

Dolina Soče

# SOČA EVERGREEN

## STRATEGIJA RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA DOLINE SOČE 2025+

Povzetek

I FEEL  
SLOVENIA

# PROCES PRIPRAVE



**3**

ankete z 238  
sodelujočimi

**5**

delavnic z  
več kot 260  
sodelujočimi

**6**

poglobljenih  
intervjujev

**2**

javni  
predstavitvi  
in 37 pisnih  
odzivov

več kot **10**

usklajevalnih  
sestankov

# DESTINACIJA DOLINE SOČE

## Bovec, Kobarid, Tolmin, Kanal ob Soči



# VSEBINA STRATEGIJE

1

ANALIZA IN  
DIAGNOZA

2

STRATEGIJA  
ZIMZELENE RASTI  
z vizijo in pozicijo

3

RAZVOJNI NAČRT

4

DEJAVNIKI  
IZVAJANJA

## Izziv 1

# Zagon turizma po epidemiji covid-19



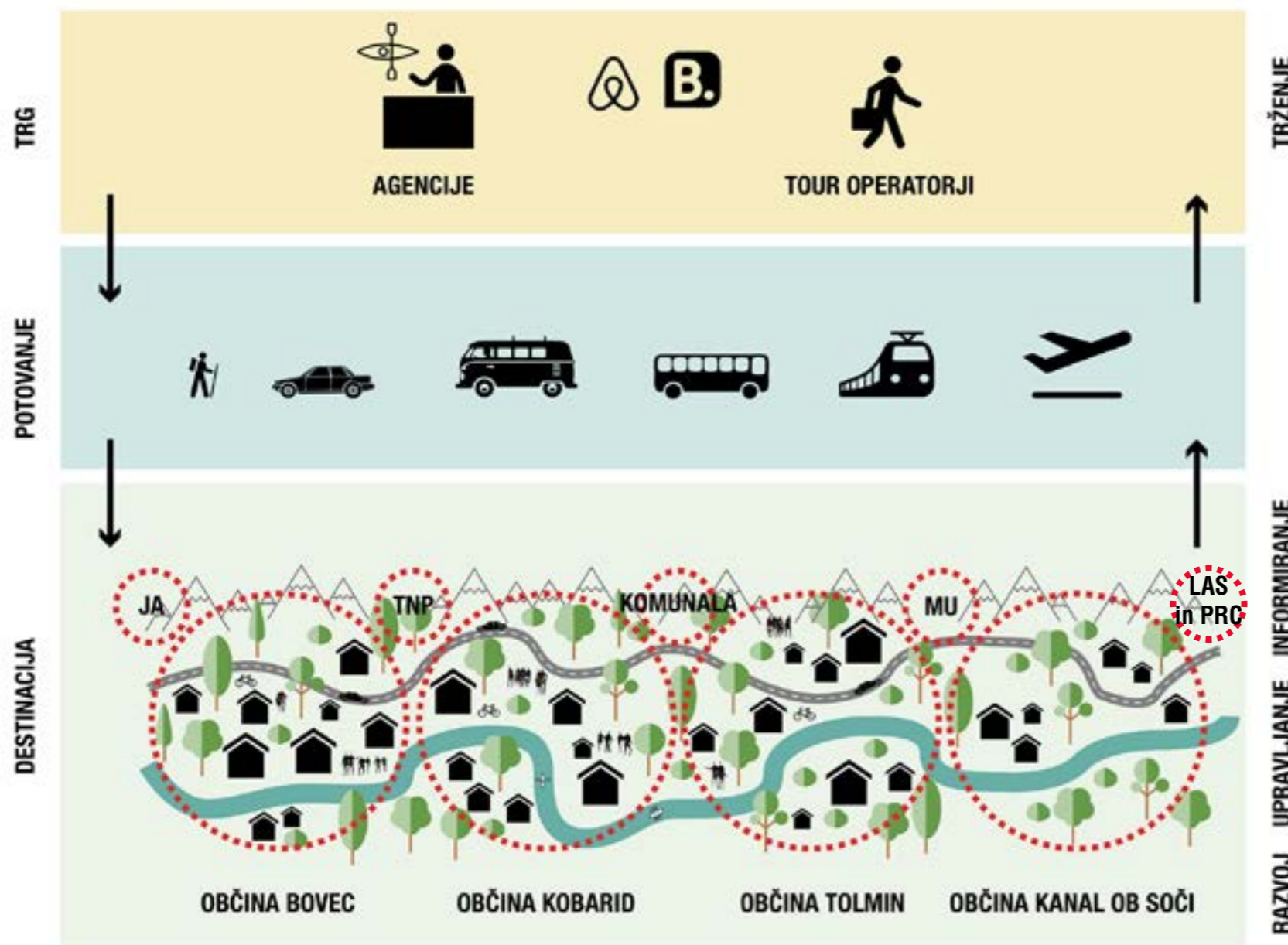
**STO za leto 2020 predvideva  
60 % upad nočitev glede na  
leto 2019**

