja raznovrstnih produktov primanjkuje tudi horizontalnega povezovanja med ponudniki istovrstnih turističnih doživetij. Ravno povezovanje ponudbe omogoča kakovostni preskok na destinaciji, saj je v okviru celostnih in domišljenih programov doživetij lažje skrbeti za višji standard skupne storitve, kot če je gost prepuščen samostojnemu raziskovanju. Takšna doživetja in programi zato predstavljajo največji potencial, saj je na njih najhitreje mogoče doseči višanje dodane vrednosti, ki koristi tako gostu (zaradi edinstvene izkušnje in preverjene kakovosti) kot ponudniku (zaradi možnosti višje cene in večjega prihodka ter zadovoljstva gosta, ki bo dobro besedo razširil naprej in tako poskrbel za nadaljnje trženje).

Odzivanje in prilagajanje na izredne situacije ter dvig standardov

Pandemija Covid-19 je v prvi polovici leta 2020 zaustavila turistične tokove. Do sedaj še ni bilo tovrstne situacije na globalni ravni, zato je ravno nepredvidljivost ena od ključnih sestavin spremenjenih okoliščin.

Po drugi strani te okoliščine zahtevajo dvig obratovalnih in higienskih standardov gostinskih in nastanitvenih ponudnikov v vseh pogledih. Vzemimo novo obdobje turizma kot priložnost za vsesplošen dvig standardov čistoče in vseh storitev, ki jih moramo redefinirati in nadgraditi v skrbi za zdravje in dobro počutje gosta. V novih razmerah bo vizijo butičnega in individualiziranega turizma potrebno uresničiti še prej. Ohranjanje prožnosti in odzivnosti, hitro ukrepanje in doseganje novih standardov, pozitivna naravnost in povezovanje ter inovativnost pri nadgradnjah ponudbe in promociji so pristopi za reševanje dane situacije. V operativnem smislu je potrebno vzpostaviti nove in/ali izboljšane protokole sprejema gostov in njihovega gibanja po prostorih, nove standarde čistoče in higijene ter druge usmeritve. To je tudi priložnost za nadgradnjo obstoječih standardov oz. vzpostavitev standardov sprejema, gostoljubja in skrbi za čistočo za tiste ponudnike, ki jih še niso imeli. Z ustrezno in skupno vzpostavitvijo teh standardov na destinaciji lahko takšna aktivacija in standardizacija postane osnova za izboljšanje izkušnje gosta v vseh pogledih. Izrednega pomena je tudi komunikacija nadgrajen in prilagoditev gostom, tako na ravni posamičnih ponudnikov kot tudi z vidika skupih sporočil notranjega in zunanjega komuniciranja celotne destinacije.

5 ključnih izzivov

- ▶ Koncentracija ponudbe v času visoke sezone in segmentu ponudbe oz. produkta (nižanje cene in kakovosti) ter pomanjkanje inovativnih doživetij z visoko dodano vrednostjo za goste in ponudnike
- ▶ Premalo oblikovane ponudbe izven glavne sezone (pomanjkanje profesionalnih ponudnikov)
- ▶ Premalo povezane in sestavljene ponudbe s celostnim programom, podpornim servisom in garancijo kakovosti (prevozi, aktivnosti, oprema, gastronomija, druženje...)
- ▶ Pomanjkanje celoletne kulinarčne ponudbe na destinaciji in kulinarike za vse segmente gostov (izziv odpiralnih časov in redne ponudbe)
- ▶ Prilagoditev ponudbe na nove razmere po pandemiji Covid-19 in dvig standardov ponudnikov

Cilj

- ▶ Oblikovana kakovostna, doživljajska, celoletna ponudba destinacije Doline Soče s presežno ponudbo, prepoznavnim gostoljubjem in močno mrežo medsebojno povezanih ponudnikov.
- ▶ Okrepiti profesionalne ponudnike turističnih storitev in dvigniti nivo ponudbe drugih ponudnikov

Kazalnik	Vir	2018	2022	2025
Število prihodov v času januar-april in oktober - november, 50 % rast	SURS	57.512	69.000	86.268
Število novih doživetij in produktov za čas nizke sezone, kumulativno	TDS	/	10	25
Število ponudnikov, aktivnih v produktivnih skupnostih, kumulativno	TDS	0	20	40

Vizija

Občine in Turizem Dolina Soče bodo aktivno podpirali ponudnike, ki se profesionalno ukvarjajo s turizmom. Ti bodo povezani v PRODUKTNE SKUPINE razvijali in nadgrajevali ponudbo v smeri višanja dodane vrednosti in kakovosti. Tako bodo ponudili in okrepili motive prihoda gostov izven glavne sezone. Za uspešno transformacijo iz poletne destinacije v celoletno destinacijo bodo v začetni fazi zagotovljena dodatna sredstva za razvoj izvensezonske ponudbe. Ponudba doživetij bo povezana in celostna, turist bo na enem mestu lahko rezerviral različne aktivnosti, doživetja, storitve in nastanitve v Dolini Soče. Kanin kot gora celoletnih OUTDOOR doživetij bo v skladu s strategijo razvoja in trženja turizma Bovca (AKCIJA 2025) generator obiska zimske sezone, na katerega se bodo navezovali manjši dolinski ponudniki idiličnih zimskih doživetij. JESEN in POMLAD bodo zaznamovale doživljajsko bogate vsebine, kot sta razširjeni jesenski kulinarični festival, pomladno prebujenje z multiaktivnimi počitnicami v Dolini Soče in programi dobrega počutja.

Rezultati

- ▶ Dobro povezana destinacija z močno partnersko, dobavno in distribucijsko mrežo
- ▶ Nadgrajena in povezana obstoječa ponudba z višjo kakovostjo in dodano vrednostjo
- ▶ Kolektivna blagovna znamka Dolina Soče / Julijske Alpe s certifikacijsko shemo kakovosti, v katero je vključenih najmanj 40 različnih storitev, produktov in doživetij
- ▶ Shema »SOČE EVERGREEN Team Buliding« - podprtih 20 pobud sodelovanja ponudnikov
- ▶ Oblikovana ponudba izven glavne sezone
- ▶ Razvita celoletna kulinarična in podporna ponudba
- ▶ Izboljšana celostna izkušnja gosta

Ukrepi (Za podroben opis ukrepov in akcij glej Tabelo 4)

- ▶ Oblikovanje celoletne ponudbe (Ukrep 1)
- ▶ Dvig kvalitete ponudbe in cenovno repozicioniranje (Ukrep 2)
- ▶ Razvoj ponudbe 5* doživetij in dvig ravni doživljajskosti obstoječe ponudbe ter deficitarne ponudbe (Ukrep 3)
- ▶ Vzpostavljanje mreže ponudnikov in oblikovanje sestavljene ponudbe (Ukrep 4)
- ▶ Nadgradnja gostinske ponudbe (Ukrep 5)

Dodatne usmeritve (načela, pristopi, pojasnila usmeritev strateškega področja)

Splošne usmeritve

- ▶ Na destinaciji je veliko število ponudnikov, ki se zelo razlikujejo po velikosti, tradiciji, znanju, predvsem pa po tem, ali se s turizmom ukvarjajo profesionalno ali dopolnilno. Zato je nujno, da TDS za učinkovito delo segmentira ponudnike in na letni ravni pripravi program dela. Vodilne ponudnike poveže v SOČA EVERGREEN TIM in strokovni svet destinacije, ki delno že funkcionira na ta način, da vključuje najbolj veščče turistične ponudnike, druge profesionalne in aktivne ponudnike pa vključi v PRODUKTNE SKUPINE. Za vse ponudnike glede na nivo obsega poslovanja v turizmu in njihovih potreb v sodelovanju s PRC pripravi izobraževanja z namenom dviga kompetenc in veščin (gostoljubje, trženje). Za vzpostavitev Doline Soče kot celoletne destinacije je glavni cilj TDS in občin krepitev števila profesionalnih ponudnikov.
- ▶ Zavod Dolina Soče zagotovi skrbnika za posamično produktno skupino. Ta se specializira za posamičen produkt in ga aktivno spremlja.
- ▶ Nadaljnje projekte, vire in spodbude na destinaciji usmerjamo v reševanje opredeljenih izzivov in dosego naslednjih petih prioritet: 1. krepitev segmenta profesionalnih ponudnikov, 2. razvoj ponudbe za podaljševanje sezone in zimo, 3. povezovanje ponudbe v vseh segmentih (agencije, razpršeni hoteli...), 4. oblikovanje pomanjkljive/nišne/inovativne ponudbe, 5. dvigovanje kakovosti obstoječe ponudbe.
- ▶ TDS še naprej in intenzivneje na vseh ravneh spodbuja zasebne iniciative, ki povezujejo ponudbo v Dolini Soče, hkrati pa uvede funkcijo destinacijskega DOŽIVLJAJSKEGA MENEDŽERJA (EXPERIENCE MANAGER), ki poleg komunikacije z gosti nudi pomoč ponudnikom pri razvoju doživljajske ponudbe destinacije in povezovanju ponudbe ter načrtuje in usklajuje izobraževanja za ponudnike (v sodelovanju s PRC).

! Inovacija: soški pašnik turizma in produktne skupine

Destinacija lahko premike na področju produktov naredi samo skupaj s ponudniki. V tradiciji organiziranosti pašnih skupnosti smo poiskali preverjen način, ki že dolga leta funkcionira v Dolini Soče, in ga dopolnili s sodobnimi usmeritvami prožnega vodenja projektov. Zato strategija predvideva vzpostavitev SOČA EVERGREEN TIM-a in 6 PRODUKTNIH SKUPIN (kolesarjenje, gastronomija, kultura, pohodništvo, vodni športi, zima), za katere želimo, da se oblikujejo v resne interesne skupine, ki soustvarjajo destinacijo.

V produktni skupini lahko sodelujejo tisti ponudniki, ki se neposredno ukvarjajo z vsebino, ki poganja posamezno skupino. Znotraj produktne skupine se izbere vodjo (predsednika), ki se vsako leto zamenja. Ta sprejema končne odločitve in vodi skupino. Člani se zavežejo k številu ur, ki jih opravijo za skupino. Te se določi na podlagi velikosti ponudnika (manjši, srednji, velik). TDS prispeva enega člana skupine, ki je v vlogi skrbnika skupine in skrbi za sklic srečanj, zapis dogovorov, pomoč pri iskanju konsenza in premagovanju ovir ter osredotočenost na cilje in evidenco opravljenih ur. Produktna skupina si na letni ravni zastavi 2-3 cilje s konkretnimi aktivnostmi, ki jih realizira v kratkoročnem obdobju, hkrati pa zastavi dolgoročne cilje. Destinacija na letni ravni rezervira tudi proračun za posamične skupine, ki ga uporabi za izvedbo zastavljenih aktivnosti skupine. V pilotnem letu so to manjši in za vse skupine enaki zneski, v nadaljevanju pa se razdeli vrednost sredstev na podlagi programa aktivnosti, ki ga posamične skupine pripravijo za naslednje leto. Na letni ravni deluje do šest produktnih skupin. Tiste, ki ne zaživijo, nadomestimo z drugimi, za katere se pokaže interes s strani ponudnikov. Učinkovite produktne skupine so lahko tudi osnova za razvoj modela, kjer ponudniki tudi finančno sodelujejo pri nadaljnjem razvoju destinacije, saj bodo aktivno vključeni v razvoj.

Dodatne usmeritve za razvoj kulinarike

- ▷ Oblikovanje produktne skupine za kulinariko (glej ukrep 5.1.)
- ▷ Oblikovanje kulinaričnega festivala po zgledu festivala Ein Prosit Udine (Tarvisio) z večjim finančnim vložkom občin, profesionalnim organizatorjem, v sodelovanju z Brdi in vinarji iz Brd. Festival časovno umestimo v prvem ali drugem tednu oktobra, in sicer med obstoječe festivale v območju: Gusti di Frontiera Gorizia (25. - 28. 9.), Ein Prosit Tarvisio (22. - 23. 10) in Ein Prosit Udine (24. - 28. 10). Cilj je podaljševanje sezone in repositioniranje destinacije iz aktivne poletne v užitekarsko gumansko destinacijo. Z ustreznim nadaljnjim razvojem in nadgradnjami je lahko osnova že obstoječi festival: Jestival.
- ▷ Oblikovanje jesenskih vikend menijev za goste po enotni ceni in promocijski podpori destinacije, vsaj med vikendi v oktobru. Temeljili bi na lokalnih sestavinah in tradicionalnih jedeh, lahko v sodelovanju z briškimi ali vipavskimi vinarji. TDS zagotovi sredstva za promocijo in krovno koordinacijo (projekt se lahko izvede znotraj produktne skupine).
- ▷ Medsebojni dogovor o odpiralnih časih v času nizke sezone v Kobaridu, Tolminu, Bovcu in Kanalu ob Soči. Lahko funkcionira po sistemu npr. dvotedenskih dežurstev, ki zagotavljajo, da sta v vsakem kraju v času nizke sezone odprta vsaj dva ponudnika, ki ponujata kosila in večerje. TDS pomaga usklajevati, nato pa promovira ponudbo (npr. posebna izpostavitve odprtih ponudnikov v svojih kanalih). Znotraj produktne skupine se lahko naknadno poišče boljše rešitev od spodaj navzgor.
- ▷ Lokalne sestavine in spodbujanje razvoja lokalnih verig z nadgradnjo dosedanjih raznovrstnih projektov v bolj organiziran, povezan, stalen in ciljno usmerjen proces za ustvarjanje verig vrednosti v podporo turizmu v Dolini Soče. Vlogo podpornega okolja bi lahko prevzel PRC. Priročnik s predstavitvijo tipičnih sestavin (geografsko poreklo) z dobavitelji in jedi (recepti) Doline Soče in izvedba ene akcije letno: npr. Tolminc na vsako mizo / gostinski ponudniki na destinaciji ponudijo Tolminca, DMMO v sodelovanju z dobaviteljem (co-branding) zagotovi promocijske materiale (npr. namizni kartoni) in kampanjo.

Dodatne usmeritve za razvoj festivalskega produkta

Festivalski turizem se je v dvajsetih letih razvil v enega vodilnih turističnih produktov občine Tolmin in je močno vplival na prepoznavnost Tolmina in Doline Soče. Gre za poseben turistični produkt, ki je na novo definiral stil preživljanja počitnic in druženja različnih generacij ter kultur. Festivali predstavljajo motiv za prihod domačih in predvsem tujih obiskovalcev in generirajo največje število nočitev v občini Tolmin.³³ V zadnjih letih je širitev festivalskega turizma zaradi svoje množičnosti in vplivov na infrastrukturo, okolje in lokalno skupnost, odprla različna vprašanja, povezana z nadaljnjim razvojem festivalskega produkta, njegovo regulacijo in razmerjem do ostalih produktov.

Opis stanja festivalskega produkta

- ▷ Občina Tolmin je v letu 2017 z namenom usmerjanja nadaljnega razvoja festivalskega turizma naročila **raziskavo o izpostavljenosti občine obremenitvam festivalskega turizma.**³⁴

³³ Pomembno je opozoriti na pravilno tolmačenje nočitev iz naslova festivalov, saj to niso samo nočitve v festivalskem kampu, ampak tudi v ostalih tipih nastanitve. Raziskava FUDŠ namreč primerja rast festivalskih nočitev (to so nočitve, ki se vodijo v evidenci nočitev v festivalskem kampu) in vseh nočitev v občini Tolmin (to so nočitve, ki se vodijo na podlagi plačila turistične takse), in na podlagi rasti slednjih ugotavlja, da se je obseg turističnih nočitev med letoma 2016 in 1998 za Slovenijo povečal nadpovprečno. Podani so zaključki, da preostale nočitve rastejo hitreje od festivalskih, kar implicira na to, da preostale zvrsti turizma rastejo hitreje kot festivalski. Pri tovrstni primerjavi je potrebno poudariti, da turistov, ki pridejo z motivom festivalskega obiska, ne moremo enačiti zgolj z nočitvami v festivalskem kampu, saj jih veliko noči tudi v drugih oblikah nastanitve, samim turistom pa je potrebno dodati še izvajalce in ostalo osebje, ki organizira festival ter ne noči v kampu. Zato tovrstna metodologija za merjenje učinkov festivalov ni primerna.

³⁴ Izpostavljenost občine Tolmin obremenitvam festivalskega turizma (2017), naročnik: Občina Tolmin, izvajalec: Fakulteta za uporabne družbene študije (FUDŠ). Raziskava je pokazala, da večina vprašanih (60,7 %) meni, da bi morali ohraniti trenuten obseg festivalskega

Ugotovitve raziskave so pokazale, da ima festivalski turizem za Tolmin pozitivne učinke in ga je potrebno ohraniti, a ob tem paziti na njegov obseg in pogoje.

- ▶ Leta 2018 je agencija Valicon opravila raziskavo med obiskovalci festivalov³⁵, ki se ukvarja z **zadovoljstvom in potrošnjo obiskovalcev festivalov**. Za namen priprave pričujoče strategije smo izvedli posebno anketo med turističnimi ponudniki. Rezultati potrjujejo pozitivno stališče do festivalskega turizma, ob predpostavki odpravljanja motečih elementov.³⁶ Medtem ko so profesionalni ponudniki turističnih storitev, udeleženci delavnice s 6. 3. 2019, izpostavili naslednja stališča: (1) Festivali so v prvih letih obstoja pomagali razvijati turizem. (2) Z razvojem festivalov sta se začeli povečevati množičnost obiska in obremenitev okolja s hrupom. To je začelo vplivati na upadanje števila stalnih gostov, ki prihajajo v občino z drugimi motivi obiska (ribiči, pohodniki, itd.). (3) Festivalski turizem je skoncentriran v času visoke sezone, ko sta infrastruktura in okolje že obremenjena.
- ▶ **Občina Tolmin je v letu 2018 obravnavala tematiko nadaljnjega razvoja festivalskega turizma v Tolminu** in sprejela naslednje sklepe: (1) Za poletje lahko tolminska občina za Sotočje izda dovoljenje le za festivale, ki so bili organizirani že lani: MetalDays, Punk Rock Holiday, Overjam International Reggae Festival, MötörCity, Halamoye, Sajeta in Soča Outdoor Festival. (2) V vsakem koledarskem letu bo **Pravilnik o organizaciji festivalov na Sotočju** na podlagi posebnih kriterijev in postopka za izbiro organizatorjev festivalov določil število večdnevni festivalov, ki se med tekočim letom lahko organizirajo na območju Tolmina (torej v k. o. Tolmin). (3) Ustanovi se **Komisija za spremljanje festivalov**, ki bo spremljala potek festivalov ter skrbela za sporazumno reševanje morebitnih sporov, ki se bodo pojavljali v zvezi z organizacijo festivalov. Občinski svet predlaga, da se v komisijo imenujejo: predstavnik Krajevne skupnosti Tolmin, predstavnik Zavoda za turizem Dolina Soče, predstavnik Zavoda za kulturo, šport in mladino Občine Tolmin, predstavnik občinske uprave Občine Tolmin, predstavnik vsakokratnega organizatorja festivala.
- ▶ V prihodnjih dveh letih bo v bližini festivalskega prizorišča zgrajena tolminska obvoznica. Njena izgradnja je strateška prioriteta občine Tolmin. Umeščena je v Državni prostorski načrt. V času priprave strategije še ni jasnih podatkov, kako bo izgradnja vplivala na izvedbo festivalov, je pa Občina Tolmin že začela dialog z organizatorji festivalov.

turizma, 19,8 % jih meni, da bi morali obseg povečati, 18,6 % da bi ga morali zmanjšati, 1 % pa meni, da festivalskega turizma ne bi smelo biti. V zaključkih raziskave so izvajalci podali tudi smernice o nadaljnjem razvoju festivalskega turizma: (1) Festivalski turizem ima za Tolmin pozitivne učinke in ga je vsekakor treba ohraniti in spodbujati, a ob tem paziti na njegov obseg in pogoje. (2) Odsvetovali so nadaljnje povečevanje števila festivalov v Posočju v času poletne sezone in priporočili razmislek o zmanjšanem številu festivalov, pri čemer naj bi ohranili tiste, ki pritegnejo daleč največ obiskovalcev (kar najbolj velja za MetalDays), in tiste, ki so prek svojih organizatorjev izrazito vpeti v lokalno okolje (npr. Sajeta). (3) Tedni v poletni sezoni, ki bi se z nekoliko zmanjšanim številom festivalov spet sprostil, bi lahko bili namenjeni drugim turističnim dejavnostim in razvoju ostalih oblik turizma. (4) Nujna je dokončna ureditev komunalne infrastrukture na območju festivalov ob Sotočju, kar mora vključevati tudi klasične sanitarije. (5) Priporočili so oblikovanje koordinatorja (povezovalca, stične točke) na ravni občine (lahko gre tudi za posameznega uslužbenca, zadolženega izrecno za to področje) in stalen dialog. (6) Priporočili so razumen, a tudi dovolj samozavesten dialog z organizatorji festivalov. (7) Omogočen dostop do obrežja Soče je bistven tudi v času festivalov – tako iz praktičnih in formalnopravnih kot tudi iz simbolnih razlogov. (8) Spodbujanje organizatorjev, da festivale izvajajo čim bolj trajnostno, tako z optimalno postavitvijo ozvočenja z vidika omejevanja pretiranega hrupa kot tudi z minimizacijo količine odpadkov in zahtevo po ločenem zbiranju.

