



Dolina Soče

VODILNA OUTDOOR DESTINACIJA V ALPAH
Vilijam Kvalić

Vilijam Kvalić



OSNOVNA ŠOLA
Simona Gregorčiča KOBARID



Srednja šola Izola
Scuola media Isola



Poslovno potovanje do danes



**HAPPY
TOURS**

Javni zavod Dolina Soče

Servis:

- turističnim ponudnikom
- občinam
- turistom

... Za doseg ciljev postavljenih v strategiji razvoja turizma v dolini Soče



Ključ uspeha je ...

sodelovanje

na vseh nivojih



GLAVNI CILJI

- Novi produkti – podaljševanje „glavne sezone“
 - Boljše ravnovesje obiska po sezonah (julija in avgusta je več kot polovica vsega obiska)
 - Dvigniti nivo storitev in namestitev brez drastičnega dviga števila ponudnikov
 - Oživljanje zimske sezone
 - Kontinuirana rast za 6-10% na letnem nivoju
 - Podaljšanje dnevov bivanja v dolini in posledično povečanje potrošnje na osebo (iz 2,6 na 3 in več)
- = pozitiven vpliv na **Dvig kvalitete življenja lokalnega prebivalstva**

A hand is shown holding a wooden block with the letter 'P'. Below it, three more wooden blocks are stacked vertically, containing the letters 'L', 'A', and 'N' respectively, forming the word 'PLAN'. The background is a light blue sky with a white horizon line.

P
L
A
N

Konkretni cilji

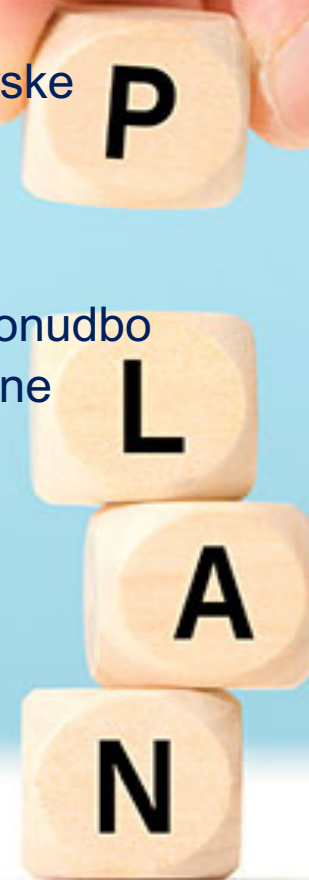
- Nadaljni razvoj destinacijske kartice (mogoče digitalne??)
- Aktivno sodelovanje v projektu Zelene Sheme Slovenskega Turizma in sodelovanje z MGRT in STO
- Razvoj lastnega booking centra in zagotovitev čim več lastnih prihodkov zavoda
- Sodelovanje pri regulaciji obiska znamenitosti in regulacija aktivnosti na reki Soči in drugje
- Promocija blagovne znamke
- Prijave na EU in drugih razpisih za nove projekte, nove produkte
- Sodelovanje pri povečevanju hotelske ponudbe (MICE, delo izven julija in avgusta)
- Oživljanje smučišča Kanin
- Prireditve in delavnice izven glavne sezone, ki združujejo kulinariko, šport ter kulturno in naravno dediščino
- LAS projekti - nadaljevanje
- 1 mio nočitev 2023
- Povprečna nočitev - 3 noči 2022, 4 noči do 2025
- Razmerje tuji : domači gosti: 70:30 (stalni gosti)
- Poraba turističnih bonov v 2021 - neizkoriščenih je še 50%



PRODUKTI:

- KOLESARSTVO – širitev kolesarskih poti proti Idriji, proti Gorici, Goriškim brdom in Trenti, ureditev nove kolesarske poti v Kobaridu
- Vodni in drugi „ADRENALINSKI ŠPORTI“
- ALPE ADRIA TRAIL (+20% 2019 v primerjavi z 2018)
- SMUČIŠČE – prenova Kanina, zagon smučišča z novo ponudbo
- FESTIVALI – razmislek o alternativnih terminih izven glavne sezone
- POHODNIŠTVO - Julijana, AAT
- GASTRONOMIJA

Masovni turizem v Soški dolini ni mogoč



Izven „glavne“ sezone

???