**WTTC 20 – 30 % upad**

**Dolina Soče cca. 50 % upad,  
odvisno od odpiranja meja,  
2-3 leta za nov zagon**

## Izziv 2

# Razpršenost in kompleksnost destinacije



4 občine

> 800 ponudnikov namestitev

cca. 13.300 ležišč

> 40 agencij

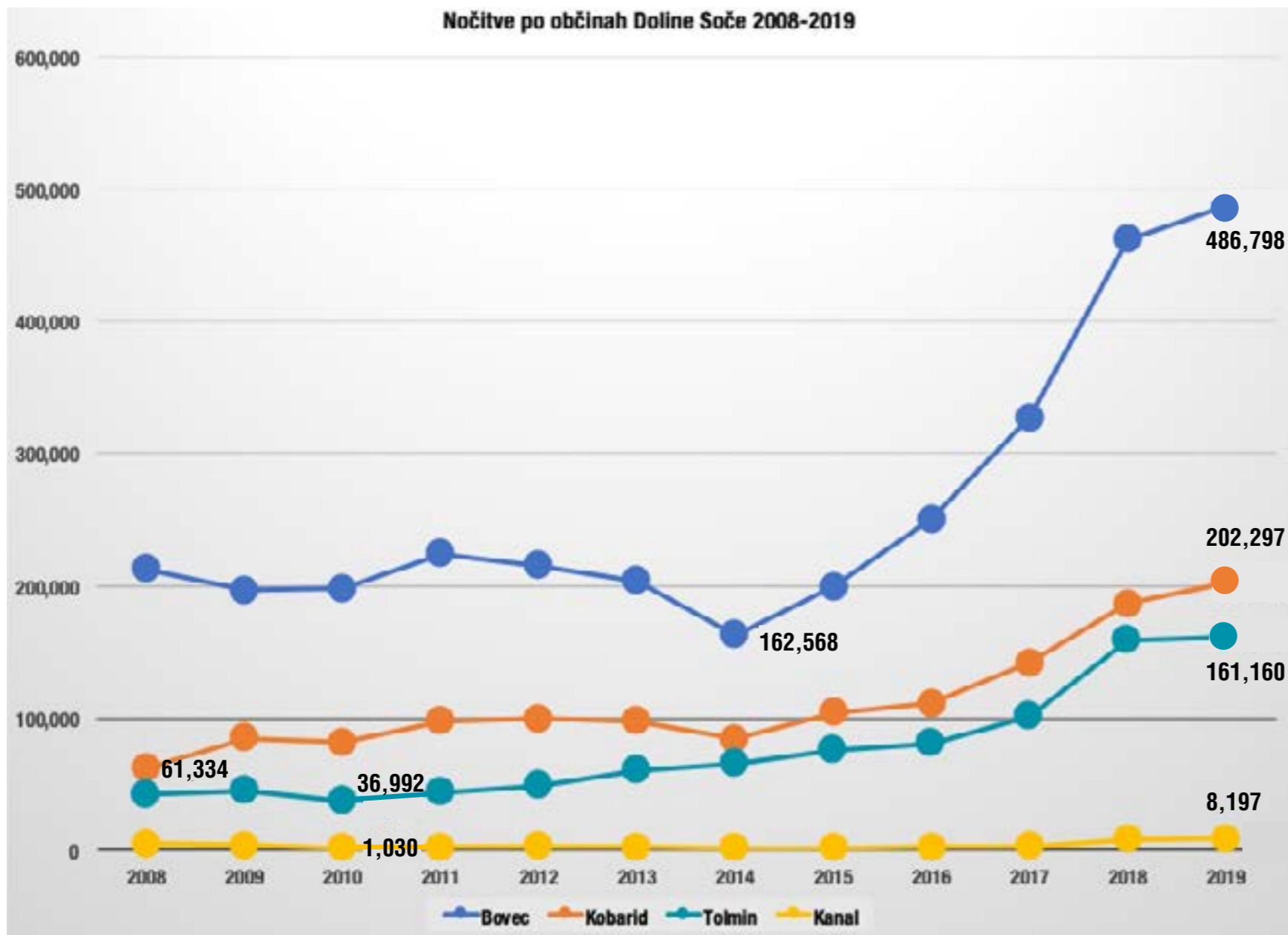
> 300.000 turistov

> 800.000 nočitev

## Izziv 3

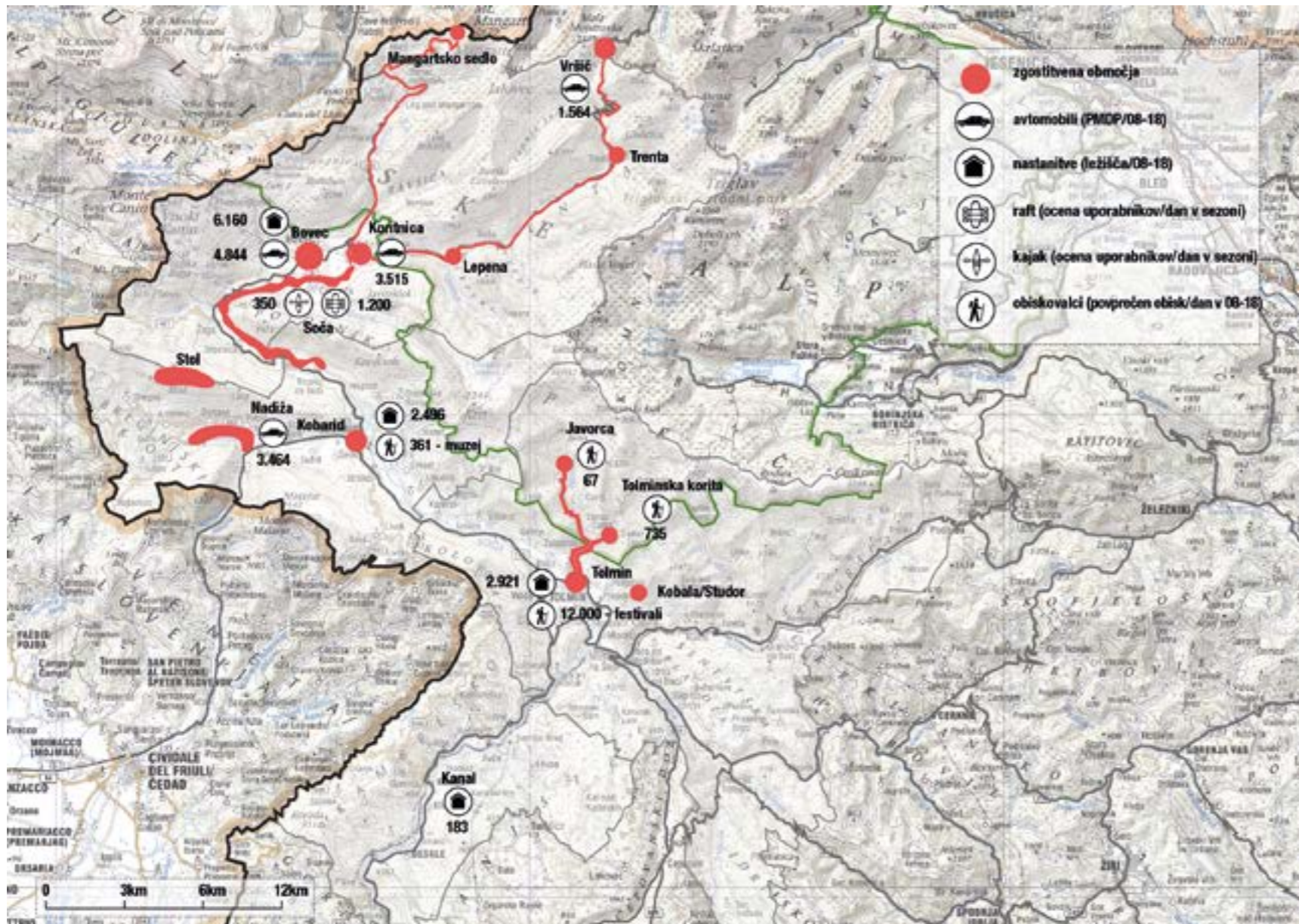
# Upravljanje turističnih tokov in zgoščitvena območja

## Rast nočitev 2008 do 2019



## Izziv 4

# Upravljanje turističnih tokov in zgostitvena območja

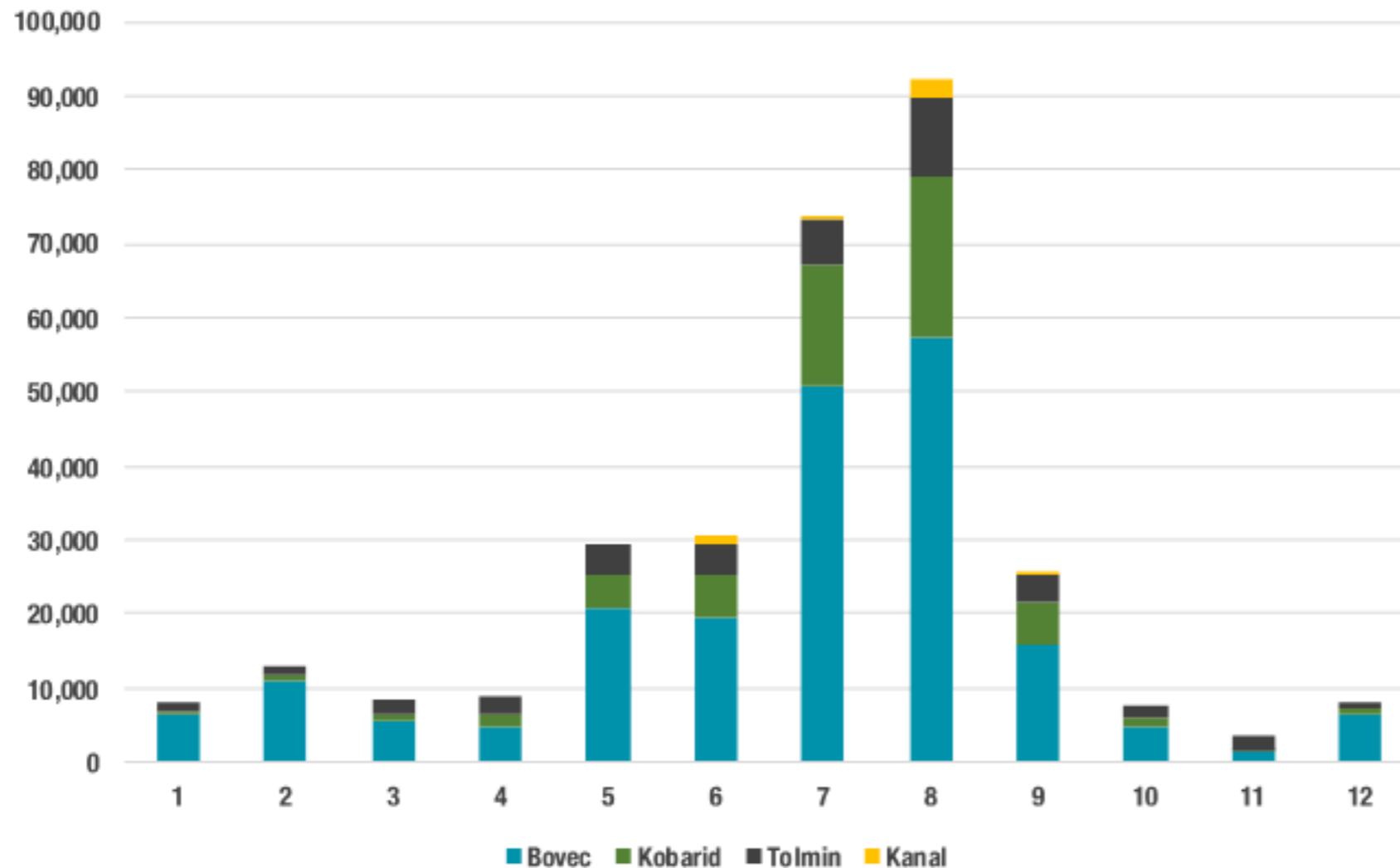


**Med 25.000 in 30.000**  
**dnevnih turistov in**  
**obiskovalcev**  
**in 18.300 prebivalcev**



## Izziv 5

# Sezonskost destinacije in profesionalizacija turizma



- 87% prihodov in nočitev od maja do septembra
- 57% celoletne realizacije nočitev v juliju in avgustu