³⁵ Festivalsko dogajanje v Tolminu, Raziskava med obiskovalci festivalov, Raziskovalno poročilo (2018), naročnik: MH Music Holiday, izvajalec: Valicon.

³⁶ Spletna anketa je bila v občini Tolmin izvedena v letu 2018. Na vprašanje o prihodnosti festivalov je odgovorilo 82 deležnikov. Pri tem je potrebno opozoriti, da je bil prevladujoč delež deležnikov, ki so odgovarjali, iz segmenta 'apartmaji in zasebne sobe' (51 deležnikov), ki imajo od festivalov neposredne koristi. Prevladovali sta mnenji, da je število festivalov (7) ustrezno (32,1 %) oziroma da naj se število festivalov omeji na 4 (27,4 %), oboje ob predpostavki izboljševanja kakovosti spremljajoče ponudbe, logistike in upravljanja s prizorišči, prometom, hrupom in odpadki. Tema dvema odgovoroma je sledil predlog, da se nekatere obstoječe festivale prestavi v čas pred in po sezoni, sočasno pa se dviguje kakovost, kot naštetu zgoraj (23,8 %).

- ▶ V letu 2019 so bili organizirani naslednji festivali: Soča Outdoor Festival, Sajeta, Butik, MetalDays, Punk Rock Holiday in Overjam International Reggae Festival.

Usmeritve za nadaljnji razvoj

- ▶ **Vzpostavitev sodelovanja in rednega dialoga v trikotniku Občina Tolmin, Turizem Doline Soče in organizatorji festivalov.** Pomembno je, da Občina Tolmin in TDS aktivno usmerjata festivalski produkt, organizatorji festivalov pa v dialogu z destinacijo aktivno sodelujejo pri zmanjševanju negativnih učinkov festivalov. Vzpostaviti je potrebno redno komunikacijo, usklajevanje ter sodelovanje tudi izven festivalske sezone. Ustrezno je potrebno nadgraditi tudi obveščanje ostalih ponudnikov ter lokalnih prebivalcev.
- ▶ **Priprava klasifikacije festivalov,** saj se obstoječi med seboj izrazito razlikujejo tako po vsebinah (glasbeni, kreativni tabor, športni dogodek) kot po številu obiskovalcev (od 150 do 12.000) in njihovem vplivu na okolje (hrup, odpadki). Priprava primarnih kriterijev za klasifikacijo festivalov (npr. število obiskovalcev, začasna čezmerna obremenitev okolja s hrupom...) in sekundarnih kriterijev (npr. vpliv na okolje, vključevanje lokalne skupnosti, razmerje med tujimi in domačimi obiskovalci...).
- ▶ **Priprava pravilnika in dolgoročnejšega načrta.** Pri pripravi Pravilnika o organizaciji festivalov na Sotočju priporočamo, da se ukrepi sprejmejo glede na kriterije npr. do 1 festival v visoki sezoni (kapaciteta do 12.000), ne pa samo številčno (do 5 festivalov v času visoke sezone). Pri oblikovanju predlogov so pomembna tudi strokovna izhodišča, predvsem socialna in okoljska nosilnost festivalskega območja (sprejemljiva količina obiskovalcev) in nosilnost obstoječih kapacitet ter infrastrukture v občini. Pri administrativnem omejevanju festivalov predlagamo preverjanje ukrepov z organizatorji festivalov, saj je potrebno upoštevati tudi zakonitosti posamičnih industrij (npr. glasbene za tovrstne festivale). Glede na to, da govorimo o festivalih na prostem (open-air), jih je težko premikati izven glavne sezone, saj se s tem povečuje riziko slabega vremena in uspešnosti festivalov. Poleg Pravilnika o organizaciji festivalov na Sotočju, ki se sprejema na letni ravni, priporočamo pripravo dolgoročnejšega načrta upravljanja festivalov. Ta bo omogočal načrtovanje organizatorjev festivalov kot tudi turističnih ponudnikov in TDS.
- ▶ **Obvladovanje negativnih učinkov festivalov (hrup, gneča, onesnaževanje...).** Skupaj z izvedencem za hrup in ustreznimi meritvami je potrebno iskati dodatne načine za zmanjševanje učinkov hrupa. V času trajanja festivala se opravijo meritve in pripravijo predlogi za zmanjšanje hrupa s strani profesionalnih izvajalcev. Občina Tolmin aktivno pristopi tudi k spodbujanju prihoda obiskovalcev v Tolmin z javnim prevozom in urejanju dostopa do reke v času festivalov, kar organizira in rešuje skupaj z organizatorji festivala. Občina v sodelovanju s TDS in Komunalo Tolmin pripravi zelene (trajnostne) smernice za organizatorje festivala.
- ▶ **Dopolnitev komisije za reševanje odprtih vprašanj.** Komisiji za spremljanje festivalov, ki se oblikuje skladno s sklepom Občine Tolmin, se poleg predstavnika Krajevne skupnosti Tolmin, predstavnika Zavoda za turizem Dolina Soče, predstavnika Zavoda za kulturo, šport in mladino Občine Tolmin, predstavnika občinske uprave Občine Tolmin ter predstavnika vsakokratnega organizatorja festivala, **doda še predstavnik profesionalnih ponudnikov v Dolini Soče.** Komisija se lahko dopolni še s predstavniki najbližjih krajevnih skupnosti. Cilji skupine morajo biti jasno opredeljeni in usmerjeni v iskanje rešitev konkretnih izzivov, ki

nastajajo zaradi festivalov (npr. obremenitev s hrupom). Poleg reševanja odprtih vprašanj z lokalnim prebivalstvom je cilj izboljšanje izkušnje vseh turistov, tako festivalskih kot tistih, ki v Tolmin ne pridejo z motivom obiska festivalov. Vodi jo koordinator za festivale – predstavnik Občine Tolmin.

- ▷ **Nadaljevanje rednega dialoga in podpora profesionalnim turističnim ponudnikom v Tolminu**, saj je pomembno, da mikrodestinacija ni odvisna zgolj od enega produkta oz. da ta produkt ne zavira razvoja drugih produktov in ponudnikov, ki so vodilni in se ukvarjajo izključno s turizmom.
- ▷ **Izboljšanje izkušnje za goste**. TDS v sodelovanju z organizatorji festivalov identificira potrebe gostov (npr. povpraševanje po veganski hrani) in možnosti nadgradnje ponudbe ter o tem ustrezno informira ponudnike na destinaciji.
- ▷ **Priprava izobraževanj za gostinske ponudnike in ponudnike nastanitev**. Izobraževanja imajo dva cilja: zmanjšati odvisnost ponudnikov od festivalov (kompetence na področju trženja, profiliranja ponudbe) ter dvigniti nivo ponudbe in gostoljubnosti za vse goste (tudi festivalske).! *Povezava na Upravljanje destinacije, Ukrep 2.5.*
- ▷ **Izvedba redne raziskave potrošnje in zadovoljstva turistov**. Do sedaj še ni bila opravljena celostna raziskava o potrošnji in zadovoljstvu turistov po ciljnih skupinah v Dolini Soče. Za ustrezno odločanje manjkajo primerjalni podatki o potrošnji turistov, njihovih motivih ter zadovoljstvu.³⁷ *! Povezava na Upravljanje destinacije, Ukrep 4.3.!*
- ▷ **Ureditev infrastrukture na območju Sotočja v Tolminu / kanalizacija in toaletni prostori**. Festivali se odvijajo na elitni lokaciji ob sotočju Soče in Tolminke, ki je privlačna točka tudi za kopanje in sprostitve v naravi. Lastništvo teh zemljišč v večjem delu ni 'stabilno' zaradi nedokončane denacionalizacije, likvidacijskega in stečajnega postopka, del pa je tudi v lasti tuje pravne osebe. Območje je v OPN občine Tolmin opredeljeno za turistično in rekreacijsko rabo, pred kakršnimikoli večjimi posegi pa je skladno z OPN potrebno pripraviti OPPN. Kot je bilo že opredeljeno v različnih strokovnih podlagah, je območje smiselno prostorsko načrtovati in urejati večnamensko ter sonaravno, tako da bo omogočalo javno rekreacijsko rabo parkovnih površin in naravnega kopališča kot tudi organizacijo večjih prireditev (festivalov). Obstoječe opuščene objekte je smiselno nameniti turističnim, športno-rekreacijskim in drugim podpomnim storitvam, vendar je za pripravo OPPN nujna enotna namera in vizija lastnikov. Z vidika nadaljnega razvoja naj občina aktivno pristopi k urejanju lastniških razmerij, ki bodo omogočila razvoj, začrtan z aktualnimi prostorskimi akti.

³⁷Raziskava organizatorja festivalov (Valicon) npr. navaja, da povprečna poraba posameznega obiskovalca (ne vključuje vstopnic, nastanitve in transporta) med festivalom znaša približno 350 EUR. Vendar to ni podatek dnevne porabe, ampak je vezan na število dni festivala, ki v raziskavi ni specificiran. Za adekvatno primerjavo bi potrebovali podatek o dnevni porabi festivalskih turistov. Šele celostna raziskava bi nam omogočala tudi primerjavo med posamičnimi tipi turistov.

Tabela 4 Akcijski načrt Ponudba destinacije

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	K S	2020 -22	2022 -23	2023 -25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
1 Oblikovanje ponudbe za celo leto	1.1	<p>Spodbujanje razvoja in promocije produktov v zimskem času</p> <ol style="list-style-type: none"> Nadgradnja in promocija obstoječe ponudbe smučišča Kanin (Gora zimskih outdoor doživetij) ter priprava zimske ponudbe paketov nastanitvev s Ski pass karto Julijske Alpe. Razvoj inovativnih idiličnih zimskih programov v dolini s posameznimi ponudniki in mikrodestinacijami kot dopolnitev Kanina. Razvoj koncepta božiča in novega leta na mediteranski terasi kot ultimativnega romantičnega oddiha za pare (npr. vožnja na Kanin s šampanjcem in prigrizkom, pohod z baklami...). Spodbuditi oblikovanje noveletnih paketov in zagotovitev adventno-noveletnega dogajanja na trgih v Bovcu, Kobaridu, Tolminu in Mostu na Soči. Razvoj team building programov za podjetja. 	Smučišče Kanin, ponudniki, PS - zima, TDS	1	o	o				o	o	o	o	o		120.000	Turistična taksa, občine, EU/RS, ponudniki
	1.2	<p>Spodbujanje razvoja in promocija ponudbe za podaljševanje sezone</p> <ol style="list-style-type: none"> Nadgradnja obstoječih produktov, ki imajo potencial podaljševanja sezone: ribištvo, kajakaštvo, kolesarjenje, pohodništvo, padalstvo... Spodbuditi oblikovanje predsezonske ponudbe in izvedba kampanj (npr. otvoritev sezone, early bird paketi). Oblikovanje vikend paketov izven glavne sezone v sodelovanju s turističnim gospodarstvom. Poziv za oddajo paketov in kampanja za promocijo. Razvoj posebnih vodenih trajnostno naravnanih doživetij za individualne goste v sodelovanju s specialističnimi vodniki (npr. ogled jam, fotolov, opazovanje rastlin in živali, energijske točke...) 	PS, TDS, GIZ, muzeji, FPM, društva in ostali	1	o					o	o	o	o	o	o	200.000	Turistična taksa, občine, EU/RS, ponudniki
	1.3	<p>Spodbujanje oblikovanja ponudbe kulturnega turizma z izrazitim lokalnim značajem, ki nagovarja tuje obiskovalce in je na voljo v</p>	PS, TDS, muzeji,	1	o					o	o	o	o	o	o	40.000	Lastni viri upravljavcev

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	K S	2020 -22	2022 -23	2023 -25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		<p>rednih terminih (ne na povpraševanje)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oblikovanje produktne skupine za kulturo 2. Oblikovanje mreže ponudnikov muzejev, privatnih zbirk, lokalnih rokodelcev, lokalnih proizvajalcev (= produktna skupina kulturna dediščina). 3. Oblikovanje modulov doživetij (npr. 2-urna vodenje po dediščini Soške fronte / Pot miru), prikazov lokalnih obrti (npr. izdelava sira), redne kulturne ponudbe (npr. kino predstave na prostem) ali odprtih vrat (npr. redni termini za obisk zasebnih zbirk). 4. Podaljšano delovanje muzejev in /ali muzejskih zbirk določen dan v tednu v času visoke sezone z dodatno (plačljivo) ponudbo (npr. delavnice ali posebno večerno vodenje). 5. Oblikovanje mesečnega urnika dostopne doživljajske ponudbe v času visoke sezone, npr. vodenj po dediščini Soške fronte – Poti miru (leto 1) in širitev v čas pred in po sezoni (leto 2+). 6. Kampanja za promocijo doživetij kulturnega turizma (mesečni letaki, spletna stran destinacije, obveščanje ponudnikov nastanitev, predstavitve v kampih, A stojala...). 	FPM, zasebne zbirke, lokalni rokodelci, društva in ostali														, občine, EU/RS, ponudniki
	1.4	<p>Nadgradnja / prilagoditev ponudbe obstoječe kulturne dediščine in prikazov načina življenja ter običajev</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Digitalizacija treh enot nepremične kulturne dediščine in oblikovanje ponudbe za turiste. 2. Oblikovanje dodatne/nadgrajene ponudbe za obiskovalce (npr. zasebna personalizirana vodenja po muzeju, vodenja po Poti miru, kreativne delavnice). 3. Prilagoditev/posodobitev lastnih komunikacijskih orodij kulturnih ponudnikov (npr. prilagoditve spletnih strani za mobilne naprave) in strategija nastopa na agregatnih portalih (TripAdvisor) in družabnih omrežjih. 	Muzeji, TDS, FPM, zasebne zbirke, društva in ostali	1	o					o	o	o	o	o	o	100.000	Lastni viri upravljavcev , občine, EU/RS

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	K	S	2020 -22	2022 -23	2023 -25+	D	K	Z	Indikativna vrednost
		4. Razvoj interaktivnih vodenj (aplikacije), ki omogočajo vključitev elementov obogatene resničnosti.															
	1.5	Posodabljanje muzejskih zbirk in muzejev na prostem 1. Nova stalna razstava v Tolminu (Tolminski muzej); 2. Kobarid: razstavni paviljon – starodobno gasilsko vozilo iz 1. svetovne vojne; 3. Kobariški muzej (digitalizacija in nadgradnja razstav); 4. Pot miru (vsebinske nadgradnje in ukrepi, vezani na infrastrukturo – glej poglavje infrastruktura) 5. Podpora pobudam pri nadgradnjah manjših muzejskih zbirk; 6. Preučitev možnosti stalnih razstav dediščine pustnih mask.	TM, MK, PRC, društva	1	o					o	o	o	o			300.000	Občine, EU Interreg, LAS, MK
	1.6	Oblikovanje strategije in operativnega načrta nosilnih lokalnih dogodkov Doline Soče s ciljem ožjega izbora dogodkov, ki se aktivno promovirajo v nacionalnih in mednarodnih kanalih Preučiti možnosti za razvoj in promocijo Drežniškega in Ravenskega pusta, na način, ki ne posega v lokalne navade in običaje	TDS, društva	2	o					o	o	o	o	o		3.000	TDS
	1.7	Spodbujanje razvoja in oblikovanje mednarodno prepoznavnih vsebin, ki so motiv prihoda izven glavne sezone 1. Razvoj mednarodno prepoznavnega kulinaričnega festivala v oktobru. 2. Vpis Poti miru – dediščine 1. svetovne vojne na UNESCO seznam svetovne dediščine. 3. Podpora organizaciji mednarodnih tekmovanj (kajak, padalstvo...) in prireditvam za profesionalce in rekreativce izven glavne sezone.	PS, TDS, FPM, GIZ, profesionalni organizatorji, društva in ostali	1	o					o	o	o	o	o	o	480.000	Turistična taksa, občine, EU/RS, ponudniki, tržni viri
2 Dvigkakovosti ponudbe in cenovno	2.1	Podpora in izobraževanje za ponudnike <i>! Glej Upravljanje: Akcija 2.2.5.!</i>	PRC, TDS	1	o											/	
	2.2	Prilagoditev ponudbe skladno z globalnimi in nacionalnimi standardi za obratovanje nastanitvenih in gostinskih obratov, ki so posledica odzivanja in potrebnih prilagoditev napo pandemiji	TDS, ponudniki	1	o					o	o			o		40.000	Ponudniki, upravljavci dejavnosti,

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	K S	2020 -22	2022 -23	2023 -25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
repozicioni- ranje		Covid-19 1. Priprava oz. prilagoditev standardov za različne tipe ponudnikov 2. Priprava usmeritev in priporočil za vpeljavo koronastandardov sprejema gostov, organiziranosti prostora in poti gibanja gostov, čistoče in higienskih ukrepov ter drugih protokolov 3. Oblikovanje protokolov za različne primere izrednih situacij (npr. okužba zaposlenih, izbruh bolezni pri gostih...) 4. Priprava usmeritev za komuniciranje ukrepov (varnost, čistoča, gibanje in primerna oddaljenost, osebni prostor, ...) na destinaciji in za posamične ponudnike 5. Izvedba sklopa izobraževanj za pomoč ponudnikom pri vpeljavi standardov in novih načinov komunikacije ter trženja 6. Nadgradnja standardov za izboljšanje izkušnje gosta in personalizacije storitve v času po normalizaciji turističnih tokov															občine
	2.3	Oblikovanje kolektivne znamke Doline Soče in razvojem certifikacijskega sistema 1. Opredelitev izdelkov in storitev, prednostno i) kulinarični izdelki, ii) doživetja/storitve, iii) namestitve. 2. Razvoj pravilnika z opredelitvijo minimalnih kriterijev in standardov ter certifikacijskimi postopki. 3. Branding in zasnova celostne podobe skladno z arhitekturo znamk DS. 4. Opredelitev kategorizacije oz. sistema kolektivne znamke in njenih (produktnih) podznamk. 5. Animacija ponudnikov in pilotni poziv. 6. Izvajanje certificiranja z usposabljanji in svetovanjem ponudnikom. 7. Spletna trgovina.	TDS	1	o					o	o	o		o	o	100.000	Turistična taksa, občine, EU/RS, ponudniki, tržni viri