V svetu se pojavlja vedno večja skrb za zdravje (telesno in psihično), zavedanje okolja, narave in kvalitete življenja. Življenski standard se konstanto veča in vrednote se spreminjajo.



Novi produkti – vsebinski predlogi

*Paketi za družine; Vedno večji odločevalci so otroci, na katere se prepogosto pozablja, da pripeljejo s seboj 2 odrasla = daljše bivanje in potrošnjo

**V sodobnem načinu življenja se veliko poudarja skrb za ohranjanje duševnega zdravja

***“Wellbeing programi“ - zaradi velike količine vode; programi na bazi negativnih ionov in učinka na človekovo zdravje

****Predlog „nočno dnevni gozdni park“

***** Re-Connect



Glavna sezona

... zdrava in gostu prijazna regulativa dejavnosti,
ki zagotavljajo trajnostni razvoj doline.

Regulativa ni represija

... zagotavljanje občutka dodane vrednosti vsem
deležnikom.

P

L

A

N



AT	E 61	E 70	Distance
			86
			97
			41
			99
			49
			12

Ciljne skupine

Športniki vseh vrst (aktivno preživljanje prostega časa je rdeča nit):

- pari,
- družine,
- stari starši z vnuki,
- šole,
- Podjetja (hoteli); korporativnih dogodkov ni v času julija in avgusta
- interesne skupine kulturnikov, umetnikov, športnikov, okoljevarstvenikov,
- niše ...

Kombinacija produktov nam omogoča tudi terminsko razporeditev produktov in s tem, boljšo razporeditev zasedenosti med meseci



GEOGRARSKO

1. Slovenci
 1. „Sosednje države“
 2. Centralna Evropa
3. Evropa „širše“
4. Prekomorski trgi in vse dlje od 1000 km od regije



Covid čas – priložnost in prednost

COVIDCOVID – 19

Vsak problem odpira nove priložnosti za rešitve. Soška dolina ima zelo malo skupinskega ali množičnega turizma, tako da je v primerjavi z ostalimi destinacijami v zelo dobrem položaju. V kolikor ne pride do popolnega zaprtja mej ...

COVID-19

Medregijsko povezovanje – meje naj združujejo

POVEZOVANJE Z DRUGIMI REGIJAMI V OKOLICI
(Slovenija, Avstrija in Italija)

Vse tri kulture, ki ponujajo lahko najboljši kulturni miks.

Dodatno smo na meji podnebni meja, na kulinarčni meji,...

Širitev območja sodelovanja z Občino Kanal ob Soči
(ter posredno z Goriškimi Brdi) je zelo dobrodošla,
saj širi destinacijo in jo dela bolj atraktivno.

Regionalno povezovanje z JA, Koroško in Furlanijo



Promocija in marketing

- Digitalni marketing – Št. 1 (www. stran „one stop shop“)
- Sejmi in borze (učinkoviti) – B2B
- Poslovni obiski, „influencerji“, „buyerji“
- **Ambasadorji destinacije**
(bližnje in daljne destinacije);
npr. znani kolesarji, smučarji, športniki, umetniki,...
- Stiki z javnostmi in obiski novinarjev
- Tiskovine (mogoče samo 1 skupna, poleg zemljevidov??)
- Vsi „lokalci“ smo ambasadorji destinacije



The Future of Tourism

Emerging niches
New travel styles
A shift in traveler expectations



Emerging niche: Reunion travel



Socially distant travel



Travel experts will be more sought after than ever



Market popularity may change



Less groups, more FIT itineraries



A shift in transportation expectations



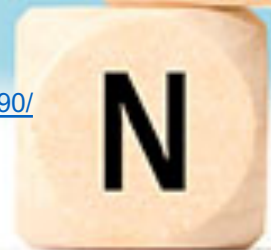
Detailed and timely information sharing





Slabe organizacije ne opazijo konkurence
povprečne jih posnemajo,
najboljša jih vodijo.

Hvala



[Viri fotografij:](#)

<https://www.kanin.si/poletje-s/>

<https://slocally.com/winter-soca-valley/>

<https://www.outdooractive.com/en/route/hiking-route/julian-alps/boka-waterfall-and-the-lipuc-bridge/36044790/>

<https://www.google.com>
Lastne fotografije