Nočitve po mesecih in občinah v Dolini Soče, 2018

## Izziv 6

# Kakovost storitev in doživetij



**Prehod v zrelo  
destinacijo dviguje  
pričakovanja obiskovalcev.**



# VIZIJA DOLINE SOČE 2025+

**DOLINA SOČE 2025+ bo  
VODILNA ALPSKA  
in ZIMZELENA OUTDOOR**

**destinacija s celoletno ponudbo  
doživetij narave in kulture  
med Alpami in Mediteranom.**



**celoletna ponudba  
doživetij narave  
in kulture**



**zimzelena  
destinacija**



**mediteranska  
terasa  
Julijskih Alp**

# KAJ ŽELIMO DOSEČI?



**cilj 1**



**cilj 2**



**cilj 3**



**cilj 4**

## Ponoven zagon po covid-19

- Vzpostavljeni standardi in obnovljene turistične storitve
- Ohranjena delovna mesta in okrepljena prožnost podjetij
- Prilagojene trženjske aktivnosti za ohranitev prepoznavnosti na trgih
- Redesign - jasnejše ozaveščanje zelenih prioritet

## Celoletno delovanje

- Povečanje turističnega prometa izven glavne sezone
- Povečanje števila redno zaposlenih v turizmu
- Ohranitev prepoznavnosti na tradicionalnih in povečanje na novih tujih trgih

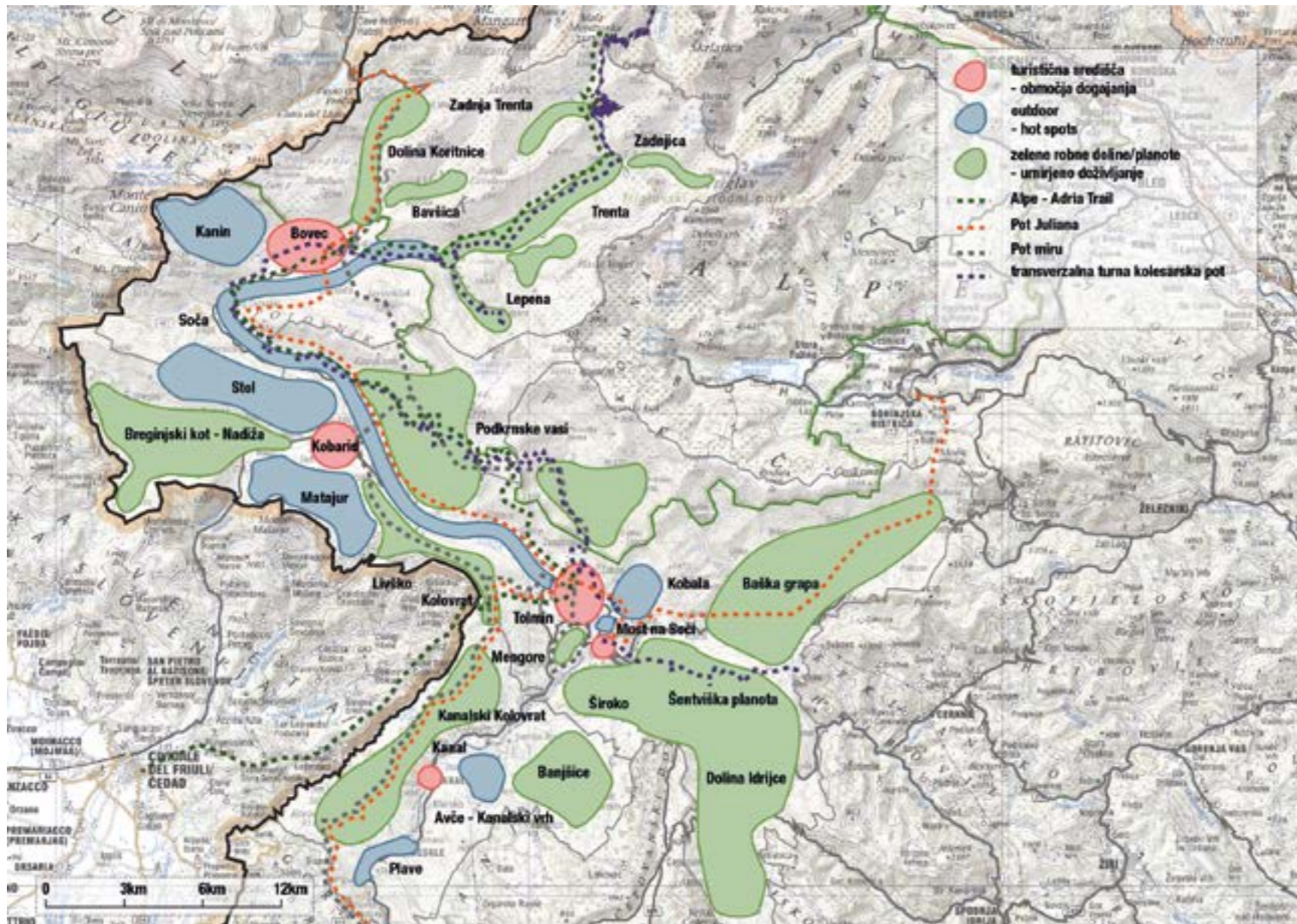
## Višja kakovost in vrednost

- Dvig dodane vrednosti in dnevne potrošnje v turizmu
- Dvig kakovosti in konkurenčnosti ponudbe doživetij
- Kolektivna blagovna znamka
- Najmanj ohranitev dobe bivanja

## Trajnostno upravljanje

- Znižanje ogljičnega odtisa obiskovalcev
- Dvig zelenega zavedanja in usmerjeno trajnostno delovanje vseh deležnikov
- Vzpostavljeni sistemi in režimi za učinkovito upravljanje turističnih tokov
- Ohranjena identiteta in dediščina doline

# TRAJNOSTNI PROSTORSKI KONCEPT

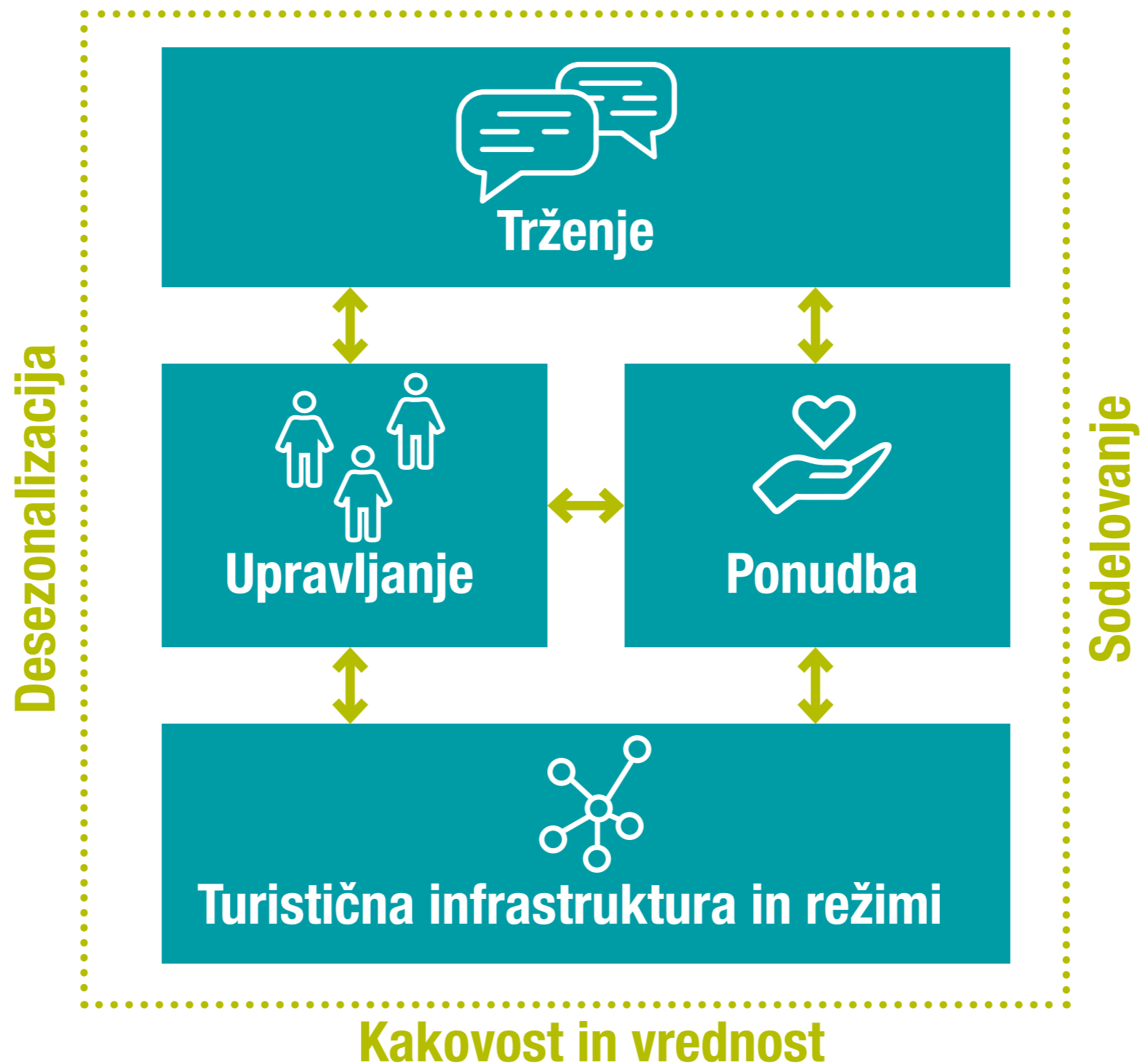


- Turistična središča
- Outdoor vroče točke
- Zelene robne doline in planote
- Daljinske pohodne poti
- Transverzala