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR		
					DS	B	K	T	K	S	2020-22	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		8. Promocija kolektivne blagovne znamke.																
	2.4	Spodbujanje prilagoditev ponudbe za posamične ciljne skupine (npr. kolesarje, pohodnike, ribiče) <i>! Glej poglavje Turistična infrastruktura in režimi: Akcija 7.7.1.</i>		2	o						o	o	o	o		/		
	2.5	Spodbujanje prilagoditev ponudbe za dvig ravni dostopnosti turistične ponudbe 1. Popis ponudnikov, ki imajo urejene prilagoditve (npr. gibalno ovirani) v različnih segmentih ponudbe (nastanitev, športne agencije, gostinski ponudniki). 2. Izpostavitve ponudnikov s prilagoditvami na spletni strani www.soca-valley.com. 3. Izobraževanja za ponudnike na temo dostopnega turizma! <i>Glej tudi Upravljanje: Akcija 2.2.5.!</i> 4. Spodbude za prilagoditve infrastrukture! Glej poglavje Turistična infrastruktura in režimi: Ukrep 7.7.1! 5. Spodbujanje vključitve obstoječih ponudnikov zdravstvenih storitev (npr. Dializni center Kobarid) v celostno ponudbo in programe Doline Soče.	TDS, ponudniki	2	o						o	o	o	o		5.000	Turistična taksa, občine, EU/RS, ponudniki,	
3 Razvoj ponudbe 5* doživetij in dvig ravni doživljajsko-sti obstoječe ponudbe ter deficitarne ponudbe	3.1	Spodbujanje oblikovanja 5* doživetij destinacije , izvedba promocijskih aktivnosti v sodelovanju z STO in nudenje podpore pri oblikovanju doživetij 1. Pregled in valorizacija potencialov 2. Fazno oblikovanje 5* doživetij (projektno) Oblikovanje enega 5* doživetja na dvoletni ravni	TDS s PS in partnerji	1	o					o	o	o	o	o	o	40.000	Turistična taksa, občine, EU/RS, ponudniki	
	3.2	Spodbujanje razvoja in promocija dodatne ponudbe doživetij in storitev s poudarkom na DOBREM POČUTJU 1. Oblikovanje produktne skupine za dobro počutje/sprostitev 2. Spodbude za oblikovanje doživetij destinacije z rednimi termini izvajanja: joga v naravi, meditacija, apiterapija, vodenje po energijskih točkah. 3. Spodbude za razvoj dodatne ponudbe storitev dobrega	PRC s PS in partnerji, DS	2	o					o	o	o	o	o	o	25.000	Tržni viri, EU/RS, ponudniki	

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	K	S	2020-22	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost
		počutja (masaže, selfness, joga v naravi, tečajji zdrave prehrane, gozdni selfness, energijske poti ...). 4. Kampanja za promocijo aktivnosti (mesečni letaki, spletna stran destinacije, obveščanje ponudnikov nastanitvev, predstavitve v kampih, A stojala...).															
	3.3	Izobraževanja in priročniki za razvoj ponudbe 5* doživetij za obstoječe ponudnike ter ogled dobrih praks v tujini ! Povezava na ukrepa Upravljanje 2.2.5.!	TDS s PS in partnerji	2	o					o	o	o		o	o		Tržni viri, EU/RS, ponudniki
	3.4	Identifikacija in spodbujanje razvoja podjetniških podpornih storitev za celostni servis: prevozi, kulinarčni tečajji, ponudba za otroke itd.	PRC, ZRSZ	1	o					o	o	o					ZRSZ, SPS
4 Vzpostavljanje mreže ponudnikov in povezovanje ponudbe	4.1	Horizontalna in vertikalna mreža ponudnikov »Soča EVERGREEN TIM« 1. Vzpostavitev in aktivno delo s produktivnimi skupinami destinacije ter finančna podpora za razvojne in trženjske akcije produktivnih skupin (pogoj je, da skupina redno deluje in je vanjo vključenih vsaj 5 ponudnikov). 2. Redno usmerjanje in usklajevanje aktivnosti s ponudniki glede na posamično sezono. 3. Pomoč pri realizaciji pobud za povezovanje s strani ponudnikov (npr. <i>Book a village</i>). 4. Medsebojno mreženje ponudnikov: podpora iniciativam ponudnikov za povezovanje v verige.	TDS s PS in ponudniki	1	o					o	o	o		o		180.000 (30.000 EUR/leto)	TDS – delovanje, ponudniki, turistična taksa
	4.2	Povezovanje ponudbe v multi-day produkte 1. Identificiranje potreb in interesa ponudnikov. 2. Fazni razvoj prodajnih produktov in umeščanje v Feratel.	TDS s PS in ponudniki	1	o					o	o	o		o		5.000	TDS – delovanje, ponudniki
	4.3	Shema »Soča EVERGREEN Team Buliding« - spodbude za sodelovanje 1. Finančna podpora za trženjske pobude (akcije, projekte), v katerih sodelujejo najmanj trije ponudniki iz Doline Soče in prispevajo k uresničevanju ciljev te strategije.	TDS	2	o					o	o	o	o	o	o	120.000 (20.000 EUR/leto)	TDS, turistična taksa
5	5.1	Povezovanje gostinskih ponudnikov in skupna promocija	TDS z	1	o					o				o	o	60.000	TDS –

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	K	S	2020-22	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost
Nadgradnja gostinske ponudbe		<ol style="list-style-type: none"> 1. Oblikovanje produktne skupine za kulinariko 2. Zagotavljanje celoletnega obratovanja restavracij; uskladitev ponudnikov skladno z zgornjimi usmeritvami je prva prioriteta destinacije. 3. Oblikovanje jesenskega meseca posoške kulinarike v sodelovanju z vinarji iz Brd (več v smernicah). 4. Priprava dogodkov in aktivnosti za leto 2021: Slovenija, Evropska gastronomska regija. 	gostinci, PS													(10.000 EUR/leto)	delovanje, ponudniki
	5.2	Vzpostavitev kolektivne znamke kakovosti Doline Soče – dvig kvalitete in certificiranje ponudnikov v kulinariki <i>! Glej Akcijo 2.2.2.</i>	TDS	1	o					o				o	o	/	Upravljanje 3.3.1.
	5.3	Spodbujanje novih tipov kulinarčne ponudbe <ol style="list-style-type: none"> 1. Hrana na planinah, ulična prehrana, kmetije odprtih vrat in izletniške kmetije. 2. Vegetarijanska in veganska hrana ter drugi tipi ponudbe. 3. Spodbuditi gostince k razvoju ponudbe zajtrkov. 	TDS s PRC, OOO in z gostinci	2	o					o				o	o	np	Turistična taksa, občine, EU/RS, ponudniki
	5.4	Spodbujanje proizvodnje prehranskih in rokodelskih izdelkov za turistično rabo in pomoč pri administraciji (registracija dejavnosti) ter povezovanju lokalnih dobavnih verig (kmetije-gostilne, penzioni, B&B...).	PRC, KGZS, TNP	2	o					o	o	o		o	o	18.000 (3.000 EUR/leto)	Občine, EU/RS, ponudniki
	5.5	Razvoj modela trženja in promocije tipičnih sestavin in jedi Doline Soče <ol style="list-style-type: none"> 1. Oblikovanje priročnika s predstavitvijo tipičnih sestavin (geografsko poreklo) in jedi (recepti) Doline Soče. 2. 1 akcija letno: "Tolminc na vsako mizo" (opis v smernicah). 3. Razvoj linije produktov in spominkov iz lokalne pridelave (Kolektivna blagovna znamka; <i>! Glej tudi Ukrep 2.2.2.</i>) 4. Oblikovanje pilotnega sodelovanja z eno pašno skupnostjo za redno ponudbo doživetja, ki vključuje degustacijo sira na planini z ogledom planine. Nadgradnja izkušnje in razširitev dobre prakse v letu 1+. 	PRC, TDS, KGZS, TNP	2	o					o	o	o		o	o	18.000	Občine, EU/RS, ponudniki, proizvajalci

4.3. Strateško področje 3: Upravljanje destinacije

Izhodišča

Z združitvijo več občin v skupno destinacijo Dolina Soče, vstopom številnih novih malih ponudnikov na trg in izjemno rastjo turističnega obiska v zadnjih letih je upravljanje destinacije postalo zahtevnejše in kompleksnejše. Turizem Dolina Soče s 15 redno in 3 sezonsko zaposlenimi ter študenti sočasno deluje na več ravneh: od dnevnega servisiranja obiskovalcev v TIC-ih, rezervacijskem centru, v koritih Tolminke in na Javorci do koordinacije deležnikov (več kot 800 ponudnikov in 6 do 10 lokalnih institucij) in zastopanja destinacije na tujih trgih ter v odnosu do Skupnosti Julijske Alpe, STO in čezmejnih partnerjev. Po drugi strani geografska raznolikost destinacije zahteva občutljivost za različne pristope med območji množičnejšega obiska in umirjenimi robnimi dolinami. Financiranje osnovne javne službe TDS (40 % prihodkov) danes zagotavljajo občine ustanoviteljice, večji del prihodkov pa TDS pridobi iz upravljanja turistične infrastrukture in prodaje lastnih produktov (Tolminska korita, Javorca, AAT...). Ta sredstva se skladno z ustanovnim aktom namensko vlagajo nazaj v lokalno infrastrukturo in niso namenjena širšemu upravljanju destinacije. Za podporo načrtovani zeleni rasti destinacije in pospešen prehod TDS v profesionalnejšo destinacijsko upravljavsko organizacijo bo potrebno kadrovske okrepiti javno službo in povečati financiranje delovanja TDS s strani ustanoviteljic.

V kriznih razmerah pandemije covid-19 in v pogledu dolgoročnega ohranjanja konkurenčnosti destinacije ter zagotavljanja trajnostnega upravljanja, tako poseben izziv Doline Soče predstavljajo zagotavljanje kontinuiranega financiranja DMMO in kadrov TDS, ostalih lokalnih upravljavskih struktur (komunala, lokalni razvoj, redarstvo, kultura...) in krepitev njihovega medsebojnega učinkovitega in hitrega delovanja, odločanja in ukrepanja. Odsotnost bolj načrtno koordinacije se odraža v množici sicer dobrih projektov, o katerih pa nosilci pogosto med seboj niso seznanjeni, njihovi rezultati pa zato ne dosežejo takšnih učinkov na ciljne skupine in destinacijo, kot bi jih lahko. Pomembno za prihodnje poslovanje turističnega gospodarstva Doline Soče bo tudi splošno zadržanje in pridobivanje kakovostne delovne sile ter dvigovanje dodane vrednosti. Več kot 90 % ponudnikov je v spletni anketi, izvedeni januarja 2019, izpostavilo, da težko dobijo kuharje, natakarje, sobarice/čistilke, voznike, vzdrževalce objektov in okolice, turistične in športne vodnike, digitalno-komunikacijske strokovnjake, organizatorje in animatorje programov. Destinacija nima vzpostavljenega načrtnega sistema razvoja kadrov za potrebe turizma, prav tako pa zaostaja na področju usmerjanja razvoja mikrodestinacij ter upravljanja kakovosti in odličnosti v destinaciji.

5 ključnih izzivov

- ▷ Prehod TDS iz promocijsko-informacijske v destinacijsko management organizacijo
- ▷ Upravljanje prehoda iz epidemije covid-19 v nov trajnostni zagon destinacije
- ▷ Upravljanje razdrobljene ponudbe in ponudnikov
- ▷ Usklajevanje in osredotočanje razpršenih projektov, aktivnosti in odločanja
- ▷ Zagotavljanje odličnosti, neprestanega inoviranja, hitrega prilagajanja razmeran na trgu ter usmerjanje razvoja turizma v mikrodestinacijah
- ▷ Zagotavljanje kadrov za celoletno obratovanje in dvig dodane vrednosti turističnega gospodarstva
- ▷ Vloga TDS v destinaciji, Julijskih Alpah, Sloveniji in čezmejnem prostoru

Cilj

- Profesionalno, partnersko, odzivno in učinkovito upravljanje destinacije Dolina Soče

Kazalnik	Vir	2018	2022	2025
Ocena zadovoljstva lokalnih partnerjev z delom TDS	Spletna anketa ³⁸	Dobro (3)	Dobro / zelo dobro (3,5)	Zelo dobro (4)

Vizija

Turizem Dolina Soče se bo iz promocijsko-informacijske turistične organizacije preobrazil v močno in visoko profesionalno destinacijsko management organizacijo, ki bo sposobna učinkovito voditi destinacijo skozi spreminjajoče se poslovno okolje. TDS bo na tujih trgih prepoznan kot prvi in kompetenten predstavnik Doline Soče, v Sloveniji pa kot referenčni model za upravljanje razvitih kompleksnejših medobčinskih turističnih destinacij. Znotraj doline bo TDS nepogrešljivo gibalno razvoja turizma, ki bo skupaj s svetom zavoda, strokovnim svetom, produktnimi skupinami in Ambasadorji Doline Soče skrbel za uresničevanje strategije, notranjo motivacijo in zunanjo podporo destinaciji.

DMMO-ju se bodo pridružili novi ambiciozni stalni ali občasni strokovnjaki na področju upravljanja doživetij, produktnih inovacij, razvoja in upravljanja turistične infrastrukture in različnih destinacijskih shem. Občine, Komunala Tolmin, medobčinska uprava, PRC, JZ TNP in druge pomembne inštitucije bodo bolje razumele potrebe turistov in prek hitrih, učinkovitih in rednih koordinacij delovale usklajeno. Turistični ponudniki bodo prek različnih skupin in tudi digitalnih orodij tesneje vključeni v aktivnosti upravljanja destinacije in bodo prevzeli večjo vlogo v razvoju destinacije. Na ta način bomo kratkoročno pripravili destinacijo na obdobje po pandemiji, dolgoročno pa dvignili kulturo in učinkovitost sodelovanja v Dolini Soče.

Z načrtnim vlaganjem v znanje in razvoj kadrov, poslovno odličnost, inovacije ter ob hkratnem vlaganju v kakovostne storitve in produkte pod okriljem kolektivne blagovne znamke Doline Soče (*Glej poglavje Ponudba*) bodo turistična podjetja do konca leta 2025 dosegla najmanj 15 % višjo dodano vrednost, kot je danes.

Dolina Soče bo še okrepila vlogo ene od vodilnih slovenskih destinacij ter ostala pomemben partner Skupnosti Julijske Alpe (Biosferno območje Julijske Alpe - UNESCO MAB) in pobudnik različnih čezmejnih povezav ter strateško pomembnih tem.

Rezultati (ključne pričakovane spremembe)

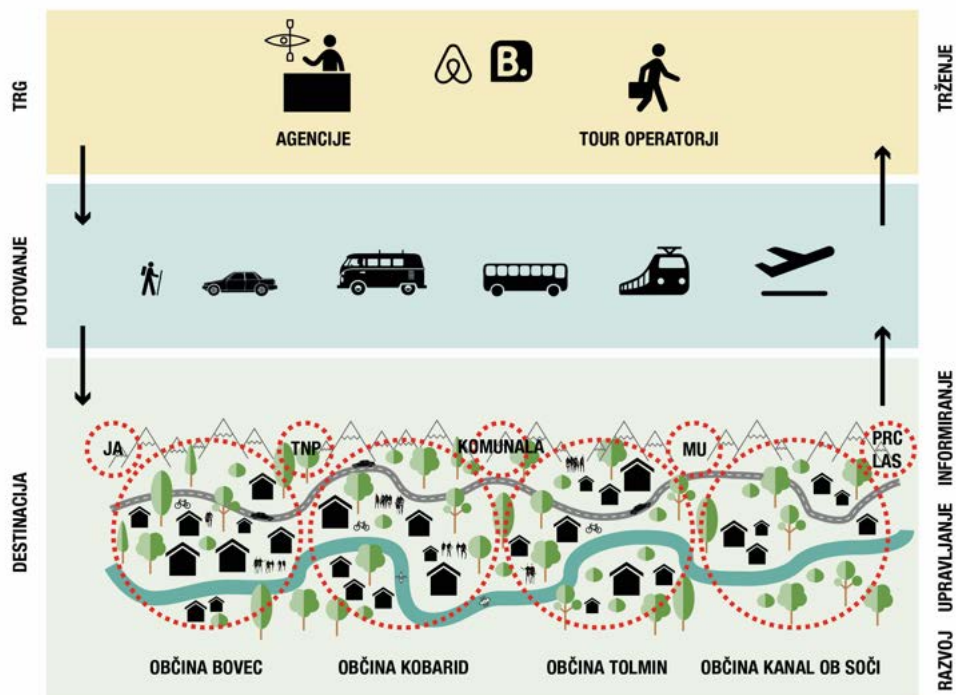
- **Turizem Dolina Soče je močna in profesionalna DMMO z okrepljeno razvojno in upravljavsko funkcijo ter stabilnim financiranjem.** TDS je referenčni primer visoko profesionalne medobčinske destinacijske management organizacije v Sloveniji.
- **Platforma za destinacijsko sodelovanje SOČA EVERGREEN Partnerstvo:** vzpostavljeni in utečeni so načini sodelovanja, usklajevanja in dogovarjanja na različnih ravneh destinacije. Turizem je integriran v delovanje ostalih služb.
 - Trimesečni razširjen kolegij županov s TDS in po potrebi ključnimi deležniki
 - Produktne skupine ponudnikov
 - Virtualne konference ponudnikov in vsaj 1 letni destinacijski dogodek mreženja

³⁸ V občini Bovec je bila spletna anketa izvedena v letu 2016. V njej je 46 % od 173 sodelujočih delovanje takratnega LTO ocenilo kot dobro. Na podobno vprašanje je v anketi januarja 2019 v Kobaridu 48 sodelujočih delo TDS ocenilo s povprečno oceno 3,23, v občini Tolmin pa 86 sodelujočih s 3,44.

- ▷ Vzpostavljeni so stalni programi za pridobivanje in razvoj kadrov za potrebe turističnega gospodarstva
 - Usposobljena baza najmanj 20 lokalnih turističnih vodnikov (v sklopu Julijskih Alp)
 - “Soča Evergreen - Priložnost doma”: program za spodbujanje podjetništva in zaposlovanja mladih iz Doline Soče v turizmu in z njim povezanih storitvah
 - “Soča Evergreen – Na delo v Dolino Soče - zaposlitev v naravi”: kampanja in program za usmerjeno pridobivanje delovne sile iz drugih slovenskih regij in tujine
 - Pilotna uvedba ‘turističnega pospeševalnika’ za kreativne, talentirane in podjetne posameznike Doline Soče
 - Akademija odličnosti v turizmu, z letno udeležbo vsaj 20 ponudnikov, skupaj 120
- ▷ **Ambasadorji Doline Soče** pomagajo uveljaviti vizijo destinacije navzven in navznoter
- ▷ Dolina Soče vzdržuje znak kakovosti **Slovenia Green Destination**, vsaj ena mikrodestinacija pa pridobi znak Gomiška vas (nem. Bergsteigerdorf)
- ▷ Vzpostavljen sistem svetovanja ponudnikom, ki ga koristi vsaj 20 oseb letno
- ▷ Zagotovljen skladen razvoj turističnih središč in zelenih robnih dolin, planot in planin

Ukrepi (Za podroben opis ukrepov in akcij glej Tabelo 5)

- ▷ Krepitev managementa destinacije (Ukrep 1)
- ▷ Razvoj in pridobivanje kadrov za turistično gospodarstvo (Ukrep 2)
- ▷ Odličnost Doline Soče: zagotavljanje standardov odličnosti v destinaciji (Ukrep 3)
- ▷ Raziskave, razvoj in inovacije (Ukrep 4)
- ▷ Vzpostavljanje meddestinacijskih partnerstev (Ukrep 5)



Slika 16 Kompleksnost upravljanja destinacije Dolina Soče

Dodatne usmeritve (načela, pristopi, pojasnila usmeritev strateškega področja)

Splošne usmeritve

- ▶ Upravljanje destinacije ni izključna odgovornost destinacijske organizacije, saj vsebine strategije posegajo v temeljne ureditve prostora, okolja in infrastrukture, ki se uporabljajo tako za namene lokalnega prebivalstva kot za turistične namene. Občine in nosilci javnih služb se morajo zavedati, da njihovi javni servisi podpirajo tako lokalno prebivalstvo kot tudi turiste, katerih potrebe in cikli rabe so lahko drugačni od prebivalcev. Dejstvo je, da je turizem interdisciplinarna dejavnost, ki se lahko uspešno razvija le, če občine turistično strategijo primerno upoštevajo pri vseh razvojnih politikah. Po drugi strani pa je ključno vključevanje in sodelovanje ponudnikov s TDS in med seboj. Ponudniki so v neposrednem stiku z gosti, zato so njihove informacije lahko odločilne pri nadgradnji produktov, razvoju doživetij, povezovanju v pakete in organizaciji dogodkov. Uspešnost turizma destinacije je tako zelo odvisna od aktivnega partnerstva TDS, zasebnih ponudnikov in izvajalcev javnih storitev.
- ▶ TDS kot destinacijska management in marketing organizacija (DMMO) mora vzpostaviti boljši nadzor nad stanjem in dogajanjem v celotni destinaciji. Skupaj s ponudniki in lokalnimi skupnostmi mora skrbeti za pravočasno ukrepanje, inoviranje in nadaljnje načrtovanje, tako v smislu pametnega ravnanja in odzivnosti v času pandemije covid-19 kot tudi v kontekstu izogiba tveganj prekomernega turizma v poletni sezoni in popolnem zlomu v preostalem delu leta.