# STRATEŠKI MODEL

## 4 prednostna področja ukrepanja

Zelena destinacija







# Turistična infrastruktura in režimi

## Cilj:

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

## Ukrepi:

- 1. Infrastruktura in enotni režimi za produkte v naravi**
- 2. Infrastruktura na točkah interesa**
- 3. Pridobivanje investitorjev v strateške naložbe**
- 4. Spodbujanje mikro podjetniških naložb - selektivno**
- 5. Sistem trajnostne mobilnosti Doline Soče**
- 6. Celostne prostorske in okoljske ureditve v podporo zeleni destinaciji**



# Turistična infrastruktura in režimi

## Rezultati:



Višja kakovost storitev in doživljajska izkušnja vseh vodnih športov



Kolesarska mreža: 50 km dolinske poti, 5 GK območja, 1 transverzalna pot, 3 družinski krogi



3 daljinske pešpoti in 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



Nova lokacija TIC Tolmin in vzpostavljen TIC Most na Soči



Uvedeno sistematično spremljanje in usmerjanje obiska in prometa na zgoštitvenih območjih



Vzpostavljeni enotni mehanizmi in režimi usmerjanja obiska, prometa in izvajanja dejavnosti ter urejanja prostora in okolja

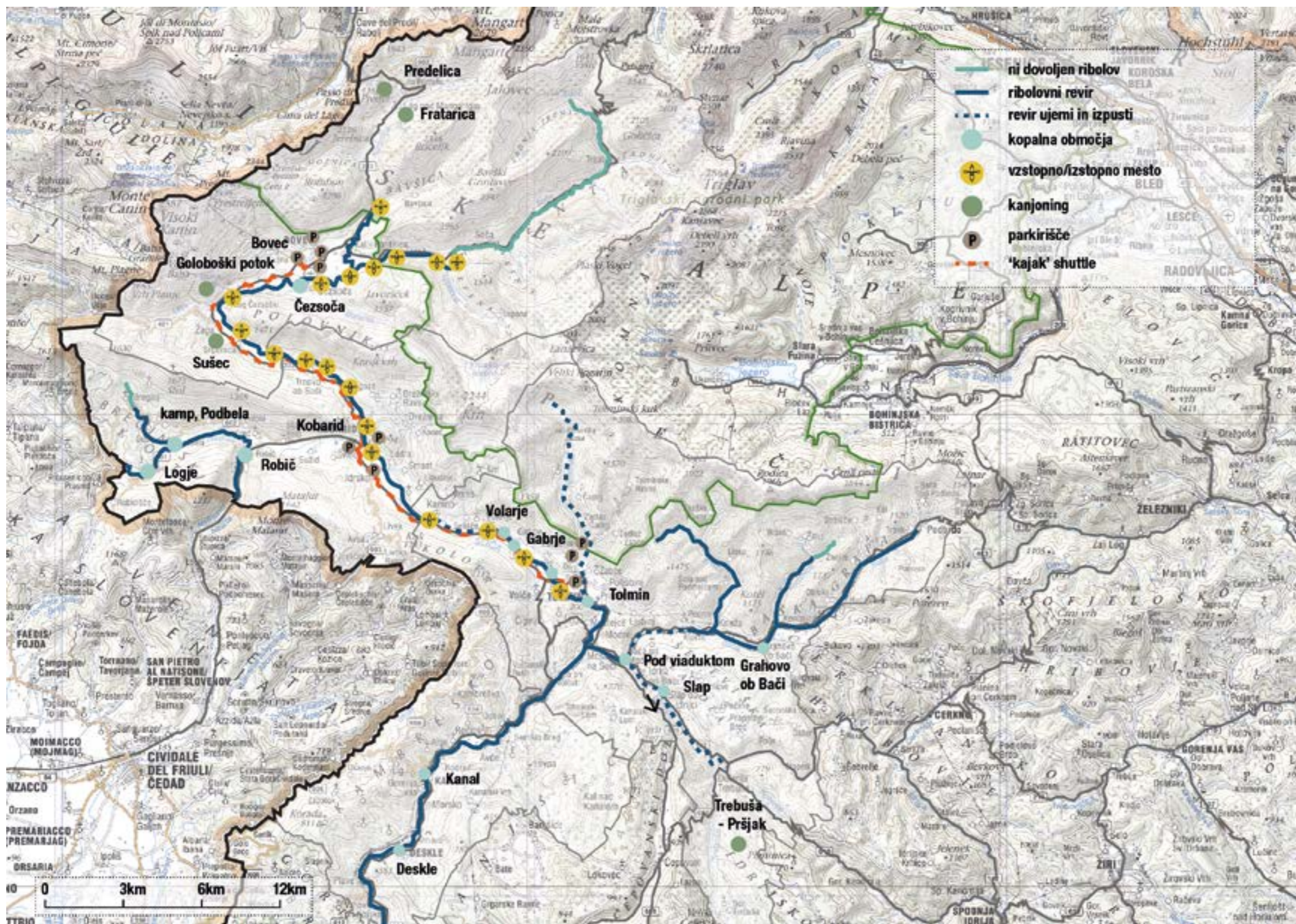


Podprtih najmanj 45 mikro naložb

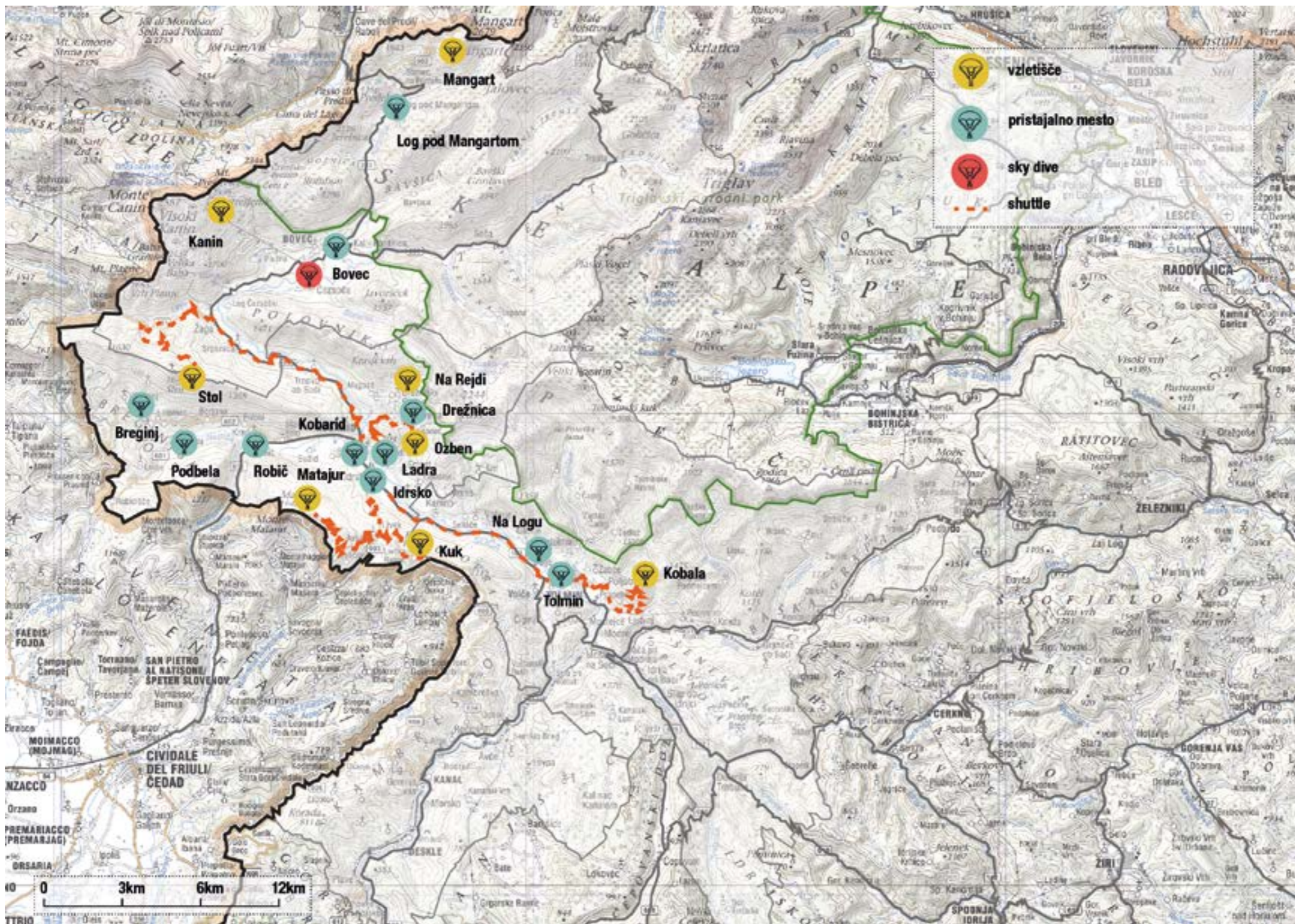


Pridobljeni investitorji v polovico strateških javno-zasebnih projektov

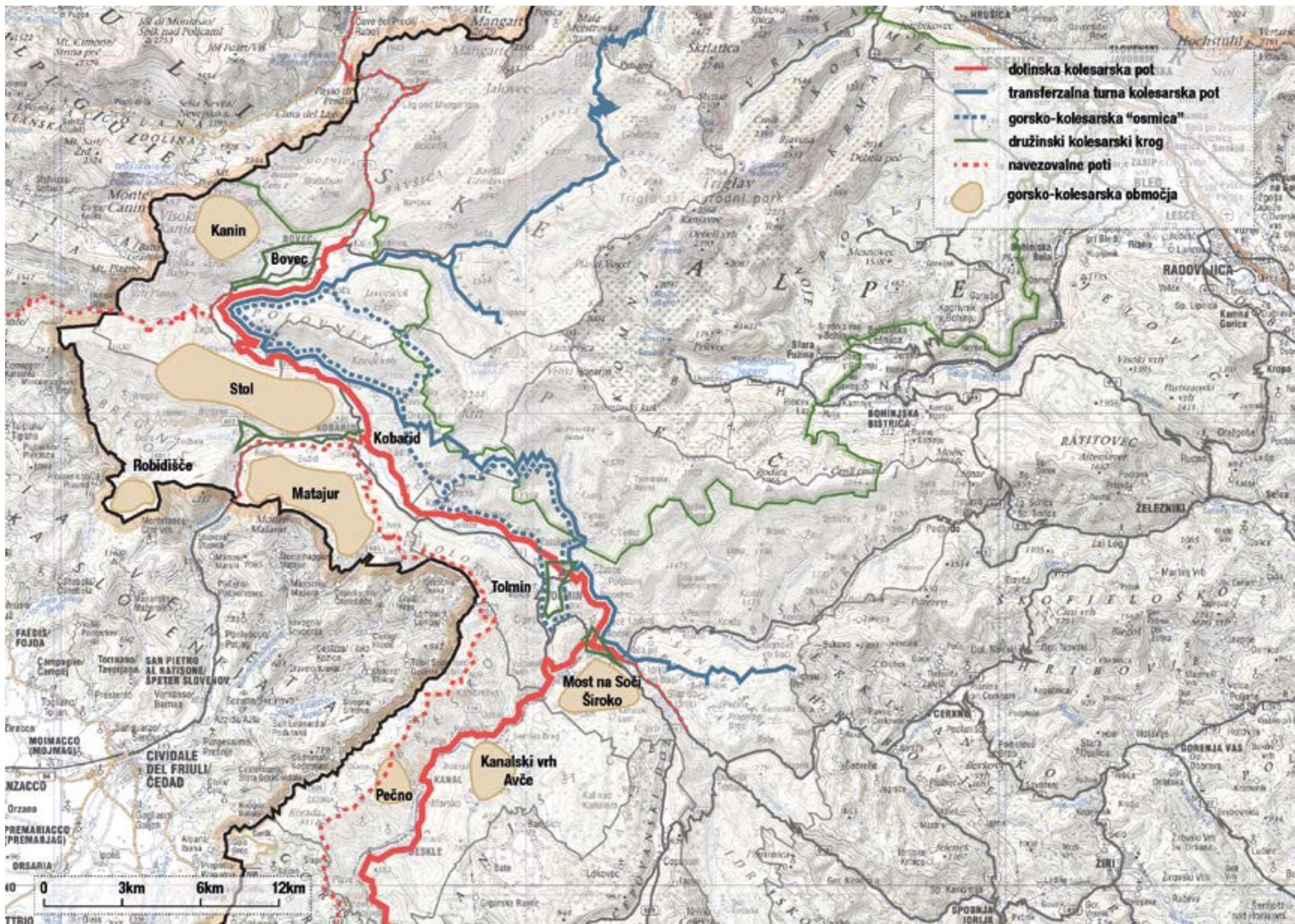
# Vodni športi



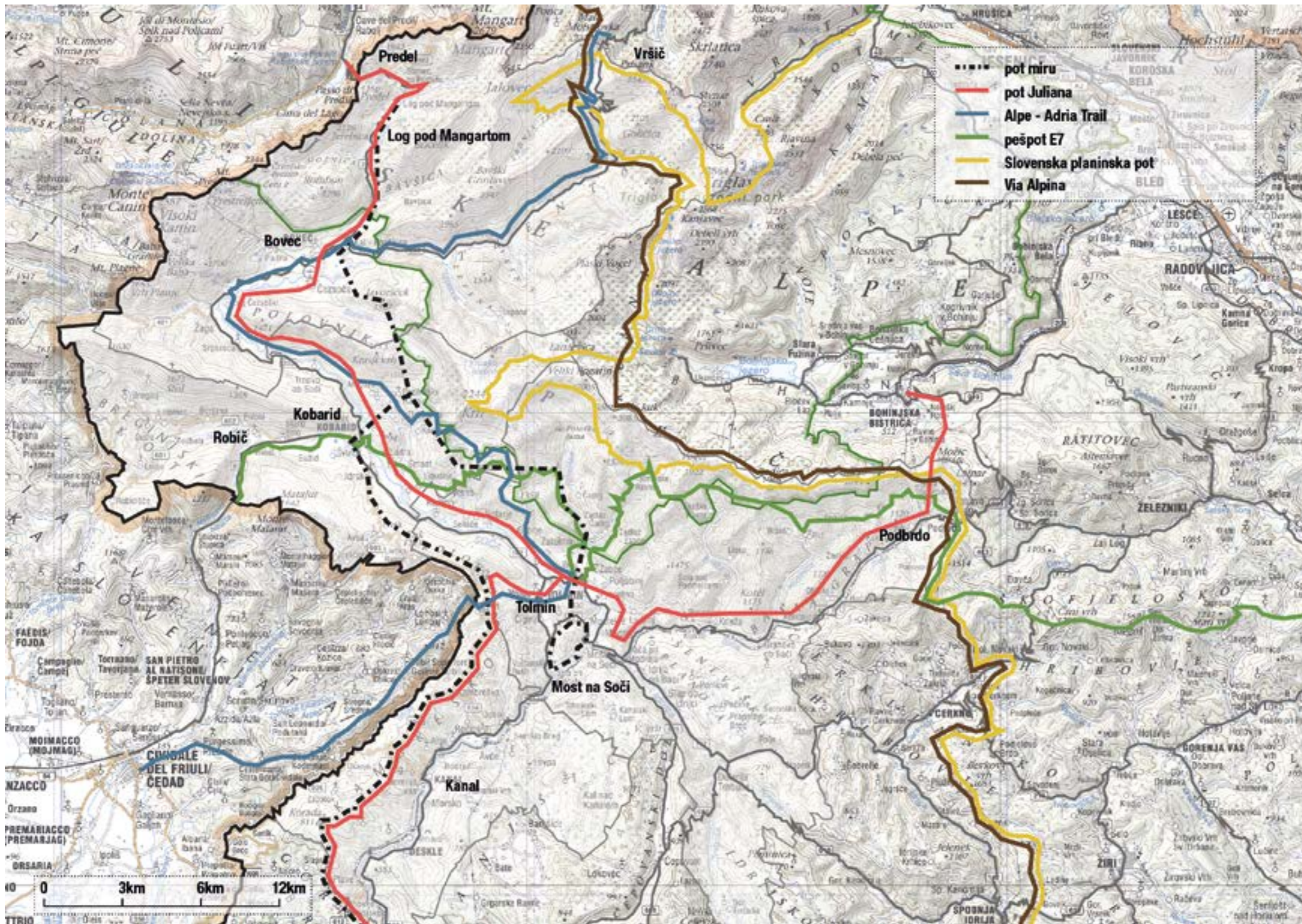
# Jadransko padalstvo



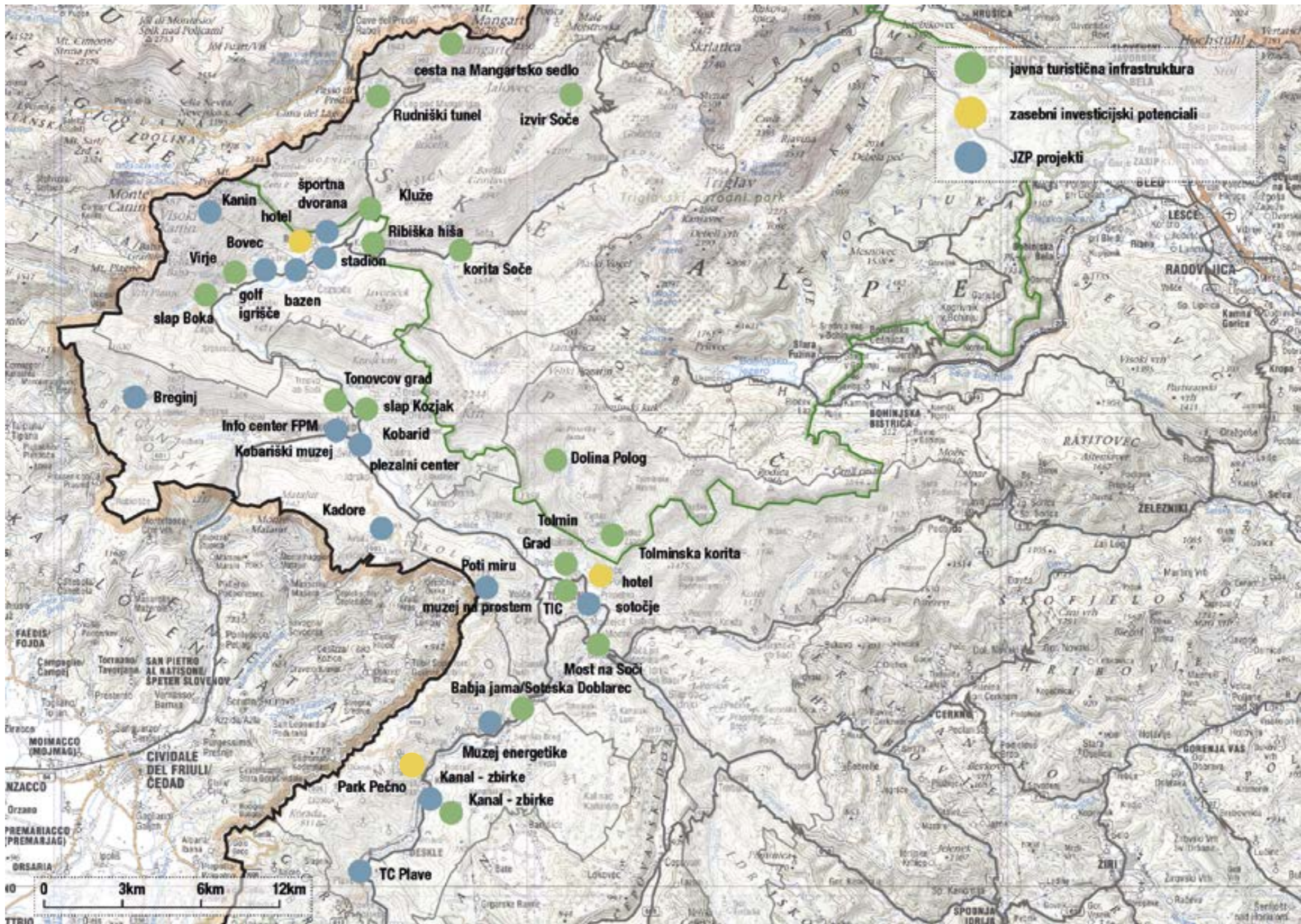
# Kolesarjenje



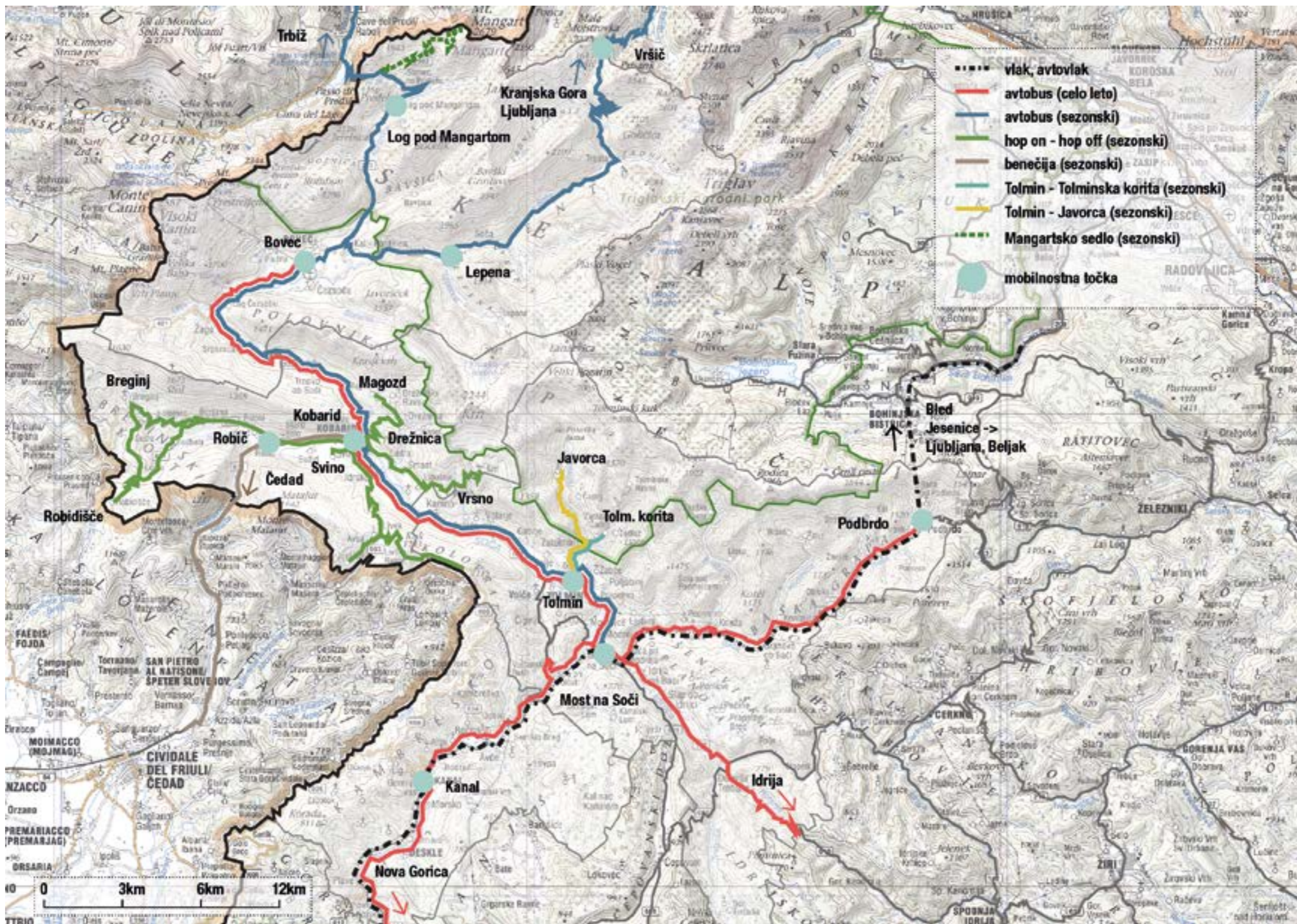
# Pohodništvo



# Naložbe v točke interesa, ključne JZP in zasebne objekte

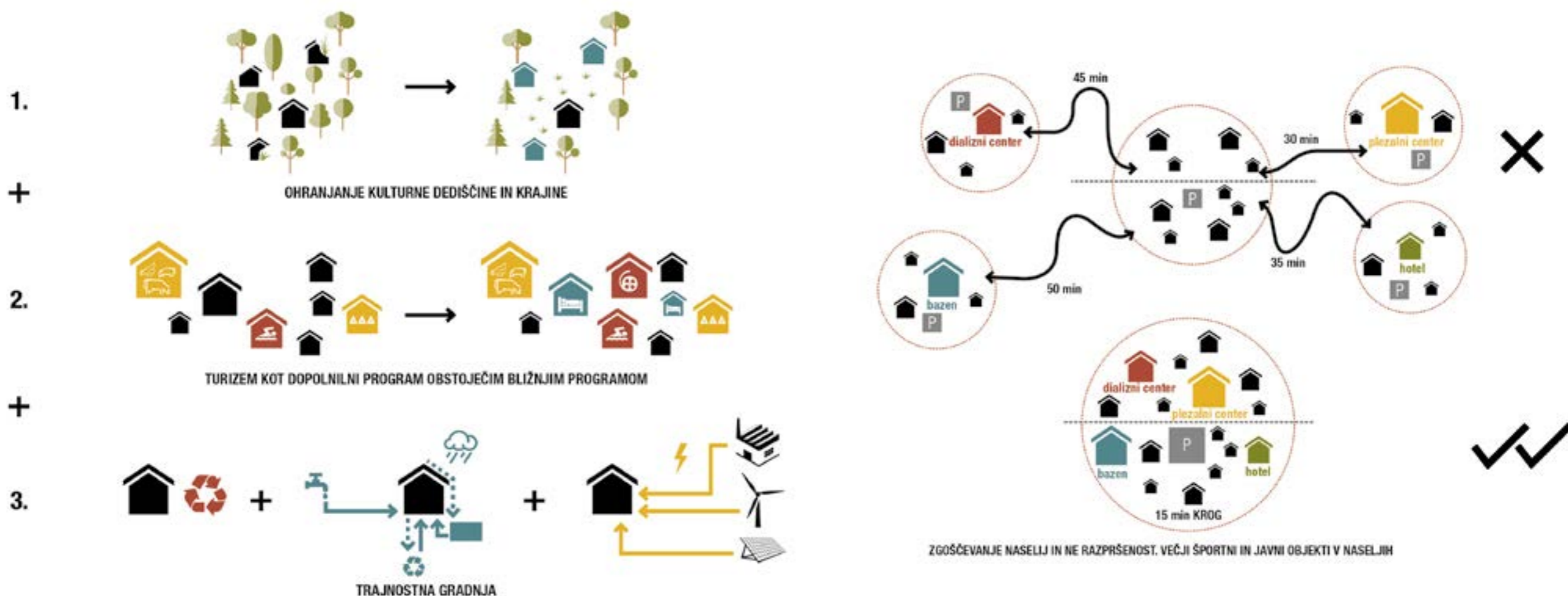


# Izhodiščni sistem trajnostne mobilnosti





# Usmeritve za prostorski razvoj turizma in spreminjanje namembnosti





# Ponudba

## Cilj:

Oblikovana kakovostna, doživljajska, celoletna ponudba destinacije Doline Soče s presežno ponudbo, prepoznavnim gostoljubjem in močno mrežo medsebojno povezanih ponudnikov.

## Ukrepi:

1. Oblikovanje celoletne ponudbe
2. Dvig kvalitete ponudbe in cenovno repositioniranje
3. Razvoj ponudbe 5\* doživetij in dvig ravni doživljajskosti obstoječe ponudbe ter deficitarne ponudbe
4. Vzpostavljanje mreže ponudnikov in oblikovanje sestavljene ponudbe
5. Nadgradnja gostinske ponudbe



# Ponudba

## Rezultati:



Povezana mreža ponudnikov: SOČA EVERGREEN TIM, 6 x produktne skupine, doživljajski menedžer



Izvedene skupne akcije ponudnikov za podaljševanje sezone: vikend paketi, otvoritev sezone (kajakaštvo, ribištvo...), novoletni paketi



Nadgrajena ponudba in usmerjen razvoj outdoor produktov (urejena infrastruktura, dvignjena raven kvalitete, regulacija)



Oblikovani moduli doživetij kulturnega turizma z rednimi termini in nadgrajena ponudba kulturnega turizma



Oblikovani moduli doživetij in storitev s poudarkom na dobrem počutju



Kolektivna blagovna znamka Dolina Soče / Julijske Alpe s certifikacijsko shemo kakovosti: 40 različnih storitev, produktov in doživetij



Shema »SOČA EVERGREEN Team Buliding«: podprtih 20 pobud sodelovanja ponudnikov



Tri nova 5\* doživetja skladna s kriteriji STO



Povezana gostinska ponudba s celoletnim obratovalnim časom in enim prepoznavnim mednarodnim kulinaričnim festivalom