Usmeritve za organiziranost DMMO Dolina Soče

- ▶ Z rastjo turizma in razvojem destinacije se razvijala in rasla tudi destinacijska management organizacija, zato je v novo obdobje, ki ga zaznamuje pandemije covid-19 vstopila zrelejša. Iz strategije izhaja, da bo potrebno določena delovna področja TDS spremeniti, določena prilagajati in okrepiti, nekatera pa postaviti na novo. V Sliki 17 na naslednji strani prikazujemo okvirno shemo možne smeri organiziranja TDS na štirih prednostnih področjih, ki so tesno povezana med seboj, s ponudniki in drugimi destinacijskimi deležniki.
- ▶ Večjo vlogo pri strateškem usmerjanju destinacije naj ima strokovni svet z ambasadorji destinacije. Vodstvo TDS naj tudi poskrbi za koordinacijo z ostalimi institucionalnimi deležniki destinacije. Področje trženja in promocije se kratkoročno usmerja v nadgradnjo komuniciranja za varno počutje gostov, ki upošteva skrb za njihovo zdravje in zaščito in trženju skladno z odpiranjem mej, dolgoročno pa osredotoča na razvoj novih trgov za izvensezonsko obdobje ter upravljanje doživetij. Področje informiranja se poveže s trženjem v nadgrajenem booking centru. Področja infrastrukture, razvoja in upravljanja doživetij se postopno kadrovske krepijo in prevzemajo nove naloge, ki jih terja razvoj destinacije. Na vseh področjih se krepi digitalizacija storitev in delovanja TDS.
- ▶ Občine ustanoviteljice sorazmerno rasti, situaciji in kadrovski krepitvi povečujejo financiranje javne službe, TDS pa krepi lastne prihodke z vzpostavljanjem tržnih produktov na področjih, kjer v destinaciji (še) ni podjetniškega interesa.
- ▶ Področje razvoja kadrov v turizmu prevzame PRC, pri čemer se povezuje s TDS in OÖZ.

SVET ZAVODA TURIZEM DOLINE SOČE (TDS)

Direktor TDS

STROKOVNI SVET

z ambasadorji destinacije*
("Think tank destinacije")

DESTINACIJSKA KOORDINACIJA

trimesečno razširjen kolegij županov Doline Soče
s TDS + PRC, Komunala Tolmin, MoU, JZ TNP
Začasne medobčinske delovne skupine za kritična vprašanja

TRŽENJE & PROMOCIJA	INFORMIRANJE & DISTRIBUCIJA	INFRASTRUKTURA & TURISTIČNI TOKOVI	RAZVOJ, KAKOVOST & INOVACIJE	RAZVOJ KADROV (PRC)
Upravljanje doživetij*	TIC Bovec	Monitoring obiska in sodelovanje pri zasnovi režimov outdoor dejavnosti in prometa*	Razvoj produktov in podpora produktivnim skupinam*	Vodiči in interpretatorji (TDS)
Krizno komuniciranje	TIC Kobarid	Urejanje pešpoti in druge infrastrukturne po dogovoru z občinami	Upravljanje kolektivne blagovne znamke *	Usposabljanje obstoječih kadrov (PRC)
Internet in socialna omrežja	TIC Tolmin	Upravljanje točk interesa	Upravljanje zelene sheme	Delo z lokalno mladino in štipendije (PRC)
Marketing	TIC Kanal	Razvoj in upravljanje kartice gosta DS	Usmerjanje razvoja mikro destinacij*	Turistični pospeševalnik* (PRC)
Promo dogodki	Pogodbeni TIC: Podbrdo Most na Soči *	Načrtovanje in urejanje nove turistične infrastrukture	Priprava in vodenje projektov	Pridobivanje kadrov za turizem* (PRC)
Mediji & PR	Booking center		Svetovanje ponudnikom*	
Brand management*	Informacijska in komunikacijska platforma		Raziskave, analize in strategije	

Koordinacija

- Mreženje

- Sodelovanje

- Vključevanje

INDIATIVNE PRODUKTNE SKUPINE

ki jih predlagajo in vodijo ponudniki (oblikovanje skupin je dinamično in se prilagaja potrebam in interesom ponudnikov)

Vodni športi	Kolesarjenje	Pohodništvo	Kulinarika	Kultura	Dobro počutje (sprostitveni oddih)	Zima	Druge iniciative
--------------	--------------	-------------	------------	---------	------------------------------------	------	------------------



Ponudniki namestitvev	Ponudniki kulinarike	Ponudniki doživetij	Institucionalni deležniki	Drugi	Partnerji v Sloveniji in tujini
-----------------------	----------------------	---------------------	---------------------------	-------	---------------------------------



ZAČASNE PROJEKTNE SKUPINE za izvedbo določenih akcij in projektov

(*) V razvoju

Slika 17 Okvira organizacijska shema z novimi funkcijami DMMO Turizem Dolina Soče

Tabela 5 Akcijski načrt Upravljanje destinacije

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020 -21	2022 -23	2023 - 25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
1 Krepitev managementa destinacije	1.1	Kadrovska okrepitev in notranja re-organizacija Turizma Dolina Soče 1. Vključitev novih funkcij v obstoječo organizacijo TDS 2. Zaposlovanje dodatnih kadrov (+ 1/leto, skupaj 4-5), prednostno na področjih: i) Trženje (upravljanje doživetij, komuniciranje), ii) Informiranje in distribucija (booking center, TIC), iii) Upravljanje infrastrukture in turističnih tokov, iv) Razvoj, kakovost in inovacije (kolektivna blagovna znamka), v) Razvoj, kakovost in inovacije (podpora produktnim skupinam, usmerjanje razvoja mikrodestinacij, upravljanje zelene sheme, svetovanje ponudnikom, krizno upravljanje) 3. Usposabljanje in krepitev kompetenc kadrov TDS 4. Aktivnejše vključevanje strokovnega sveta v strateške odločitve TDS (strokovni svet = think tank TDS)	TDS	1	o					o	o	o	o	o	o	500.000	TDS – lastni viri iz trženja, občine – turistična taksa, EU projekti
	1.2	Vzpostavitev koordinacije javnih služb v destinaciji za usklajevanje tekočih nalog, režimov, prostorskih ureditev, naložb in drugih vsebin 1. Trimesečni razširjen kolegij županov za področje upravljanja turizma in režimov z direktorjem TDS, kjer po potrebi dodatno sodelujejo tudi PRC, MU, JZ TNP in Komunala Tolmin 2. Začasne medobčinske delovne skupine za reševanje kritičnih vprašanj	OT	1	o					o	o	o	o	o	o	/	/
	1.3	Vzpostavitev in delovanje produktnih skupin: TDS spodbudi in strokovno-tehnično podpre samoorganiziranje produktnih skupin ponudnikov. Produktne skupine vodi eden izmed ponudnikov, na strani TDS pa praviloma sodeluje produktni vodja za posamezno področje. Oblikovanje skupin je dinamično in se prilagaja potrebam in posebnostim posameznega produktnega področja. Možne indikativne produktne skupine in naloge: 1. Kolesarstvo (povezovanje, podpora pri infrastrukturi...)	Ponudniki , TDS	1	o					o				o	o	o	60.000

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		2. Vodni športi (nadgradnja storitev) 3. Pohodništvo 4. Kulinarika (razvoj ponudbe, odpiralni časi...) 5. Kultura 6. Dobro počutje 7. Zima 8. Drugo po potrebi (pr. mali ponudniki namestitev...)															
	1.4	Ambasadorji SOČA EVERGREEN: povabilo prepoznanim osebnostim, ki so povezane z Dolino Soče, kot vzornikom, motivatorjem in promotorjem doline ter njene nove vizije in trajnostne preobrazbe	TDS	2	o					o			o	o	o	30.000	TDS, občine – turistična taksa
	1.5	Akcije za okrepitev komunikacije in mobilizacijo sodelovanja med partnerji, ponudniki in lokalnim prebivalstvom v destinaciji 1. Letni forum SOČA EVERGREEN partnerstva: ponudnikov in vseh drugih deležnikov ter zainteresirane lokalne javnosti 2. Spletne tematske destinacijske konference s ponudniki 3. Spoznavanje novosti in dobrih praks: dnevi odprtih vrat ponudnikov za lokalno prebivalstvo 4. Vodene študijske ture za ponudnike v in izven destinacije	TDS	1	o					o	o	o	o	o	o	30.000	TDS, občine – turistična taksa
	1.6	Širjenje območja delovanja Javnega zavoda Turizem Dolina Soče 1. Dogovor in vodenje postopka uradne priključitve Občine Kanal ob Soči kot enega od soustanoviteljev TDS 2. Opredelitev pogojev za eventualne dodatne širitve območja delovanja javnega zavoda	TDS, občine	1	o	o	o	o	o	o			o			/	/
	1.7	Mreža turistično-informacijskih centrov Ohranja se obstoječa mreža z naslednjimi nadgradnjami: 1. TIC Tolmin: zagotovitev in ureditev novih prostorov na bolj središčni lokaciji v Tolminu 2. TIC Most na Soči: proučitev možnosti za vzpostavitev TIC v sodelovanju z enim od obstoječih partnerjev	TDS, OT	1				o		o	o		o	o		250.000	TDS, OT, LAS
2	2.1	Dogovor PRC, TDS in OOOZ za uvedbo stalnega programa za usmerjanje, pridobivanje in usposabljanje kadrov za potrebe	PRC s TDS in	1	o					o						0	Občine, EU/RS

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020 -21	2022 -23	2023 -25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
Razvoj in pridobivanje kadrov za turistično gospodarstvo		turizma Doline Soče. Potrebna operacionalizacija akcij 2.2 -2.5.	OOZ														
	2.2	Povečanje števila lokalnih in regionalnih turističnih vodnikov, športnih vodnikov in interpretatorjev 1. Izvajanje tečajev za lokalne turistične vodiče po destinaciji Dolina Soče v okviru Julijskih Alp 2. Dodatna usposabljanja in tečaji za specializacijo vodnikov ter vodenja v več svetovnih jezikih (pr. vodenje po planinah, vodenje za 5* doživetja, vodenje po Poti miru...)	TDS, JA	1	o					o	o	o	o	o	o	30.000	Pristojbine kandidatov, Občina - turistična taksa
	2.3	Zaposlitev mladih v Dolini Soče - »SOČA EVERGREEN - priložnost doma«. Razvoj stalnega programa s kampanjo za usmerjanje lokalne mladine v poklice in podjetniške priložnosti v turizmu in povezanih dejavnostih od OŠ dalje: 1. Ozaveščanje o poslovnih priložnostih v turizmu in prednostih dela »doma« 2. Spodbujanje sodelovanja turističnih ponudnikov v akcijah karieme orientacije po OŠ, delo z učitelji 3. Ponudba praks in doživljajskih dnevov v turističnih podjetjih, agencijah, pri vodnikih, spletnih urednikih... 4. Štipendije: spodbujanje delodajalcev v turizmu za vključitev v regijsko štipendijsko shemo 5. Spodbujanje in sofinanciranje praks in izmenjav mladih v drugih turističnih destinacijah 6. Razpis tem in nagrad za projektne in diplomske naloge ter start-up ideje, povezane s turizmom DS 7. Testirati idejo "turističnega pospeševalnika" TDS	PRC s TDS in OOZ, OŠ	1	o					o	o	o	o	o	300.000 (50.000 EUR/leto s štipendijami)	Ponudniki, EU/RS, občine, OOZ	
	2.4	Na delo v Dolino Soče – »SOČA EVERGREEN zaposlitev v naravi« Program stalnih akcij s kampanjo za pridobivanje delovne sile iz drugih slovenskih regij in tujine (ciljno usmerjeno). 1. Kampanja in PR za ciljno pritegovanje delovne sile 2. Oblikovanje konkurenčne ponudbe 3. Informiranje kadrovskega in drugih agencij o potrebah doline 4. Vključevanje lokalnih podjetij v Erasmus programe –	PRC s TDS in OOZ, občine	2	o					o	o	o	o	o	60.000 (10.000 EUR/leto – brez stanovanj)	Ponudniki, TDS, občine – turistična taksa, EU, Erasmus	

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		<p>sprejemanje tujih študentov na prakso, izmenjava kadrov</p> <p>5. Zagotovitev bivalnih enot in stanovanj za zaposlene v turizmu – dolgoročno</p> <p>6. Aktiviranje in spodbujanje mladih upokoјencev za občasno delo v turizmu</p>															
	2.5	<p>»Akademija SOČA EVERGREEN – odličnost in gostoljubnost v turizmu za ponudnike«: vsakoletni program usposabljanj za ponudnike, oblikovan glede na aktualne potrebe in trende v več okvirnih modullih:</p> <p>1. Osnovni modul: gostoljubnost (angl. hospitality) = obvezen za nove ponudnike in prejemnike subvencij</p> <p>2. Fleksibilni moduli za dvig kakovosti obstoječih storitev ponudnikov na različne aktualne teme (pr. kulinarika, hospitality, komunikacija, IT v turizmu - rezervacijski sistemi, optimizacije, obdelave podatkov, zeleni standardi in certifikati, oblikovanje 5* doživetij, poslovna odličnost, prodaja paketov, dostopni turizem...)</p> <p>3. Specialni moduli: usposabljanje za repozicioniranje sobodajalcev in ponudnikov apartmajev v Tolminu, ki so odvisni od festivalskega turizma</p> <p>4. Občasna aktualna usposabljanja v obliki webinarjev</p> <p>5. Ogledi dobrih praks</p> <p><i>! Povezava na Ukrep 4.4.2.</i></p>	PRC s TDS	1	o					o	o	o		o		60.000 (10.000 EUR/leto)	Ponudniki, TDS, občine – turistična taksa
	2.6	<p>Proučitev potreb in možnosti za uvajanje rednih in izrednih izobraževalnih programov ali učnih vsebin na področju turizma, gostinstva, outdoor dejavnosti in trajnostnega upravljanja na srednješolski ravni</p>	PRC s TDS in šolskim centrom	3	o					o	o	o		o		np	Proračun RS, EU viri
3 Odličnost Doline Soče: zagotavljanje	3.1	<p>Ozaveščanje in spodbujanje ponudnikov za pridobitev znakov kakovosti in odličnosti: okoljska Marjetica, TNP, ZSST za ponudnike, ...</p>	TDS, TNP	2	o					o	o	o			o	/	TDS, SPS – vavčerji
	3.2	<p>Zelena shema slovenskega turizma: vzdrževanje znaka Slovenia Green Destination, poročanje in spremljanje, pripojitev znaka</p>	TDS, občine,	1	o					o					o	/	TDS

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020 -21	2022 -23	2023 -25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
standardov odličnosti v destinaciji		Občine Kanal ob Soči z znakom Doline Soče	Komunala														
	3.3	Gomiška vas (nem. Bergsteigerdorf): vodenje postopka certificiranja za pridobitev znaka Gomiška vas in spodbujanje razvoja spremljajoče ponudbe 1. Podbrdo, Baška grapa 2. Log pod Mangartom (proučitev)*	TDS s PZS, KS, lokalnimi PD in občino	2		o		o		o	o			o	o		10.000 EUR
4 Raziskave, razvoj in inovacije	4.1	Usmerjanje razvoja turizma v zelenih robnih območjih v sodelovanju z občinami, PRC in drugimi deležniki. Na območjih, kjer obstaja lokalna pobuda, se pristopi k pripravi razvojnih načrtov. Pri tem se sledi načelom trajnostnega turizma, potencialom, obstoječim pobudam in naslednjim okvirnim konceptom: 1. Soča-Trenta: razpršeni hotel 2. Dolina Koritnice z Bavščico in Možnico (Log pod Mangartom): doživetje in občutenje gora 3. Podkrske vasi: planine in planšarstvo 4. Robidišče: najemi vasi (angl. Rent a Village)- prostor odklopa od vsakdana 5. Breginj: počasni kulturni turizem (angl. slow culture) 6. Podbrdo, Baška grapa: gomiška vas / razpršeni hotel 7. Livško: (čezmejna) mediteranska terasa 8. Šentviška planota / Dolina Trebuše / Banjšice / Kambreško: samotnost, tišina in prostranost zelenih planot	Občine, PRC, TDS	1		o	o	o	o	o	o			o		np	Občine, RS, EU
	4.2	Svetovanje in pomoč turističnim ponudnikom 1. Vzpostavi se svetovalna točka z mrežo zunanjih specialističnih svetovalcev za obstoječe in nove ponudnike namestitev, kulinarike in raznovrstnih storitev na različnih področjih, kot npr.: a) Trženje in prodaja b) Razvoj produktov, paketov in 5* doživetij c) Arhitektura, interier in urejanje okolice d) Financiranje naložb	TDS in PRC (Spot)	1	o					o	o	o	o	o	o	30.000 (5.000 EUR/leto)	TDS, ponudniki, EU/ SPIRIT in SPS

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020 -21	2022 -23	2023 -25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		e) Certificiranje kakovosti f) Krizno upravljanje 2. Pomoč pri koriščenju sistema vavčerjev SPIRIT in SPS: certificiranje kakovosti, tržne raziskave, udeležbe na sejnih v tujini, dvig digitalnih kompetenc...															
	4.3	Sistem spremljanja in raziskav turističnega obiska 1. Vzpostavitev načrtnega spremljanja obiska in doseganja kazalnikov 2. Izvedba rednih raziskav zadovoljstva, motivov, potreb in potrošnje gostov, doseganja kazalnikov 3. Izvedba analize zadovoljstva lokalnih prebivalcev s turizmom 4. Nabava prenosnih števcov za monitoring obiska na območjih brez podatkov, kritičnih točkah, prireditvah 5. Sodelovanje z raziskovalnimi organizacijami za analizo trendov, scenarijev povpraševanja in turističnih tokov 6. Objava letnih poročil o uspešnosti destinacije in uresničevanju ciljev in kazalnikov te strategije <i>!Povezava ukrepa na Trženje, Ukrep 3.</i>	TDS z JA	1	o					o	o	o				30.000 (5.000 EUR/leto)	TDS
	4.4	Zakonodaja: spremljanje nastajanja novih predpisov in vpliv na spremembe neustreznih rešitev na različnih področjih, npr.: gorsko kolesarjenje, vodni športi, tehnične zahteve za manjše wellness bazene, usmerjanje spodbud države in EU..	JA, TDS	1	o					o	o	o		o	o	/	/
5 Vzpostavljanje med-destinacijskih partnerstev	5.1	Skupnost Julijske Alpe, UNESCO MAB območje 1. Nadaljnji razvoj skupnih aktivnosti 2. Formalizacija sodelovanja 3. Prevzemanje določenih funkcij Skupnosti Julijske Alpe 4. Razvoj posebnih finančnih shem za območje UNESCO MAB/TNP v finančni perspektivi 2021-2027, ki podpirajo trajnostni turizem	JA, TDS	1	o					o	o	o	o	o	o	270.000 EUR (45.000 EUR/leto)	Občina - turistična taksa
	5.2	Regionalno in čezmejno povezovanje destinacije Dolina Soče – Goriška - Benečija/Julijsko predgorje – Avstrijska Koroška 1. Krepitev čezmejnih stikov	TDS, PRC in občine, Promoturi	3	o						o	o	o	o	o	10.000 EUR	TDS, EU Interreg

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020 -21	2022 -23	2023 -25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		2. Razvoj skupnih čezmejnih produktov in projektov 3. Podpora čezmejnemu povezovanju UNESCO MAB Julijske Alpe in UNESCO MAB Julijske Alpe v Italiji 4. Podpora regionalnemu povezovanju v smeri proti Goriški in Krasu, še zlasti daljinske pohodniške in kolesarske poti	smo														

4.4. Strateško področje 4: Trženje

Izhodišča

Trženje je za destinacijo na hitro rastočem in konkurenčnem potovalnem trgu izjemnega pomena. Z digitalizacijo je postalo še bolj kompleksno in zahtevno, zato bo morala Dolina Soče kot ena najbolj zelenih in vodilnih destinacij slovenskega turizma v prihodnosti še skrbneje in natančneje načrtovati ter izvajati svoje trženjske aktivnosti skladno z razvojem in vizijo destinacije.

Načrtovane aktivnosti bo potrebno prilagajati tudi novim okoliščinam. Izbruh pandemije Covid-19 v letu 2020 je zaustavil turistične tokove ter močno prizadel panogo turizma. Okrepiti bo potrebno notrajno komunikacijo na destinaciji, zasnovati komunikacijo in trženje vpeljave standardov v povezavi z razlogi, zakaj se lahko gostje pri ponudnikih in na destinaciji Dolina Soče počutijo varno, in prilagoditi marketinške akcije. Pri načrtovanju proračuna je potrebno predvideti vložke za ohranjanje tržne pozicije v času pandemije ter večje oglaševalske vložke za čas po koncu pandemije in ob sprostitvi turističnih tokov.

V osrčju destinacijskega marketinga je znamka DOLINA SOČE, ki potrebuje močno komunikacijsko platformo za repozicioniranje v celoletno destinacijo, ki ni neobčutljiva na turistične tokove, ampak mora vzdrževati krhko ravnovesje med prebivalci in obiskovalci, da bo lahko ohranila svojo identiteto in dediščino, s tem pa posebno privlačnost na trgu. Ta nova oz. repozicionirana znamka mora tako partnerjem turističnega gospodarstva kot obstoječim in potencialnim gostom ponuditi še prepričljivejši odgovor, zakaj naj jo prepoznajo in začutijo kot svojo. V okviru sistema znamke mora jasneje pozicionirati ključne produkte in jih ponuditi pravim ciljnim skupinam ob pravem času in na pravem mestu. Vse to bo zaokročila v zgodbo trajnostno zavedne in zelene EVERGREEN destinacije, za katero si želimo, da ohrani svojo prvinsko naravo in žive vode, ki domačine in obiskovalce navdajajo z novo energijo v sprostitvi ali športnih izzivih.

Destinacija Dolina Soče ima vzpostavljene skupne kanale: spletno stran www.soca-valley.com z integriranim rezervacijskim sistemom, Facebook stran Soča Valley, Instagram Soča Valley in YouTube stran. Redno pripravlja PR sporočila (1x tedensko lokalna javnost, 1x mesečno potencialni obiskovalci v slovenščini in angleščini), organizira poslovne obiske in študijske ture, upravlja stike z javnostmi (študijske ture za novinarje), se predstavlja na sejnih, borzah in delavnicah ter izvaja digitalno oglaševanje (Google, FB, Instagram), ki poteka skladno z digitalno strategijo destinacije. Pomemben del pospeševanja prodaje nastanitev je rezervacijski sistem Feratel. Turizem Dolina Soče je tudi rezervacijski center za Alpe-Adria-Trail v Sloveniji, ki beleži veliko rast povpraševanja po oblikovanju paketov po meri obiskovalcev, ter za Juliana Trail. Močno regionalno povezovanje že poteka v okviru Julijskih Alp, ki so na Unescovem svetovnem seznamu biosfernih območij (UNESCO MAB). Velik potencial predstavlja pozicioniranje Doline Soče v bližnjih mednarodno prepoznavnih mestih in na njihovih vstopnih točkah (letališča SAVE Group, Čedad (UNESCO), Trst...).

V promociji in trženju so aktivnosti/produkti Doline Soče trenutno razdeljeni glede na sezoni poletje in zima (ta je bistveno krajša). V prihodnosti bo Dolina Soče to arhitekturo še bolj dodelala v skladu s potrebami gostov, slednje pa bo s pomočjo natančnejšega profiliranja tudi vse bolj poznala in znala nagovarjati.

5 ključnih izzivov

- Pozicionirati Dolino Soče kot celoletno destinacijo

- ▶ Iztržiti ponudbo Doline Soče izven glavne sezone in doživetja z višjo dodano vrednostjo
- ▶ V sodelovanju s produktnimi skupinami 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

Cilj

- ▶ Okrepiti trženjsko pozicijo Doline Soče kot mediteranske terase Julijskih Alp, privlačne za obisk v vseh letnih časih.

Kazalniki	Vir	2018	2022	2025
Prihodki od prodaje prek rezervacijskega sistema Feratel	TDS	250.000	250.000	300.000
Število ustvarjenih doživetij in sestavljenih programov za obisk Doline Soče izven glavne sezone	TDS	0	8	24
Število nagrajenih ponudnikov in doživetij, ki jih odlikuje garancija kakovosti Doline Soče	TDS	0	10	30
Skupne akcije DOLINE SOČE za zeleno osveščanje in trajnostno delovanje destinacije	TDS	0	2	4

Vizija

Dolina Soče je leta 2025 prepoznavna kot VODILNA alpska EVERGREEN DESTINACIJA za doživetja na prostem v vseh letnih časih. Nadgrajena in dodelana ponudba z visoko doživljajsko vrednostjo in lokalnim značajem bo profilirana za ciljne skupine gostov, katerih potrebe bo SOČA EVERGREEN TIM pozorno spremljal in nanje odgovarjal s privlačno, povezano, celoletno ponudbo. Pristnost narave in kulture si bodo želeli doživeti odgovorni, trajnostno naravnani turisti, ki jim bomo znali sporočiti, da ne prihajajo le zadovoljevat svojih želja in potreb, ampak aktivno prispevajo k dobrobiti lokalne skupnosti in EVERGREEN ohranjanju njene naravne ter kulturne dediščine.

Rezultati (ključne pričakovane spremembe)

- ▶ Večja prepoznavnost Doline Soče kot destinacije za vse letne čase in višji obisk izven visoke sezone (junij, julij, avgust)
- ▶ Vzpostavljen skupen rezervacijski sistem za trženje doživetij, povezana destinacijska ponudba in višji prihodki od prodaje doživetij
- ▶ Doseženi zastavljeni cilji produktnih kampanj za targetiranje specifičnih ciljnih skupin v sodelovanju s turističnim gospodarstvom
- ▶ Trajnostno ravnanje ponudnikov in obiskovalcev
- ▶ Redna komunikacija in povezovanje ponudnikov znotraj destinacije

Ukrepi (Za podroben opis ukrepov in akcij glej Tabelo 6)

- ▶ Vzpostavitev celostne komunikacijske platforme destinacije ter izdelava arhitekture in sistema znamke Dolina Soče (Ukrep 1)
- ▶ Natančnejše profiliranje in poznavanje ciljnih skupin in interesov gostov (Ukrep 2)
- ▶ Celostni razvoj notranje komunikacije in trženja v destinaciji (notranja komunikacija, nagrajevanje partnerjev, Soča Evergreen Tim) (Ukrep 3)

- ▷ 360 Razvoj in upravljanje lastnih medijev (vsebinski marketing) (Ukrep 4)
- ▷ Celostno in ciljno upravljanje digitalnega in klasičnega marketinga (Ukrep 5)
- ▷ Upravljanje in razvoj rezervacijskega sistema (Ukrep 6)

Ciljni segmenti in trgi (glede na % nočitev)

PRIMARNI TRGI	SEKUNDARNI TRGI	PERSPEKTIVNI TRGI
1. Nemčija (23,1%)	6. Italija (4,7%)	11. Poljska (2,0%)
2. Slovenija (23,0%)	7. Združeno kraljestvo (3,8%)	12. Slovaška (1,8%)
3. Češka (6,8%)	8. Madžarska (3,7%)	13. ZDA (1,5%)
4. Avstrija (6,6%)	9. Belgija (3,3%)	14. Švica (1,5%)
5. Nizozemska (6,4%)	10. Francija (3,0%)	15. Skandinavija

Vir: SURS, 2017

Trgi so opredeljeni na podlagi podatkov preteklih sezon. Zaradi pandemije Covid-19 lahko prihaja do odstopanj zaradi omejitve potovanj. Kratkoročne prilagoditve bo potrebno izvesti skladno z aktualno situacijo. V letu 2020 bo predvidoma večji poudarek na domačem trgu in bližnjih trgih oz. trgih, s katerimi bo država Slovenija takoj ob sprostitvi turističnih tokov sklenila posebne sporazume o možnosti potovanj. V ospredju bodo individualni gostje z lastnim prevozom, ki so tudi po preteklih podatkih osrednja ciljna skupina Doline Soče.

Z omenjenih geografskih trgov v Dolini Soče glede na motiv prihoda trenutno večinoma prevladujejo OUTDOOR NAVDUŠENCI (kajakšaši, pohodniki, gorski kolesarji, jadralni padalci, ribiči, smučarji (freeride, alpski), poznavalci 1. svetovne vojne, jamarji...). Ti prihajajo kot aktivni pari in posamezniki z raziskovalno žilico, ki si želijo tako športnega napora kot občutka sprostitve. Velik potencial v prihodnosti pa še naprej predstavljajo družine na aktivnem oddihu, ki bodo potrebovale prilagojeno infrastrukturo in produkte, ter pari, ki iščejo sprostitev in mir ter so zato popolnoma nevezani na glavno sezono.

Touring turisti ali dnevni obiskovalci, ki v Dolino Soče prihajajo za nekaj ur ali za en dan, pogosto ne morejo vzpostaviti tako osebnega stika z destinacijo, da bi znali zares ceniti njeno naravno ali kulturno dediščino, ali da bi se jih izkušnja tako dotaknila, da bi začutili potrebo po vrnitvi. Ti obiskovalci potrebujejo poseben nagovor in povabilo.

Ravno tako bo potrebno posebno pozornost posvetiti naraščajočemu segmentu gurmanov, ki prihajajo v Dolino Soče samo zaradi Ane Roš in jim zaenkrat primanjkuje druge vrhunske ali komplementarne ponudbe izven sezone. Priložnost je tudi v team building in incentive programih, ki so del poslovnega/kongresnega (MICE) turizma posebnih interesov, ki je zaenkrat med podpornimi produkti Doline Soče.

Dodatne usmeritve (načela, pristopi, pojasnila usmeritev strateškega področja)

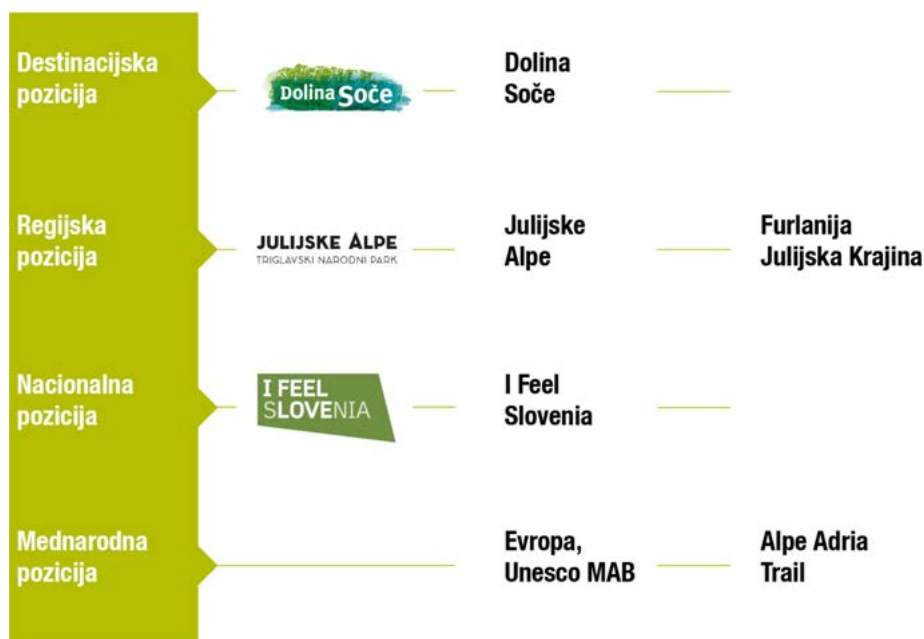
Splošne usmeritve

- ▷ **Imidž – navdihovanje – spodbujanje pripadnosti in želje:** Znamčenje Doline Soče in gradnja imidža destinacije poteka samostojno in s partnerskimi znamkami.

KJE & KAJ DESTINACIJA

Umeščanje Doline Soče na regionalni in nacionalni ravni

- ▷ Dolina Soče (Bovec, Kobarid, Tolmin, Kanal ob Soči)
- ▷ Julijske Alpe (geografsko in produktno zaokrožena destinacija)
- ▷ Slovenija (Alpska makro destinacija)
- ▷ Čezmejne regije (FVG - Benečija, AT - Koroška, AAT)



Slika 16 Znamčenje Doline Soče in gradnja imidža destinacije

- ▷ **Ponudba – krepitev razloga za obisk – produktni marketing – spodbujanje zaključitve nakupnega procesa:** Sestava produktov in paketov poteka v sodelovanju s turističnim gospodarstvom in deležniki glede na letni koledar dogodkov in dinamike na destinaciji, pospeševanje prodaje.

ZAKAJ & KDAJ PRODUKTI



Slika 17 Produktna pozicija

- ▷ **Dvigovanje vrednosti in kakovosti – spodbujanje zaupanja – spodbujanje ponovnega obiska:** vrednotenje, spremljanje in promocija kakovosti na destinaciji, ki kupca navdaja z zaupanjem in garancijo dobre izkušnje.

KAKO sestavine produktov



Slika 18 Sestavine produktov

- ▷ **Trženje ponudbe doživetij in produktov, ki raztegujejo sezono in povečujejo dodano vrednost:** Glede na velikost in razpršenost destinacije je nujno, da se rezervacijski sistem (obstoječi ali novi) nadgradi tudi kot rezervacijski sistem za doživetja oz. posamične module storitev (prevozi, kulinarčna ponudba itd.). Vpeljava Doživljajskega menedžerja (Experience Manager), ki obiskovalcem skladno s svetovnimi trendi nudi personalizirano ponudbo povezanih doživetij v pakete. Kot poznavalec povpraševanja je tudi informacijska in izobraževalna podpora za ponudnike.
- ▷ **Usmerjeno komuniciranje in kampanje z jasno določenimi cilji:** Promocijske kampanje destinacije Doline Soče se izvajajo z dvema ključnima usmeritvama: 1) pozicioniranje Doline Soče kot celoletne destinacije (image kampanje) in 2) produktne kampanje z ozko in jasno opredeljenimi ciljnimi skupinami. Cilj je repositioniranje Doline Soče iz poletne v celoletno destinacijo ter okrepitev prepoznavnosti Doline Soče med izbranimi ciljnimi skupinami.
- ▷ **Ozaveščanje obiskovalcev in ponudnikov Doline Soče o trajnostnem ravnanju:** Cilj je dvigniti zavedanje o omejenih naravnih virih ter nujnosti za trajnostno ravnanje ponudnikov in obiskovalcev.
- ▷ **Notranja komunikacija in dvig pripadnosti destinaciji:** Cilj je vzpostaviti notranjo pripadnost in aktivacijo za podporo dolgoročnemu načrtovanju ter upravljanju destinacije, ki bo uravnotežena in v korist celotni skupnosti. Spodbujanje medsebojnega povezovanja in sodelovanja znotraj celotne destinacije, torej čez občinske meje. V sklopu notranje komunikacije je pomembna tudi komunikacija s splošno javnostjo.

Tabela 6 Akcijski načrt Trženje

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR		
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja	
1 Vzpostavitev celostne komunikacijske platforme destinacije ter izdelava arhitekture in sistema znamke Doline Soče	1.1	<p>Komunikacijska platforma destinacije, ki temelji na tržnem pozicioniranju Doline Soče kot vse leto privlačne mediteranske terase Julijskih Alp (za B2B in B2C komunikacijo, navdihovanje in produktno trženje)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oblikovanje slogana destinacije in komunikacijske platforme 2. Oblikovanje krovne zgodbe destinacije s sloganom in CTA pozivi k počitnicam v Dolini Soče 3. Oblikovanje nosilne produktne zgodbe in promocijskega koncepta za podaljševanje sezone 4 Seasons Soča Valley Holidays / EVERGREEN SOČA VALLEY HOLIDAYS (Soča Valley Holidays) s CTA daljše dobe bivanja v DS in 4 glavnimi marketinškimi itinerarji počitnic za vsak letni čas v DS 4. Oblikovanje nosilne zelene zgodbe trajnosti in odgovornosti v Dolini Soče (SAVE SOČA / EVERGREEN SOČA VALLEY ACTIONS – možno povezovanje z nosilno produktno zgodbo), ki je promocijsko namenjena tako deležnikom v destinaciji kot gostom in partnerjem, ki prihajajo od drugod 5. Oblikovanje pod-zgodb ključnih produktov Doline Soče POLETJE – ZIMA: VODA (vodni športi), ZEMLJA (pohodništvo & kolesarjenje), ZRAK (padalstvo, letalstvo), OGENJ (kulinarika, MICE, kultura) <p>Tržno repozicioniranje DS kot destinacije za vse leto</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikacija ciljnih skupin in trgov za podaljševanje sezone 2. Marketinški načrt za pozicioniranje Doline Soče kot letoletne destinacije (testna kampanja na izbranem trgu in profilu gosta, z izbranim produktom) 	TDS	1	o						o	o		o	o	20.000	TDS, turistična taksa, EU/MGRT destinacije	
	1.2	<p>Rebranding znamke Dolina Soče</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Osvežitev znamke za slovenski in mednarodne trge v skladu z novim sloganom in komunikacijsko platformo 	TDS	2	o							o	o	o	o	o	20.000	TDS, turistična taksa
	1.3	Vzpostavitev arhitekture/sistema znamke Doline Soče	TDS	1	o						o	o		o	o	o	30.000	TDS,

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR		
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja	
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Rebranding znamke DS glede na novo komunikacijsko platformo 2. Izdelava Brand Book-a, pogojev in pravil rabe komunikacijsko repositionirane znamke z opredelitvijo odnosa do regijske in nacionalne znamke slovenskega turizma (Julijske Alpe in I Feel Slovenia) ter do produktnih stebrov in/ali podznamk na destinaciji (DOLINA SOČE – GLAVNA TURISTIČNA SREDIŠČA – MIKRODESTINACIJE – PONUDNIKI (vstopajo v sistem znamčenja skozi kolektivno blagovno znamko DOLINA SOČE QUALITY) 3. Načrtovanje pozicioniranja in označevanja certifikacijske znamke Slovenia Green Destination po zaključenem ocenjevanju 4. Umestitev produktnih stebrov doživetij v sistem repositionirane znamke SOČA VALLEY (oblikovanje sistema ikonografike ali podznamk): VODA (vodni športi, ribištvo, ...) – ZEMLJA (pohodništvo, kolesarjenje, plezanje...) – ZRAK (jadrarno padalstvo, letalstvo, zipline, ...) – OGENJ (kulinarika / MICE) 5. Načrtovanje in oblikovanje znamčenja (brandinga in rebrandinga) na destinaciji, v glavnih turističnih središčih in v mikrodestinacijah (welcome table, orientacijske table z zemljevidi in informacijami, vse vstopne točke in info centri, znamenitosti, avtobusne postaje, parkirišča, stojnice, piknik prostori, koši, promo stene za tiskovne konference in dogodke, shuttle...). <i>! Povezava na ukrep Infrastruktura Akcija 9.9.2.</i> 6. Načrtovanje in oblikovanje označevanja ključnih orodij/elementov z novo komunikacijsko platformo za promocijo izven destinacije (avtomobili, shuttle, promo stene, pingvini, obešanke, mape, ...) 7. Repozicioniranje in rebranding kolekcije poslovnih/promocijskih daril in spominkov z novo komunikacijsko platformo in zgodbo 															turistična taksa, EU/MGRT destinacije	
	1.4	Vzpostavitev kolektivne znamke kakovosti Doline Soče <i>! Glej ponudba, Akcija 2.2.2.</i>	TDS	1	o						o			o	o	o	/	Upravljanje 2.2.2.
	1.5.	Komunikacija v času pandemije Covid-19 ter ob sprostitvi turističnih tokov po epidemiji 2. Komunikacija destinacije za B2C (o izvajanju prilagoditev	TDS	1	o					o				o				