Razvit model trženja in promocije tipičnih sestavin in jedi Doline Soče: 1 akcija letno npr. "Tolminc na vsako mizo" in pilotni primer sodelovanja s pašno skupnostjo

# NADGRAJENA PONUDBA OUTDOOR PRODUKTOV



# RAZVOJ KULTURNEGA TURIZMA





# Upravljanje

## Cilj:

**Profesionalno, partnersko  
in učinkovito upravljanje  
destinacije Dolina Soče**

## Ukrepi:

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



# Upravljanje

## Rezultati:



TDS = močna profesionalna DMMO z okrepljeno razvojno in upravljavsko funkcijo ter stabilnim financiranjem



Platforma za destinacijsko sodelovanje SOČA EVERGREEN Partnerstvo, vključno z AMBASADORJI Doline Soče



Stalni programi za pridobivanje in razvoj kadrov za potrebe turističnega gospodarstva



Znaki kakovosti destinacije in ponudnikov (zelena shema, gorniška vas..)



Sistem svetovanja ponudnikom



Zagotovljen skladen razvoj turističnih središč in zelenih robnih dolin, planot in planin



# Upravljanje

**Svet zavoda Turizem doline Soče (TDS)**

**Direktor TDS**

**STROKOVNI SVET** z ambasadorji destinacije\*

**DESTINACIJSKA KOORDINACIJA**

trimesečno razširjen kolegij županov Doline Soče

## 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 produktnim skupinam\*

Vodiči in interpretatorji (TDS)

Internet in socialna omrežja

TIC Kobarid

Urejanje pešpoti in druge infrastrukture po dogovoru z občinami

Upravljanje kolektivne blagovne znamke \*

Usposabljanje obstoječih kadrov (PRC)

Marketing

TIC Tolmin

Upravljanje točk interesa

Upravljanje zelene sheme

Delo z lokalno mladino in štipendije (PRC)

Promo dogodki