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		<p>destinacije, o prilagoditvah ponudnikov).</p> <p>3. Komunikacija destinacije za B2B (o izvajanju prilagoditev destinacije, o prilagoditvah ponudnikov).</p> <p>4. Usmeritve in komunikacija za ponudnike (o usmerjanju gostov na destinaciji, priporočila in načini ravnanja ter obnašanja).</p> <p>5. Usmeritve za goste (o priporočilih, načinih obnašanja na destinaciji).</p> <p><i>! Povezava na ukrep Ponudba Akcija 2.2.2.</i></p>															
2 Natančnejše profiliranje in poznavanje ciljnih skupin in interesov gostov	2.1	<p>Profiliranje ciljnih person Doline Soče</p> <p>1. Opredelitev motivov, glavnih interesov, drugih potreb, turističnih premikov/tokov (točke zgozstitev),... posameznih profilov/person Doline Soče (nadgradnja na podlagi izbranih 5 person slovenskega turizma)</p> <p>2. Analiza spletnih in nakupnih navad person posoškega turizma (analiza uporabniške izkušnje in uporabniških poti na spletnem mestu in v rezervacijskem sistemu)</p> <p>3. Opredelitev geografije: mesta, od koder prihajajo, ne le države, na podlagi vprašalnikov v nastanitvah in TIC-ih (dodelava CRM sistema z vnosom poštne kode mesta)</p> <p>4. Analiza turistične potrošnje na destinaciji <i>! Povezava z Upravljanjem, Akcija 4.3.!</i></p>	TDS	1	o						o		o	o	o	15.000	TDS – delovanje, EU/MGRT destinacije
3 Celostni razvoj notranje komunikacije in trženja v destinaciji	3.1	<p>Vzpostavitev enotne komunikacijske platforme Doline Soče, ki bo temeljila na širjenju sporočila ohranjanja narave: ta se uporablja tako za promocijo destinacije navzven B2C kot tudi za notranje ozaveščanje ponudnikov in lokalnega prebivalstva</p> <p>1. Identifikacija ključnih kritičnih točk (varčevanje z vodo, ločevanje odpadkov, odnašanje smeti...)</p> <p>2. Zasnova kampanj SOČA EVERGREEN (zero waste, voda iz pipe...)</p> <p>3. Oblikovanje komunikacijskih materialov</p> <p>4. Priprava materialov za ponudnike (npr. navodila za ločevanje odpadkov v angleščini za ozaveščanje tujih turistov)</p> <p>5. Vključitev priporočil za trajnostno ravnanje kot redno rubriko v</p>	TDS s partnerji TNP, Komunalna	1	o					o	o	o			o	18.000	TDS, turistična taksa, pristojbine LAS /LIFE projekti, Komunalna

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		interne e-novice															
	3.2	Izboljšanje notranje komunikacije med deležniki na destinaciji in mobiliziranje medsebojnega povezovanja in sodelovanja 1. Identifikacija ključnih kritičnih točk komuniciranja 2. Nadgradnja obstoječih orodij in praks (e-novice, terenski obiski, študijske ture, redna srečanja z nastanitveniki, gostinci, tour operaterji/agencijami in vodniki) 3. Organizacija medsebojnih dogodkov in srečanj 4. Vključitev priporočil za trajnostno ravnanje kot redno rubriko v PR sporočila za lokalno javnost 5. Načrtno izpostavljanje tem v lokalnih medijih (pr. tema leta 2020 je lahko celoletnost, leta 2021 kulinarika, ...)	TDS s partnerji	1	o					o	o	o		o	o	24.000	Pristojbine LAS /LIFE projekti
	3.3	Izboljšanje komunikacije s prebivalstvom destinacije in kampanja za dvig gostoljubnosti 1. Identifikacija ključnih kritičnih točk komuniciranja 2. Organizacija Dnevoev odprtih vrat za lokalne obiskovalce 3. Predstavitve in sodelovanje z lokalnimi društvi in šolami 4. Kampanja za dvig gostoljubnosti	TDS s partnerji	1	o					o	o	o		o		24.000	TDS, turistična taksa, LAS
	3.4	Kampanja za zeleno osveščanje s ciljem povečanja pripadnosti destinaciji (TDS) in dviga zavedanja pomena trajnosti ter krepite interne komunikacije med deležniki 1. E-novičnik TDS, posvečen deležnikom 2. Direktna pošta TDS, namenjena vsem prebivalcem 3. Skupne akcije vključevanja deležnikov, partnerjev in prebivalcev (npr. čistilna akcija ZA EVERGREEN SOČO) 4. Dnevi odprtih vrat ponudnikov za lokalne deležnike in prebivalce	TDS s partnerji	1	o					o	o	o		o		10.000	TDS, turistična taksa, LAS /LIFE projekti, sponzorji
	3.5	Natečaj za najbolj inovativen, doživljajsko bogat in tržno privlačen turistični produkt / turo (SOČA EVERGREEN award)	TDS s partnerji	2	o						o	o		o		3.000 (500/ leto)	Turistična taksa, sponzorji
	3.6	Skupne promocijske akcije z ambasadorji destinacije : SOČA EVERGREEN AMBASADORJI <i>! Povezava z Upravljanjem, Akcija 1.1.4.!</i>	TDS s partnerji	1	o					o	o	o		o		12.000	Turistična taksa, STO

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
	3.7	Ustanovitev in zagon akcijskega SOČA EVERGREEN MARKETING TIM 1. Shema in načrt dela tima, razdelitev nalog in področij marketinga / oglaševanja / pospeševanja prodaje 2. Vloga Doživljajskega menedžerja (Experience Manager) in osebnega načrtovalca/svetovalca za personalizirana povpraševanja in izkušnje gostov 3. Akcije vključevanja deležnikov in partnerjev pri sestavi paketov: 4. Partnerji pripravijo 4 glavne pakete počitnic in 4 glavne vikend pakete doživetij za vsak letni čas ter posebne pakete/akcije ob večjih prelomnicah leta (velika noč/pozdrav pomladi, odprtje kajak sezone, binkošti (Nemčija)/otvoritev poletja, podaljšek poletja/festival pohodništva, jesenske počitnice, kulinarični festival...) 5. Načrt trženja agencijskim partnerjem (B2B) in pospeševanja prodaje na spletu (B2C digitalne kampanje) 6. Načrt posebnega e-novičnika za pospeševanje prodaje	TDS, ponudniki, partnerji	1	o					o	o	o				/	TDS - delovanje, ponudniki
	3.8.	Komunikacija s ponudniki v času pandemije Covid-19 ter ob in po sprostitvi turističnih tokov ! Povezava na ukrep Upravljanje Akcija 1.1.5.	TDS	1	o					o				o		/	TDS - delovanje
4 360 Razvoj in upravljanje lastnih medijev (Vsebinski marketing)	4.1	Uredniški koledarji vsebin promocije in trženja 1. Uredniški koledar posebnih dogodkov/dogovorov, ki se nadgrajujejo v produkte/doživetja/posebne pakete (spring break, summer opening, kayak opening, flyfishing start, ...) za destinacijsko in produktno promocijo ter so podprti z vsebinami in zgodbami za posamezne ciljne skupine v vseh lastnih medijih / orodjih trženja 2. Uredniški koledar glavnih tematik v 12 mesecih leta 3. Uredniški koledar po mesecih za družabna omrežja (Facebook, Instagram, YouTube, ...) 4. Uredniški koledar po mesecih za e-novice za različne ciljne skupine	TDS	1	o					o	o	o	o	o	o	/	TDS - delovanje
	4.2	Ustvarjanje in posodabljanje foto in video vsebin 1. Določitev motivov in lokacij za hero imidž fotografije in izvedba	TDS s partnerji	1	o					o	o	o	o	o	o	60.000	Turistična taksa,

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		fotografiranja 2. Nadgradnja foto in video banke															projekti
	4.3	Izdaja novih in posodabljanje promocijskih gradiv destinacije 1. Izdaja promocijskih gradiv skladno z letnim načrtom 2. Oblikovanje spletne in/ali tiskane izdaje revije za obiskovalce doline s poudarkom na vsebinah (tudi trajnostnih) in doživetjih EVERGREEN SOČA VALLEY v vseh 4 letnih časih (4 spletne izdaje, 1-2 tiskani izdaji)	TDS s partnerji	1	o					o	o	o	o	o	o	10.000	TDS, turistična taksa, ponudniki
	4.4	Izdaja vodnikov in zemljevidov 1. Pohodniški vodniki in karte 2. Kolesarske karte 3. Padalska karta z dodatnimi vsebinami (specifike območja, pravila in regulacije)	TDS s partnerji, PZS, TNP, PS	1	o						o	o	o	o	o	30.000	Turistična taksa, EU projekti, partnerji
5 Celostno in ciljno upravljanje digitalnega in klasičnega marketinga	5.1	Izdelava marketinških načrtov 5-letni načrt promocije in trženja DOLINE SOČE 1. Določitev proračuna za promocijo in trženje 2. Določitev glavnih ciljev 3. Razporeditev sredstev za razvoj lastnih kanalov in vsebin / raziskave / digitalne kampanje / tradicionalni mediji / B2B marketing / sejmi in borze / vplivnostni marketing Vsakoletni načrt promocije in trženja DOLINE SOČE 1. Določitev letnega proračuna za promocijo in trženje 2. Določitev glavnih podciljev glede na 5-letne cilje 3. Razporeditev sredstev 4. Marketinški načrti za posamezne medije in orodja promocije	TDS s partnerji, PS, STO, JA	1	o					o	o	o	o	o	o	/	TDS, turistična taksa, STO, partnerji
	5.2.	Usmerjena kampanja 2020 /2021 s poudarkom na prednostih razsežnosti prostora in prilagoditvah destinacije Doline Soče za zdravje in dobro počutje gostov (korona / postkorona kampanja)	TDS	1	o					o						20.000	TDS, STO,
	5.2	Upravljanje in nadgradnja obstoječih trženjskih digitalnih orodij 1. Posodobitev arhitekture in vsebine spletnega mesta soca-valley.com v skladu z novo komunikacijsko platformo 2. Oblikovanje responsive spletne strani za mobilne naprave	TDS	1	o						o	o				20.000	TDS, turistična taksa, EU/MGRT

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		(posebno oblikovanje, ne le prilagoditev) 3. Upravljanje in nadgradnja segmentacije baz podatkov v skladu s CRM-jem in po potrebi prilagoditev CRM-ja za učinkovitejšo segmentacijo 4. Vnos poti in produktov na agregatno platformo outdoor-active.com 5. Nadgradnja rezervacijskega sistema za sestavljene pakete <i>Glej tudi Trženje, Akcija 6.1.</i>															destinacije, LAS projekti
	5.3	Razvoj novih trženjskih digitalnih orodij in aplikacij 1. Razvoj novega spletnega mesta soca-valley.com 2. Priprava mobilne aplikacije za novo pohodniško pot po Julijskih Alpah - Juliana 3. Priprava in izdelava destinacijske geolokacijske aplikacije ali nadgradnja destinacijske spletne strani z geolokacijsko aplikacijo, ki lahko uporabnika orientacijsko in vsebinsko vodi med točkami interesa	TDS	2	o						o	o				60.000	TDS, turistična taksa, EU/MGRT LAS, Interreg
	5.4	Izvajanje ciljne digitalne promocije in trženja na osnovi letnega in sezonskega načrta z izvedbo digitalnih kampanj na izbranih trgih 1. Medijski načrt zakupa oglasnega prostora na Google, družabnih omrežjih (FB, Instagram, YouTube) in mednarodnih portalih (nativno oglaševanje) na izbranih trgih (in ožje v izbranih mestih/krajih ključnih tujih trgov na podlagi monitoriranja izvora prihoda gostov – se povezuje z Ukrepom 3.1) 2. Vsebinsko in oblikovno (grafično) načrtovanje 3. Izvedba kampanje 4. Predvidevanje in evalvacija rezultatov	TDS	1	o					o	o	o				150.000 (30.000/leto)	TDS - turistična taksa, MGRT/EU - digitalizacija STO
	5.5	Vzpostavitev modela tržno-produktnega sodelovanja s ponudniki 1. Razvoj partnerskega modela tržno-promocijskih produktnih kampanj v sodelovanju s produktnimi skupinami in turističnim gospodarstvom 2. Poziv turističnemu gospodarstvu za pripravo promocijskih paketov/programov za destinacijsko in produktno trženje	TDS s partnerji	1	o					o	o	o				120.000 (20.000/leto)	TDS - turistična taksa, ponudniki

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		<p>3. Izvedba kampanj v sodelovanju s ponudniki (fokus 1: krepitev prepoznavnosti Doline Soče izven sezone; fokus 2: trženje paketov, npr. promocija oblikovanih vikend paketov) <i>Glej tudi Ponudba, Ukrep 1.1.2</i></p> <p>4. Zagotavljanje stalne strokovne podpore uvajanju digitalnega trženja na terenu (ponudniki: usposabljanje, izobraževanje, informiranje, vključevanja)</p>															
	5.6	<p>B2B promocija in trženje prek partnerskih mrež in tour operaterjev</p> <p>1. Nadaljevanje promocijskega sodelovanja v okviru Juljskih Alp in krepitev prepoznavnosti DS kot zimske destinacije</p> <p>2. Sodelovanje s Slovensko turistično organizacijo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redno pošiljanje novic o ponudbi / inovacijah / dogodkih - Sodelovanje z vsebinskim marketingom in portalom slovenia.info za distribucijo vsebin, "repostanje" in objavo/deljenje zgodb - Spodbuda turističnemu gospodarstvu za prijavo na pozive za promocijo paketov STO - Sodelovanje z oddelkom za pospeševanje prodaje in promocijo na sejnih in borzah v tujini (se povezuje z Ukreptom 11.1) - Sodelovanje z oddelkom za odnose z javnostmi (študijske ture za novinarje) - Aktivno sodelovanje v Zeleni shemi slovenskega turizma (ZSST) in izboljševanje tržne pozicije trajnosti/kakovosti <p>3. Kampanje v sodelovanju z DMMO iz Italije (FVG in Benečija) in krepitev prepoznavnosti Doline Soče v kontekstu USP-jev teh dveh pokrajin (Benetke, Čedad) ter bližnjih letališč (Benetke, Trst)</p> <p>4. Sodelovanje s partnerskimi mrežami tour operaterjev</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktivno pridobivanje leadov in kontaktov ter segmentacija baz po trgih in profilih tour operaterjev (outdoor, culture&lifestyle, food, touring...) - Direktno trženje tour operaterjem (redne B2B e-novice, vsaj 4-krat letno) - Članstvo v produktnih združenjih (npr. ATTA združenje) 	TDS s partnerji, JA, STO, Promoturi smo	1	o					o	o	o	o	o	o	180.000 (30.000/leto)	TDS (delovanje), STO, EU – MGRT, LAS, Interreg

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR	
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja
		5. Organizacija dogodkov za partnerje in/ali novinarje - Organizacija študijskih tur - Organizacija posebnih dogodkov in srečanj v sodelovanju s partnerji in deležniki TDS - So-organizacija borz in drugih dogodkov (npr. Green & Outdoor borza)															
	5.7	B2B Promocija na sejmih in borzah po Sloveniji in tujini 1. Letni načrt udeležbe na sejmih in borzah 2. Določitev letnega proračuna 3. Pridobivanje partnerskih kontaktov tour operaterjev 4. Vsaj 1 sejem/borza na dve leti, kjer je Dolina Soče vodilni partner	TDS	1	o					o	o	o	o	o	o	120.000 (20.000 /leto)	TDS, turistična taksa, STO
	5.8	Oglaševanje in promocija v tradicionalnih medijih: načrtovanje in izvedba 1. Določitev letnega proračuna 2. Določitev 5-10 prioriternih medijskih partnerjev na SI in tujih trgih 3. Zunanje oglaševanje na vstopnih točkah v Slovenijo ali na strateških obcestnih/avtocestnih točkah 4. Medijsko partnerstvo leta na slovenskem in ključnem tujem trgu (npr. VAL 202 in National Geographic) 5. 1-3 advertoriali (članek vsebina + paketi ponudba) na letni ravni v specializiranih outdoor revijah in flight magazinih	TDS	1	o					o	o	o	o	o	o	120.000 (20.000/leto)	TDS, turistična taksa, STO
	5.9	Odnosi z javnostmi: načrtovanje in izvedba 1. Ureditev in segmentacija baz podatkov novinarjev (lifestyle, pohodništvo, kolesarjenje, ribištvo, kulinarika, kultura, ...) 2. Pošiljanje e-novičnika novinarjem glede na področja / regije, ki jih pokrivajo 3. Načrt pridobivanja prisluženih objav (earned media) v uredniških vsebinah (brez zakupa in stroška oglasnega prostora) 4. Organizacija tiskovnih konferenc in študijskih tur za novinarje	TDS s partnerji in ponudniki	1	o					o	o	o	o	o	o	60.000 (10.000 /leto)	TDS, turistična taksa
	5.10	Vplivnostni marketing: načrtovanje in izvedba 1. Analiza in segmentacija baz podatkov vplivnežev za identifikacijo strateških sodelovanj	TDS	1	o					o	o	o	o	o	o	60.000 (10.000/leto)	TDS, turistična taksa,

Ukrep	Št.	Akcija	Nosilec	P	Lokacija					Obdobje izvajanja			Cilj			Financiranje v EUR		
					DS	B	K	T	KS	2020-21	2022-23	2023-25+	D	K	Z	Indikativna vrednost	Možni vir financiranja	
		2. Strateško sodelovanje in partnerstvo s 3-5 vplivneži (vlogerji, blogerji) glede na ključne produkte in ciljne skupine (npr. družine – outdoor/adventure – pohodništvo)															STO	
6 Upravljanje in razvoj rezervacijskega sistema	6.1	Nadgradnja rezervacijskega sistema TDS in booking centra za podporo gostom in pomoč pri trženju ponudnikov 1. Nadgradnja obstoječega booking sistema, še zlasti za online rezervacije in za prodajo paketov in multi-day tour – kratkoročno 2. Vzpostavitev rezervacijske platforme za rezervacijo posamičnih segmentov ponudbe s poudarkom na doživetjih, transferjih oz. posamičnih modulih 3. Vzpostavitev celostnega servisa za povpraševanja pred prihodom in med bivanjem (Experience Manager) 4. Trženje produktov po meri in na povpraševanje 5. Integracija različnih lokalnih informacijskih sistemov obveščanja (pr. e-novice, koledarji prireditvev, jadralski padalci, vodniki, vozni redi...) – dolgoročno 6. Oblikovanje skupne platforme za obveščanje o ponudbi doživetij posamičnih ponudnikov v dolini s konkretnimi termini (npr. tečaj joge) in cenami, ki se nadgradi v rezervacijski sistem 7. Interno orodje za sodelovanje in medsebojno pomoč med ponudniki pri izmenjavi kadrov, organizaciji storitev za goste (pr. prevozi, vodniki...) itd. – dolgoročno	TDS	1	o					o	o						60.000	TDS – lastni prihodki, EU – MGRT, LAS, digitalizacija
	6.2	Aktivnosti za krepitev in razvoj booking centra (Feratel, AAT, Juliana)	TDS	1	o					o	o	o	o	o	o		135.000	TDS – lastni viri



5.
Dejavniki izvajanja in
uspešnosti strategije

5. Dejavniki izvajanja in uspešnosti strategije

5.1. Izvajanje in spremljanje strategije: Kdo je odgovoren?

Strategija razvoja in trženja turizma Doline Soče 2025+ je krovni strateški dokument za usmerjanje ter financiranje delovanja in naložb v turizmu na območju občin Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči..