TIC Kanal

Razvoj in upravljanje kartice gosta DS

Usmerjanje razvoja mikro destinacij\*

Turistični pospeševalnik\* (PRC)

Mediji, PR & krizno komuniciranje

Pogodbeni TIC: Podbrdo, Most na Soči \*

Načrtovanje in urejanje nove turistične infrastrukture

Priprava in vodenje projektov

Pridobivanje kadrov za turizem\* (PRC)

Brand management\*

Booking center

Informacijska in komunikacijska platforma

Svetovanje ponudnikom\*

Raziskave, analize in strategije

**Koordinacija** ..... **Mreženje** ..... **Sodelovanje** ..... **Vključevanje**

## INDIKATIVNE 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 namestitev

Ponudniki kulinarike

Ponudniki doživetij

Institucionalni deležniki

Drugi

Partnerji v Sloveniji in tujini

**ZAČASNE PROJEKTNE SKUPINE** za izvedbo določenih akcij in projektov





# Trženje

## Cilj:

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

## Ukrepi:

1. Vzpostavitev celostne komunikacijske platforme destinacije ter izdelava arhitekture in sistema znamke Dolina Soče
2. Natančnejše profiliranje in poznavanje ciljnih skupin in interesov gostov
3. Celostni razvoj notranje komunikacije in trženja v destinaciji (notranja komunikacija, nagrajevanje partnerjev, Soča Evergreen Tim)
4. 360 razvoj in upravljanje lastnih medijev (vsebinski marketing)
5. Celostno in ciljno upravljanje digitalnega in klasičnega marketinga
6. Upravljanje in razvoj rezervacijskega sistema



# Trženje

## Rezultati:



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 produktivnih kampanj za targetiranje specifičnih ciljnih skupin v sodelovanju s turističnim gospodarstvom



Trajnostno ravnanje ponudnikov in obiskovalcev

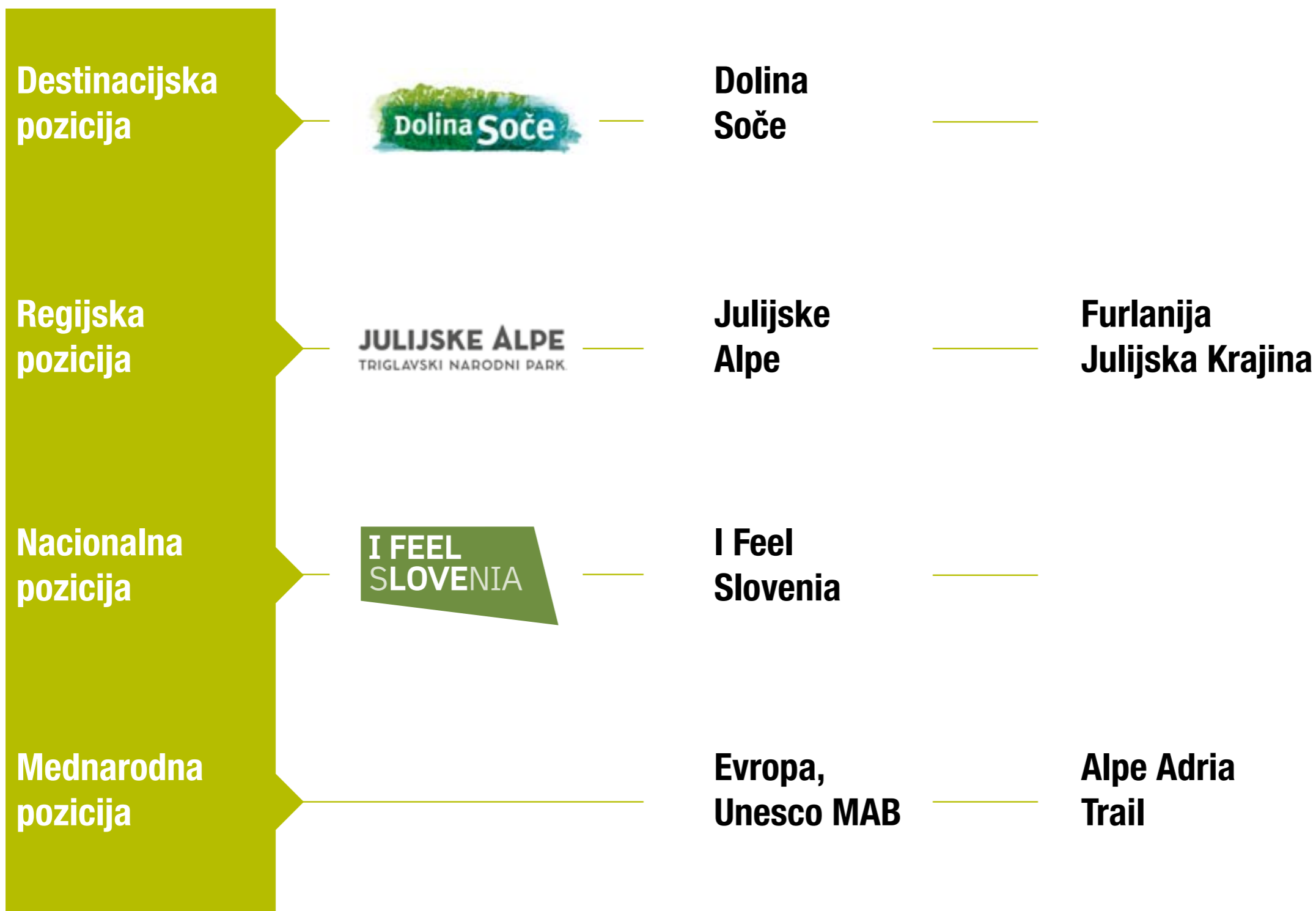


Redna komunikacija in povezovanje ponudnikov znotraj destinacije (SOČA EVERGREEN PARTNERSTVO, SOČA EVERGREEN AMBASADORJI)



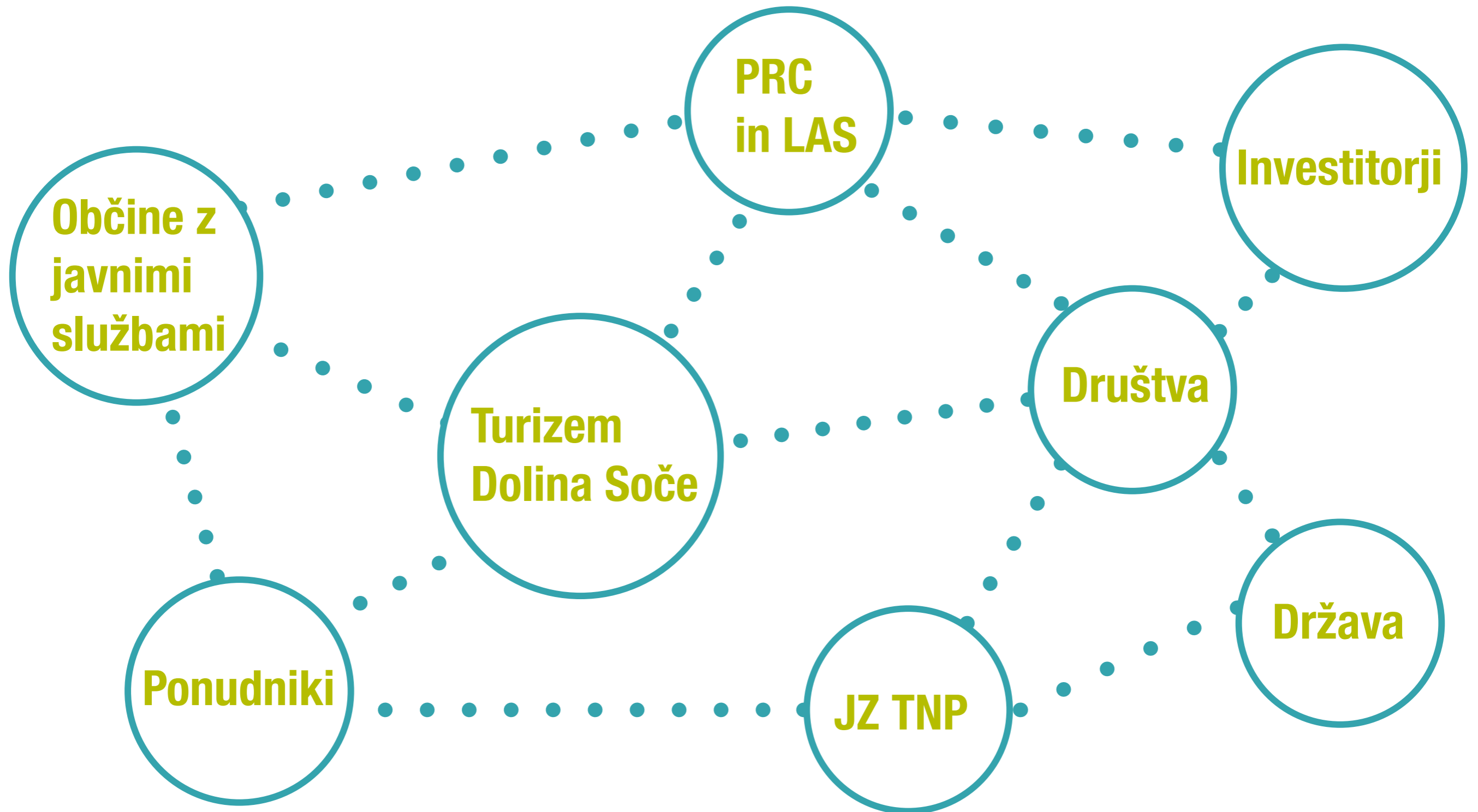
Redna komunikacija s prebivalci Doline Soče in kampanja za dvig gostoljubnosti

# Pozicioniranje Doline Soče



# DEJAVNIKI IZVAJANJA

## skupna odgovornost PARTNERSTVO SOČA EVERGREEN



**DANES**

**Destinacija outdoor aktivnosti**

**Prepoznavna destinacija za vodne  
(adrenalinske) športe**

**Poletna destinacija**

**Količina**

**Turizem = dopolnitev**

**Razdrobljena in nepovezana**

**Ranljiva in konvencionalna**

**TDS: Promocija in trženje**

**DOLINA SOČE 2025+  
SOČA EVERGREEN**

**Destinacija raznolikih doživetij**

**Mediterska terasa Alp za  
»zeleni« in aktivni oddih**

**Celoletna destinacija**

**Kakovost in vrednost**

**Turizem = glavna,  
profesionalna panoga**

**Zaokrožena, sodelujoča  
in upravljana**

**Močnejša in odprta za novosti**

**TDS: Management destinacije  
in trženje**



# **DOLINA SOČE 2025+ SOČA EVERGREEN**

## Povzetek Strategije razvoja in trženja turizma Doline Soče 2025+

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: Vid Zabel

Fotografija: Naslovnica Shutterstock.com, ostalo Mediateka STO in Arhiv Nea Culpa

Obdobje priprave: november 2018 – februar 2020, dopolnitev april 2020