Obdobje veljavnosti

Strategija razvoja in trženja turizma Doline Soče velja do vključno leta 2025, čeprav so njena dolgoročna vizija, strateški cilji in nekateri projekti zastavljeni za daljše časovno obdobje. To smo opredelili z znakom + k letnici 2025. Na uresničevanje zastavljenih projektov v postavljenem obdobju bo močno vplival upad turističnega prometa zaradi posledic epidemije covid-19, ki se pričakuje v letih 2020 in 2021. V okviru spremljanja izvajanja te strategije, zato leta 2023 priporočamo izvedbo vmesne evalvacije in sprejem morebitne odločitve o podaljšanju veljavnosti strategije po letu 2025.

Sprejetje turistične strategije

Strategijo razvoja in trženja turizma Doline Soče do leta 2025+ obravnavajo in sprejmejo občinski sveti sodelujočih občin Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči. Občinski svet Občine Bovec je Strategijo razvoja in trženja turizma v občini Bovec do leta 2025 za svoje območje sprejel na 19. redni seji 26. 5. 2017. Predmetni dokument veljavno strategijo občine Bovec smiselno nadgrajuje in povzema s čimer je zagotovljena celovitost strateškega načrtovanja na ravni celotne destinacije Dolina Soče.

Organizacija izvajanja

Za izvajanje strategije v javnem delu so zadolženi Občine Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči, Javni zavod Turizem Dolina Soče ter drugi občinski javni zavodi in upravljavci infrastrukture.

Finančno se strategija v javnem delu izvaja prek proračunov in NRP-jev sodelujočih občin, letnega programa Turizma Dolina Soče in letnih programov drugih javnih služb oziroma upravljalcev javne infrastrukture ter projektov, financiranih s strani drugih virov (EU, RS, ..) in pristojbin zbranih iz turizma.

Izhodišča strateškega dokumenta morajo biti sestavni del oziroma strokovna podlaga tudi za ostale politike občine, še zlasti pa prostorsko, okoljsko, kmetijsko, stanovanjsko in gospodarsko politiko.

Izrednega pomena za zagotovitev finančnih virov za realizacijo te strategije je pravočasna vključitev vsebin, usmeritev in ukrepov te strategije v ključne programske dokumente nove EU finančne perspektive 2021 – 2027, in sicer:

- Regionalni razvojni program Goriške regije 2021 – 2027,
- Strategija lokalnega razvoja za LAS Dolina Soče oz. drugo območje, ki bo nastalo v obdobju 2021-2027,
- Strateški okvir Zahodne kohezijske regije 2021-2027 in
- Operativni program Evropske kohezijske politike 2021-2027, v katerega bo umeščena Zahodna kohezijska regija.

V ponudbeno-trženjskem delu strategija predstavlja osnovo za razvoj tržnih produktov ter vključevanje in sodelovanje turističnega gospodarstva v destinaciji. Strategija v investicijskem delu predstavlja tudi okvir za usmerjanje poslovnih načrtov in investicij turističnih podjetij, agencij, tour operatorjev ter strateških investitorjev. V Sliki 19 je shematsko prikazana delitev nalog in soodgovornost za izvajanje strategije med TDS, občinami oz. njihovimi javnimi službami in ponudniki ter dugimi deležniki.

Spremljanje izvajanja

Za operativno spremljanje izvajanja strategije in njenega akcijskega načrta je zadolžena destinacijska management in marketing organizacija Turizem Dolina Soče.

Ključni elementi spremljanja izvajanja strategije so:

- ▶ Doseganje ciljev in kazalnikov.
- ▶ Uresničevanje ukrepov iz razvojnega načrta in opredelitev odstopanj s predlogom za spremembo, omilitev tveganj oziroma pospešitev izvajanja strategije v primeru večjih zaostankov.

Izvajanje strategije se bo odvijalo v spreminjajočih se okoliščinah, ki jih vnaprej ni mogoče predvideti. Še zlasti v letu 2020 in 2021 je zaradi pandemije pričakovati velik upad turistične dejavnosti glede na pretekla leta. Zaradi težko predvidljivih razmer je nujno sprotno prilagajanje, dopolnjevanje in spreminjanje ukrepov razvojnega načrta. V kolikor je **spreminjanje ukrepov razvojnega načrta** (Poglavje 4) skladno z vizijo in cilji strategije, slednje ne podleže formalnemu spreminjanju in obravnavi strateškega dokumenta na organih zavoda in občin.

- ▶ Predlog za novelacijo strategije, če se izkaže potreba po spremembi strateškega okvira (vizija, cilji, prednostna strateška področja).

Turizem Dolina Soče vsaj enkrat tekom izvajanja strategije (priporočljivo leta 2023) izdela vmesno poročilo z oceno izvajanja strategije ter po potrebi predlaga njeno **novelacijo, vključn z odločitvijo o podaljšanju njene veljavnosti**. V primeru novelacije strategije se slednja sprejema po enakem postopku, kot se je osnovni strateški dokument.

V podporo spremljanju izvajanja Turizem Dolina Soče organizira **vsakoletno srečanje oz. letni forum turističnih ponudnikov** v destinaciji, kjer predstavi analizo preteklega leta in oceno izvajanja strategije ter skupaj z deležniki začrta koncept dela za prihodnje obdobje.

Slika 19 Prikaz okvirne delitve nalog med DMMO TDS, občinami, PRC, JZ TNP, ponudniki, investitorji in drugimi deležniki

Deležnik	OBČINE z javnimi službami	TURIZEM DOLINA SOČE	PRC	Ponudniki	Investitorji	JZ TNP	Drugi (RS, društva,..)
Vloga	Investitor in lastnik	Upravljevalec, tržnik, razvojniki destinacije	Regionalni razvoj, razvoj finančnih spodbud (pr. CTN TNP, LAS...)	Podjetniško delovanje	Investicijske priložnosti	Varovanje narave in dediščine	Različno
Ukrep/Področje	TURISTIČNA INFRASTRUKTURA IN REŽIMI						
Urejanje infrastrukture in režimov (U1-4)	Kolesarjenje, jadrnalno padalstvo, vodni športi Režimi in naložbe	Pohodništvo Monitoring Vodnik na Soči		Nadgradnja agencij		Pomoč pri zasnovi režimov, zakonodaja	Pomoč pri upravljanju (društva)
Urejanje javne turistične infrastrukture na točkah interesa (U5)	Investira in financira	Zagotavlja vsebine Investira, kjer upravlja	Vključevanje v projekte in financiranje	Prilagaja svojo ponudbo ciljnim skupini			Upravljalci muzejev, poti...
Pridobivanje investitorjev v strateške JZ naložbe v turizmu (U6)	Prostorski akti Promocija lokacij in objektov Spodbude	Vsebine Vključevanje v ponudbo in trženje DS	Promocija investicij Viri financiranja		Razvoj projekta Investiranje		Potencialni upravljalci Vsebine
Spodbujanje mikro podjetniških naložb v turizmu (U7)	Zasnova sheme in viri financiranja Ponudba praznih lokalov	Strokovna pomoč in usmerjanje ponudnikov	Zasnova sheme in viri financiranja	Razvoj ustrezne ideje Investiranje			
Sistem trajnostne mobilnosti (U8)	Investicije v centralna parkirišča Zagotavljanje režimov in shuttle prevozov	Strokovna pomoč in usmerjanje obiskovalcev	Načrtovanje Kordinacija	Razširjanje med gosti		Sofinanciranje Razširjanje Ozaveščanje	Javni prevozi in dostopnost (MZI, SŽ)
Celostne prostorske in okoljske ureditve v podporo zeleni destinaciji (U9)	Sprejetje in izvajanje skupnih smernic Umeščanje v OPN Prostorsko-prometne ureditve središč	Smernice za i) oblikovno in trajnostno urejanje zunanjega javnega prostora in turistične infrastrukture ter ii) male investicije v turizmu		Upoštevanje smernic		Smernice za urejanje prostora Sofinanciranje ureditev v TNP	Master plan (MGRT) Okoljske akcije (Komunala)
Ukrep/Področje	PONUDBA						
Oblikovanje celoletne ponudbe (U1)		Spodbujanje razvoja in promocija produktov destinacije	Vključevanje v projekte	Individualne ponudbe		Skupni programi	Sodelovanje društev, muzejev...
Dvig kvalitete ponudbe in cenovno reorganiziranje (U2)	Opredelitev primernih prostorskih in ureditvenih pogojev	Razvoj in upravljanje kolektivne znamke DS	Organizira usposabljanja	Udeležba na usposabljanjih in v znamki			
Razvoj ponudbe 5* doživetij in dvig ravni doživljajskosti obstoječe ponudbe (U3)		Spodbuda za oblikovanje in razvoj ponudbe Izobražuje, usmerja	Identificira in spodbuja podpirne storitve	Lastne inovacije in sodelovanje		Skupni programi	
Vzpostavljane mreže ponudnikov in oblikovanje sestavljene ponudbe (U4)		Vzpostavlja in podpira povezave Multi-day paketi		Aktivno vključevanje in samo-organiziranje			
Nadgradnja gostinske ponudbe (U5)		Povezuje in promovira ter spodbuja nove tipe	Spodbuja proizvodnjo lokalne hrane	Inoviranje v kulinariki			
Ukrep/Področje	UPRAVLJANJE DESTINACIJE						
Krepitev managementa destinacije (U1)	Financiranje Aktivno nadzorstvo Usklajevanje in koordinacija med občinami	Zagotovi kadre in prilagodi organizacijsko strukturo	Usklajevanje	Aktivno vključevanje v produktne skupine		Sodelovanje v kolegiju in produktnih skupinah	Aktivno vključevanje v produktne skupine

Deležnik	OBČINE z javnimi službami	TURIZEM DOLINA SOČE	PRC	Ponudniki	Investitorji	JZ TNP	Drugi (RS, društva,..)
Razvoj in pridobivanje kadrov za turistično gospodarstvo (U2)		Turistični vodniki Vsebinsko sodeluje	Karierna orientacija Pridobivanje kadrov Šola odličnosti & gostoljubnosti	Udeleženec Nudi prakso Nudi štipendije			
Odličnost Doline Soče (U3)		Razvoj in upravljanje kolektivne znamke Zelena shema	Promocija med ciljnim skupinami Vključevanje v projekte	Sodelujejo Uvajajo okoljske znake		Sodelovanje pri znamki kakovosti – znak TNP	
Raziskave, razvoj in inovacije (U4)		Usmerjanje razvoja Svetovanje Analitika & raziskave	Sodelovanje				
Vzpostavljanje meddestinacijskih partnerstev (U5)	Financiranje programa	Povezovanje navzven in čezmejno				Sodelovanje v BOJA – Prealpi Giulie	JA, TNP, STO
Ukrep/Področje	TRŽENJE						
Vzpostavitev celostne komunikacijske platforme destinacije ter arhitekture znamke Doline Soče (U1)		Razvoj in upravljanje znamke Doline Soče, komunikacijske platforme ter kolektivne znamke kakovosti		Uporaba destinacijske znamke in kolektivne znamke kakovosti		Uporaba znaka TNP Koordinacija	
Natančnejše profiliranje in poznavanje ciljnih skupin in interesov gostov (U2)		Analitika & raziskave Oblikovanje profilov ciljnih skupin Doline Soče		Sodelovanje pri zbiranju podatkov			
Celostni razvoj notranje komunikacije in trženja v destinaciji (U3)	Spodbude za promocijske akcije z ambasadorji destinacije Soče Aktivno sodelovanje javnih služb pri posamičnih aktivnostih (npr. aktivnosti Komunale za spodbujanje ponudnikov in gostov k zelenemu delovanju)	Aktivno povezuje ponudnike Izvaja kampanje za zeleno osveščanje in pripadnost destinaciji Sodelovanje v Soča Evergreen Tim		Aktivno sodelovanje Zelena osveščanje gostov Sodelovanje v Soča Evergreen Tim			
360 Razvoj in upravljanje lastnih medijev (Vsebinski marketing) (U4)		Upravljanje in usmerjanje zunanjih izvajalcev		Aktivno sodelovanje		Aktivno sodelovanje	
Celostno in ciljno upravljanje digitalnega in klasičnega marketinga (U5)		Upravljanje in usmerjanje zunanjih izvajalcev		Aktivno sodelovanje		Aktivno sodelovanje	
Upravljanje in razvoj rezervacijskega sistema (U6)		Razvoj, vzdrževanje in upravljanje rezervacijskega sistema Spodbujanje ponudnikov k aktivni udeležbi		Aktivno sodelovanje pri oblikovanju in posredovanju ponudbe			

5.2. Dejavniki uspeha: zunanji in notranji

Kaj moramo zagotoviti, da bomo pri uresničevanju strategije uspešni? Na kaj moramo biti pozorni v zunanjem in notranjem okolju? Povzemamo ključne dejavnike uspeha po posameznih ravneh – od zunanjega okolja (na globalni ravni ter na ravni države oz. resornega ministrstva) preko občinske in destinacijske ravni do zasebnega sektorja.

Sklopi zunanjega okolja, ki niso odvisni od nas, je pa destinacija odvisna od njih

Temeljni pogoji, vezani na stabilno mednarodno okolje za razvoj turizma (GLOBALNA raven)

1. Pandemija covid-19 bo preklicana, razvito cepivo bo omogočilo sprostitev mednarodnih potovanj do poletne sezone 2021.
2. Makroekonomske posledice pandemije bodo obvladljive, kar bo pospešilo postopen zagon globalnega turističnega povpraševanja v 2 do 3 letih.
3. Stabilne makro politične razmere.

Temeljni pogoji, vezani na spodbudno okolje za razvoj turizma (raven DRŽAVE):

1. Vlada Republike Slovenije vzpostavi in izvaja ustrezne ukrepe za premostitev gospodarskih posledic pandemije v turističnem sektorju, ki bodo primerljivi tujim konkurenčnim destinacijam.
2. Podpora države pri vlaganjih v strateške turistične naložbe – javno turistično infrastrukturo (gorski center Kanin, zgodovinsko jedro Breginj...) kot vzvod za pritegnitev investitorjev v spremljajoče zasebne naložbe (MGRT, MZI, MK).
3. Ugodni finančni viri in stabilno poslovno okolje za konkurenčno turistično ponudbo in zasebne naložbe v namestitvene in spremljajoče turistične objekte (MGRT, SID banka, SPS).
4. Boljša in celoletna dostopnost Doline Soče po cestah in z javnim prevozom (MZI).
5. Zagotavljanje spodbudnega, stabilnega in urejenega zakonodajnega okolja za izvajanje dejavnosti, še zlasti za vodne športe in kolesarjenje (MOP).
6. Podpora razvoju zelenih produktov in pozicioniranje destinacije Doline Soče kot trajnostne destinacije v okviru nacionalne promocije (STO in MGRT).
7. Fleksibilno in spodbudno okolje za pridobivanje delavcev v turistični sektor (tudi tujcev) in pomoč pri zagotavljanju stanovanj za zaposlene v turizmu (MDDSZ, MGRT, MOP).

Temeljni pogoji, vezani na večje projekte (raven KOHEZIJSKE, ČEZMEJNE IN RAZVOJNE REGIJE):

1. Izvedba načrtovanih investicijskih projektov iz RRP Severne Primorske 2014-2020, prednostno daljinske kolesarske povezave (PRC).
2. Upoštevanje usmeritev te strategije pri pripravi programskih dokumentov nove finančne perspektive EU 2021-2027, tako kohezijske, čezmejne kot kmetijske politike (PRC).
3. Razumevanje posebnega položaja območja Doline Soče in Julijskih Alp pri oblikovanju nove kohezijske politike (oroženost delovnih mest in gospodarstva zaradi visoke odvisnosti od turizma, demografsko orgoženo območje, obmejno območje, narodni park) Pridobitev namenskih sredstev EU, prednostno v obliki Celostnih teritorialnih naložb (CTN) za Triglavski narodni park oz. Biosferno območje Julijske Alpe in iz sredstev politik razvoja podeželja (LAS Posočje ali LAS TNP/BOJA).

4. Obstoj in krepitev Skupnosti Julijske Alpe in izvedba projektov v okviru dosedanjega in noveliranega Razvojnega načrta Biosfernega območja Julijske Alpe (JA, JZ TNP).
5. Aktivnejša vloga pri pridobivanju in razvoju kadrov za turistični sektor (PRC, OOO).
6. Zagotovitev različnih finančnih virov za zasnovo skupne sheme za podporo mikro naložbam v turizmu v skladu z Ukrepom 7.1 (PRC, JZ TNP).
7. Doseganje sinergij med različnimi projekti s področij trajnostne mobilnosti, samooskrbe s hrano, razvoja podeželja, spodbujanja podjetništva itd. (PRC, JZ TNP, JA).
8. Interes sosednjih italijanskih partnerjev za višjo raven sodelovanja (naravni regionalni park Prealpi Giulie, Promoturismo).

Sklopa notranjega okolja, na katera lahko vplivamo - odgovornosti po ravneh

Pogoji in odgovornosti, vezani na delovanje na ravni LOKALNE SKUPNOSTI – OBČINE:

1. Proaktivna vloga občin pri prestrukturiranju, okrepanju in prilagajanju destinacije zaradi epidemije covid-19.
2. Podpora občin Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči turizmu, načrtovanim investicijskim projektom in »mehkim« akcijam ter financiranju dodatnih kadrov javne službe TDS.
3. Aktivno partnerstvo občin in javnih služb pri oblikovanju enovitega destinacijskega okolja Doline Soče – medobčinski dogovor o enotnih režimih za izvajanje dejavnosti in urejanje mobilnosti ter celostnem pristopu k urejanju prostora Doline Soče.
4. Vključevanje usmeritev strategije turizma v druge občinske politike (prostorska, kmetijska, stanovanjska, okoljska, kulturna...), saj je turizem interdisciplinarna dejavnost.
5. Podpora lokalnim investitorjem pri umeščanju dejavnosti v prostor.
6. Proaktivno iskanje strateških investitorjev v ključne naložbe.
7. Skrb za urejen odprt javni prostor in naselja.
8. Povezovanje področij, projektov, institucij in ljudi znotraj Doline Soče – krepitev identitete.
9. Podpora in širjenje koncepta trajnostnega razvoja turizma.

Pogoji in odgovornosti, vezani na delovanje DESTINACIJE oziroma DMMO - TDS:

1. Proaktivni, profesionalni in okrepljeni destinacijski management skozi vzpostavljeno aktivno partnerstvo z vsemi skupinami deležnikov.
2. Sposobno in preudarno vodenje in upravljanje destinacije skozi vse faze epidemije covid-19.
3. Aktivno vodenje izvajanja pričujočega strateškega dokumenta v smeri zastavljenih zelenih, kakovostnih in sezonalizacijskih ciljev.
4. Skrb za 5* doživetje obiskovalca in njegovo aktivno upravljanje v vseh stikih, ki so v domeni destinacije: od iskanja informacij do prihoda ter bivanja v destinaciji in vpliva na deljenje izkušnje.
5. Skrb za zagotovitev systemskega in trajnostnega upravljanja turističnih tokov v destinaciji.
6. Motiviranje ponudnikov za povezovanje ter kakovostni in kreativni napredek.
7. Sistematično re-pozicioniranje ponudbe in ponudnikov v doživetja, v izvensezonske produkte in na nove ciljne skupine (zmanjšanje odvisnosti od enega prevladujočega segmenta).

Pogoji in odgovornosti, vezani na delovanje PODJETIJ - PONUDNIKOV:

1. Pravočasno izvajanje ukrepov za omilitev posledic pandemije na finančno poslovanje turističnih podjetij, sposobnost prilagajanja produktov in uvajanja novih poslovnih modelov, obvladovanja

odnosov s kupci, upravljanje rezervacij ter kakovost prilagajanja procesov in storitev spremenjenim pogojem poslovanja.

2. Zagotavljanje kakovostne storitve – odlične izkušnje in doživetja gosta ter s tem prevzemanje soodgovornosti za kakovost ponudbe celotne destinacije.
3. Investiranje v lastno znanje ter izobraževanje, motiviranje in nagrajevanje svojih zaposlenih.
4. Sledenje novostim in dogajanjem v destinaciji. Prijazno seznanjanje gostov z aktualnimi informacijami, režimi in trajnostno usmeritvijo destinacije. Motiviranje gostov za rabo javnih prevozov, skupne infrastrukture in storitev, ki jih zanje organizira destinacija.
5. Medsebojno poznavanje in mreženje ponudnikov in ponudbe ter napotovanje svojih gostov do drugih ponudnikov / doživetij (osebna priporočila, na osnovi odličnega poznavanja destinacije).
6. Prevzemanje iniciative in sodelovanje pri skupnih produktivnih, tržnih in razvojnih akcijah destinacije.
7. Vlaganje v razvoj in trženje doživetij / produktov, razvijanje 5* doživetij – sledenje trendom (oziroma njihovo ustvarjanje).
8. S svojimi poslovnimi in razvojnimi načrti ter celostnimi vlaganji v posodabljanje objektov in infrastrukturo slediti usmeritvam te strategije (kakovost, celoletnost, trajnost), potrebam in pričakovanjem gostov ter zmožnostim in ambientu konkretnega mikrookolja naložbe.
9. Pospešeno vpeljevanje trajnostnih rešitev v poslovanje.

6. Pregled okrajšav, literature in sodelujočih

Okrajšave

AAT	Alpe-Adria-Trail / Daljinska pot Alpe - Jadran
AGF	A Greener Festival
AJPES	Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve
ARSO	Agencija Republike Slovenije za varstvo okolja
ATTA	Adventure Travel Trade Association
B2B	Dvostranske poslovne aktivnosti, srečanja (angl. Business-to-business)
BDP	Bruto domači proizvod
BOJA	Biosfero območje Julijske Alpe
CRM	Informacijski sistem za odnose s kupci (angl. Customer relation management)
CTA	Poziv za ponudbe (angl. Call to action)
CTN	Celostne teritorialne naložbe
D	Desezonalizacija
DMMO	Destinacijska management in marketing organizacija (= Javni zavod Turizem Dolina Soče)
DOLB	Sistem daljinskega ogrevanja na lesno biomaso
DRSI	Direkcija Republike Slovenije za infrastrukturo
DS	Dolina Soče
EGP	Evropski gospodarski prostor
ESRR	Evropski sklad za regionalni razvoj
FB	Družbeno omrežje Facebook
FPM	Ustanova "Fundacija Poti miru v Posočju"
FŠ	Fundacija za šport
FUDŠ	Fakulteta za uporabne družbene študije
FVG	Friuli Venezia Giulia
GIZ	Gospodarsko interesno združenje
GK	Gorsko kolesarjenje
JA	Skupnost Julijske Alpe
JZ	Javni zavod
JZ TNP	Javni zavod Triglavski narodni park
JZP	Javno-zasebno partnerstvo
K	Kakovost
KBZ	Kolektivna blagovna znamka
KGZS	Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije
KKSE	Kajak klub Soške elektrarne
LAS	Lokalna akcijska skupina (izvajanje programa razvoja podeželja)
LTO	Lokalna turistična organizacija
MAB	Program človek in biosfera (angl. Man and Biosphere Programme)
MDDSZ	Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti
MGRT	Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
MICE	Kongresni in poslovni turizem (angl. Meetings, incentives, conferencing and exhibitions)
MK	Ministrstvo za kulturo
MKČN	Male komunalne čistilne naprave
MOP	Ministrstvo za okolje in prostor
MSP	Mala in srednje velika podjetja
MU	Medobčinska uprava
MZI	Ministrstvo za infrastrukturo
NFM	Norveški finančni mehanizem
np	Ni podatka

NRP	Načrt razvojnih programov
NUSZ	Nadomestilo za uporabo stavbnih zemljišč
OB / B	Občina Bovec
OK / K	Občina Kobarid
OKS / KS	Občina Kanal ob Soči
OOZ	Območna obrtna zbornica
OP EKP	Operativni program Evropske kohezijske politike
OPN	Občinski prostorski načrt
OPPN	Občinski podrobní prostorski načrt
OŠ	Osnovna šola
OT / T	Občina Tolmin
PD	Planinska društva
PMDP	Povprečni mesečni dnevni promet
PRC	Podjetniško razvojni center - Tolmin
PS	Produktna skupina
PZS	Planinska zveza Slovenije
RD	Ribiška družina
RRP	Regionalni razvojni program
SKD	Standardna klasifikacija dejavnosti
SO	Socialna omrežja
SONK	Javni zavod Sončni Kanin
SPIRIT	Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije
SPS	Slovenski podjetniški sklad
STKP	Slovenska turno-kolesarska transverzala
STKP	Slovenska turno-kolesarska pot
STO	Slovenska turistična organizacija
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
SWOT	Analiza prednosti, slabosti, priložnosti in tveganj
SŽ	Slovenske železnice
TD MnS	Turistično društvo Most na Soči
TDS	Javni zavod Turizem Dolina Soče
TIC	Turistični informacijski center
TM	Tolminski muzej
TNP	Triglavski narodni park
UNESCO	Organizacija Združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo
WTTC	World Travel and Tourism Council
Z	Zelena, trajnostna destinacija
ZFO	Zakon o financiranju občin
ZGS	Zavod za gozdove Slovenije
ZoN	Zakon o ohranjanju narave
ZRSZ	Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje
ZSST	Zelena shema slovenskega turizma
ZTNP-1	Zakon o Triglavskem narodnem parku
ZUreP	Zakon o urejanju prostora
ZVKDS	Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije
ZzRS	Zavod za ribištvo Slovenije

Literatura in viri

1. European Tourism – Trends & Prospects, Quarterly Report Q1/2019, European Travel Commission, https://etc-corporate.org/uploads/2019/05/ETC-Quarterly-Report_Q1-2019_Public-1.pdf.
2. Global perspectives on Tourism Sustainability Innovations, Development, and Trends for 2019, Sustainability Leaders projects, <https://sustainability-leaders.com/global-perspectives-tourism-sustainability-developments-2019/>.

3. Izračun ogljičnega odtisa za regijo od Idrije do Bovca, KSSENA, naročnik: PRC, maj 2013.
4. Načrt ureditve, Janko Rožič, Matjaž Suhadolc, Gašpar Drašler, Lea Malečnik, projekt Camis, november 2013.
5. Uredba o Načrtu upravljanja Triglavskega narodnega parka za obdobje 2016-2025 (Ur. l. RS, št. 34/16) s priložno Načrt upravljanja Triglavskega narodnega parka 2016-2025.
6. Podatkovni portali AJPEŠ, SURS, EUROSTAT.
7. Projektna naloga za izdelavo PZI za glavno kolesarsko povezavo GKP G1, Predel – Nova Gorica, odsek Tolmin – Modrej, ob G2-102/1040, Pršeti - Most na Soči, od km 5.190 do km 6.250, ter izdelavo PGD in PZI brvi za kolesarje čez potok Vodivček, Ministrstvo za infrastrukturo, DRSC, 15. 1. 2013.
8. Prostorska preveritev dostopnih mest na reki Soči v občini Tolmin, Janko Rožič, Matjaž Suhadolc, Gašpar Drašler, Lea Malečnik, projekt Camis, november 2013.
9. Prostorske zasnove turističnih in rekreacijskih ureditev ob reki Soči, območje med Volčanskim mostom in Mostom na Soči, Končno poročilo, LOCUS, projekt Camis, junij 2014.
10. Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Vlada RS, 5. 10. 2017.
11. Travel & Tourism, Economic impact 2019 world, <https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf>
12. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition

Sodelujoči v procesu

Uvodna delavnica, Tolmin, 24. 1. 2019 Alenka Zgaga (Baška dediščina), Alenka Lednik (Agencija Metulj), Branko Bizjak (Na Biru), David Štulc Zornik (TIC Tolmin), Djana Škoberne (Hotel Dvorec), Dragica Rutar (Apartma Rutar), Elena Podbršček (Apartma Kavčič), Ervina Černuta (Apartma Pri Tempu), Gaj Rosič (TDS), Gregor Leban (Nature view house), Hinko Fortunat (Hiša Fortunat in šotorišče Senca), Igor Rutar (Sobe Rutar), Jožefa Rink (Apartma Rink), Maja Kristan (Studio Dom), Marko Barle (Turistična agencija Adventours), Matej Gorjan (Hotel Zlata ribica), Mateja Leban (TDS - TIC Tolmin), Milan Berlot (RD Tolmin), Milena Brešan (PD Tolmin), Mirjam Kacafura (Počitniško stanovanje Mika), Nadja Leban (PD Tolmin), Nataša Štrukelj (Hiša Gušta), Renata Komar (Penzion Kobala), Romana Krivec (Apartmaji Lom), Rosanda Skočir (Apartmaji Rosi), Sergej Čujec (Kamp Gabrije), Silva Mlakar (Sobe Silva), Simina Dobravec (Kneža 61), Tjaša Bizjal (TDS - TIC Tolmin), Tomaž Leban (Turistična kmetija Pri Kafolu), Tomaž Štenkler (PD Podbrdo), Uroš (Penzion Šterk), Jasmina Urbančič (Fundacija Poti miru v Posočju), Maša Klavora (Fundacija Poti miru v Posočju), Katja Kragelj Jug (ARSA Marketing), Zvonko Kozorog (Prevozi Kozorog), Rajko Leban (TD Most na Soči), Petra Čujec (Kamp Siber), Damjana F. Čemiligar (Tolminski muzej), Piri Slavko in Piri Darja (Apartma 2000 Tolmin), Albin Brešan, Davorin Rejec, Andrej Dobravec in Igor Kavčič (KS Dolje-Gabrije), Tatjana Žganec (Sobe MICI-Čigin), Nana Benedešič, Peter Drakskobler (Poslovno svetovanje Marsky), Ana Rijavec, Nataša Leban, Aljaž Bevk (Turistična kmetija Široko), Jure Kavčič (Jelovčerjeva hiša), Primož Kuščar (Apartmaji Kuščar), Jana Dolenc (Soča penthouse, Kuninez), Eduard Stamsnijder (Kuninez house, Maharač house), Uroš Brežan (župan Občine Tolmin).

Uvodna delavnica, Kobarid, 25. 1. 2019 Maša Klavora, Katja Sivec in Leon Četrnič (Fundacija Poti miru v Posočju), Lidija Koren (Kamp Koren), Irena Kranjc (TK Kranjc), Jernej Grahli (Sobe Fedrig), Maja Roš in Samo Kanellopoulos (Chalets Nebesa), Janja Novosel Breščak (Pri Jakobu), Jernej Breščak (pri Jakobu), Boštjan Jazbec (Gostišče Jazbec), Simon Škovr (Občina Kobarid, Domačija Škvor), Rado Taljat (Apartma Most), Evgen Marcola (Kamp Nadiža), Tilen Rakušček (Apartma Kozjak), Leonida Kanalec (Apartma Brnat), Klavdij Rakušček (Jelkin hram in padalci), Nejc Šerbec (Soča Trips), Karmen Ivančič (Apartmaji Ivančič), Dejan Luzar (X-point), Slavko Gregorčič (PD Kobarid), Jože Šerbec (Kobariški muzej); Ivan Ručna (Kamp Rut), Miha Šalehar (Robidišče Trails), Apartma Cuvee, Božidar Kanalec (Zavod Apolon), Tanja Karlo (Apartmaji Soča), Marijan Stres (Stres apartmaji), Janez Kavčič (Apartmaji Bandaron Breginj), Rok Urbančič in Mateja Urbančič (Žonir d.o.o.), Peter Drakskobler (Poslovno svetovanje Marsky), Marko Miklavčič (podžupan Občine Kobarid), Andreja Jurkovič in Anja Skočir (TDS - TIC Kobarid)

Delavnica o plovbi na reki Soči, Bovec, 29. 1. 2019 Miro Kristan (PRC), Jurij Strith (Strith d.o.o.), Cecilija Ostan Avsenik (Občina Bovec), Simin Škvor (Občina Kobarid), Miran Drole (Občina Tolmin), Aleš Golja (Fakulteta za gradbeništvo), Adis Hrovat (GIZ raftarjev Doline Soče), Filip Hrovat (Strokovni svet javnega zavoda TDS), Anton Podbršček (Direkcija RS za vode), Janko Humar (TDS), Suzana Konec in Katja Leban (Medobčinska uprava), Daniel Rojšek (ZRSVN), Jože Klemenčič (inšpektor za plovbo po celinskih vodah).

Produktna delavnica, Kobarid, 6. 3. 2019 Jože Munih (Zasebni zavod Energijske poti Tolmin), Leon Četrtrič in Katja Sivec (Fundacija Poti miru v Posočju), Urška Miklavčič (Mlekarna Planika), Natalija Rot (Hiša Sonca), Maja Kranjc (Kamp Koren), Mateja Olič (Hotel Boka), Maja Roš Kanellopoulos in Samo Kanellopoulos (Chalets Nebesa), Božidar Kanalec (Zavod Apolon), Peter Draskobler (Marsky), Damjana Fortuna Černilogar (Tolminski muzej), Teja Kranjc (Kamp Trnovo), Peter Terlikar (Gostišče Jazbec), Slavko Gregorčič (PD Kobarid), Lisa Sossi (Nortra), Nejc Šerbec (Soča trips), Alenka Blaško (Hotel Dvorec), Branko Velišček (Zavod KŠM Tolmin), Valentina Jarc (Apartmaji 45), Samo Leštan (Azimut Center), Tanja Volarič (App Soča), Blaž Lužnik (Postive Sport), Pavel Sivec, Božidar Kanalec (Zavod Apolon), Jana Dolenc (Soča Penthouse), Megi Kravanja (Megi tretmaji), Eduard Stamsnijder (Počitniško stanovanje Maharač), Jaka Fili (Kobariški muzej), Darko Smrekar (Zavod 1917), Janko Humar, Mateja Leban, Anja Skočir, Tjaša Bizjak, David Štuld Zornik, Andreja Jurkovič, Gaj Rosič (vsi TDS)

Produktna delavnica, Tolmin, 6. 3. 2019 Maša Klavora (Fundacija Poti miru v Posočju), Marko Barle (TA Adventures), Barbara Kavčič (Apartma Pri Ruscu), Renata Komar (Penzion Kobala), Maja Kranjc (Kamp Koren), Ervina Černuta (App hiša Pri tempu), Branko Kemperle (App utrinek), Klavdij Rakušček (Jelkin Hram), Tomaž Leban (RD Tolmin), Matej Gorjan (Hotel Zlata ribica), Alenka Lednik (Agencija Metulji), Mariša Bizjak (Cottages na Biru), Petra Čujec (Kamp Siber), Jasna Rot, Gašper Jesenšek (SočaFly), Sergej Čujec (Kamp Gabrje), Tomaž Leban (TK pri Kofolu), Mateja Leban, Tjaša Bizjak, David Štuld Zornik, Janko Humar, Ana Rijavec (TDS)

Predstavitvena delavnica na skupni seji Sveta zavoda in Strokovnega sveta Bovec, 7. 6. 2019

Člani sveta zavoda: Danijel Krivec, Boštjan Novosel, Vasja Mrakič, Olga Ručna, Branko Velišček, Lidija Koren, Renata Komar, Jasna Rot, Mateja Leban; Člani strokovnega sveta: Peter Della Bianca (kamp Korita), Saša Vranješ (Hotel Boka), Maja Roš Kanellopoulos (Nebesa, Livek, Kobarid), Miša Novak (STO), Anka Miklavčič Lipušček (Mlekarna Planika, Kobarid), Eduard Stamsnijder.

Produktno-razvojna delavnica za ponudnike in deležnike Občine Kanal ob Soči, 20.11.2019

Vesna Velišček (Zeliščne sobe), Boris Ugrin (SENG), Skrt Klavdij (Sirama Kanal), Mugerli Renata (Gostilna Pri Mostu), Tomaž Anton, Darja Žnidarčič (ČD Kanal-Brda), Jožica Strgar (Muzejska zbirka Lukčeva hiša), Zoran Šuligoj, Vesna Valentinčič (Prenočišča), Manuela Korečič, Martin Levpušček (Muzejska zbirka pri Jugovih), Nežka Levpušček (Zavod center zelenih doživetij), Tone Melink (Apartma Humarji), Branko Žnidarčič (E.D. Liški pustje), Alenka Gololičič (Galnatural), Milica Zimic (PD Soča Kanal), Lora Zimic Mugerli (Občina Kanal ob Soči), Tina Gerbec (Občina Kanal ob Soči, županja), Minka Wolher (App pod gradom), Aleksanderr Štrukelj (ŠKT društvo Levpa), Milena Pavlin (TD Kanal), Valter Reščič (TD Korada Deskle-Anhovo), Natalija Melink (TD Društvo Globočak), Marta Brelih (TD Kanal), Eva Knafelc (Prenočišča), Iztok Gabrijelčič (TD Kanal), Primož Kožuh (O.Z.O.N.), Lijana Jurečič (O.Z.O.N).

Seznam sestankov

- ▶ Uvodni sestanek z župani, 9. 11. 2018
- ▶ Usklajevalni sestanek PRC, 25. 1. 2019
- ▶ Sestanek z župani, direktorji občinskih uprav, javnih podjetij in zavodov, 20. 3. 2019
- ▶ Usklajevalni sestanek Občina Bovec, 3. 4. 2019
- ▶ Usklajevalni sestanek Občina Kobarid, 3. 4. 2019
- ▶ Usklajevalni sestanek Občina Tolmin, 3. 4. 2019
- ▶ Delavnica z zaposlenimi v Turizmu Dolina Soče – razvoj in upravljanje, 15. 4. 2019
- ▶ Delavnica z zaposlenimi v Turizmu Dolina Soče – trženje in produkti, maj 2019
- ▶ Usklajevalni sestanek Občina Kanal ob Soči, 4. 9. 2019

Poglobljeni intervjuji

- ▶ Ana Roš, vrhunska chefinja, Hiša Franko
- ▶ Boban Milutinovič, organizator festivalov v Tolminu
- ▶ Almira Pirih, direktorica Posoškega razvojnega centra
- ▶ Anka Lipušček, direktorica Mlekame Planika
- ▶ Marko Matajurc, župan Občine Kobarid
- ▶ Maja Roš Kanellopoulos in Samo Kanellopoulos, ponudnika Chalets Nebesa, Livek

! Pomembna sporočila sodelujočih v procesu (januar 2019)

Kobarid: Graditi je treba na zavedanju, da nič ni dano, da moramo vsi prispevati, da bomo želi. * Graditi na lastni identiteti in ponosu, tesnem sodelovanju in posluhu do posameznikov, ki izkazujejo željo po razvoju in sodelovanju * Več obiska turistov pred in po sezoni * Spodbujanje domačinov k razvoju dodatne ponudbe in ne novih nastanitvenih kapacitet * Zvišati kakovost turistične ponudbe in gostinstva * Vodilna, butična outdoor destinacija z veliko 5* doživetij * Boljša infrastruktura v vseh pogledih – jasni upravljavci * Mislimo na robne doline in planote

Tolmin: V prihodnje delati na dvigu kakovosti in cene storitev, ne na kvantiteti VSEGA * Poudarimo in ponudimo lokalno (lokalni zajtrki) * Spoštljiv odnos do danosti, osebni odnos do gosta * Srčnost dela kakovostne turistične zgodbe * Ne pozabiti na domače prebivalstvo ter na stranske doline in planote * Manj = več; manj poleti, več pozimi, več kakovosti * Investirati v ljudi in infrastrukturo * Dajmo priložnost mladim * "Brez odpadka" * Bolje poznati svojo dolino in novosti * Petdnevni paketi različnih aktivnosti po dolini * Ponudba kulinarčnih izkušenj, tudi na planinah.

Kanal ob Soči: Ne turizmu za vsako ceno * Potreben hiter razmislek ali in kako je lahko turizem v občini Kanal ob Soči gospodarska dejavnost * Obmimo se k individualnemu gostu, ki ga zanimata mir in narava * Tako kot Bovec, Kobarid in Tolmin, imamo tudi mi kaj ponuditi, samo predstaviti in ponuditi moramo bolje* Nujno moramo združiti vse subjekte, da sodelujejo med seboj * Verjetno se da več narediti na pohodništvu, kolesarjenju, dedišini treh svetrišč, arheologiji, zasebnih zbirkah, na področju lokalne obrti in prikaza starih opravil * Salonit Anhovo nam ni ravno v pomoč * Naučimo se kaj od ostale doline * Vlaka – okno v svet * Vse kar si zadamo, lahko naredimo, samo verjeti moramo v pozitivne rešitve.