



OBČINA JESENICE

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V OBČINI JESENICE 2020 - 2030

Jesenice, 2020

KAZALO:

1.	UVOD.....	3
2.	RAZVOJNI DOKUMENTI OBČINE JESENICE IN STROKOVNE PODLAGE ZA PODROČJE TURIZMA..	3
3.	PREDSTAVITEV OBMOČJA	4
4.	ORGANIZORANOST TURIZMA V OBČINI JESENICE.....	6
5.	ANALIZA OBSTOJEČEGA STANJA TURIZMA V OBČINI JESENICE	7
5.1	IZVEDENI PROJEKTI IN AKTIVNOSTI NA PODROČJU TURIZMA.....	7
5.2	SWOT ANALIZA TURIZMA V OBČINI JESENICE	12
5.3	UGOTOVITVE IZ SWOT ANALIZE IN PRIPOROČILA ZA NADALJNI RAZVOJ TURIZMA.....	13
6.	VIZIJA TURIZMA V OBČINI JESENICE.....	14
6.1	STRATEŠKI CILJI IN USMERITVE	14
6.2	PRODUKTNA PODROČJA.....	15
6.2.1	Produktno področje: <i>Doživetja v naravi</i>	16
6.2.2	Produktno področje: <i>Kulturno zgodovinska doživetja</i>	18
6.2.3	Produktno področje: <i>Prireditvena doživetja</i>	19
6.2.4	Produktno področje: <i>Promocija doživetij</i>	21
7.	AKCIJSKI NAČRT	23
7.1	Predstavitev akcijskega načrta za produktno področje <i>Doživetja v naravi</i>	23
7.2	Predstavitev akcijskega načrta za produktno področje <i>Kulturno zgodovinska doživetja</i> ..	27
7.3	Predstavitev akcijskega načrta za produktno področje <i>Prireditvena doživetja</i>	31
7.4	Predstavitev akcijskega načrta za produktno področje <i>Promocija doživetij</i>	34
8.	FINANČNI OKVIR	38
9.	POGLED V PRIHODNOST	43
10.	ZAKLJUČEK.....	48
11.	KAZALO KRATIC.....	50
12.	VIRI IN LITERATURA	51

1. UVOD

Jesenice so že stoletja povezane s fužinarstvom in z železarstvom, ki je svoj razcvet doživelo po prvi in drugi svetovni vojni. Skoraj celotno gospodarstvo je temeljilo na težki industriji, zato so se razvojni in strukturni problemi pokazali konec 80-ih let prejšnjega stoletja kot posledica dveh ključnih dejavnikov:

- Železarna Jesenice, ki je bilo najmočnejše in največje podjetje na zgornjem Gorenjskem, se ni pravočasno tehnološko prestrukturiralo,
- ob osamosvojitvi Slovenije je Železarna Jesenice izgubila vire za pridobivanje cenejših surovin in glavno tržišče v nekdanji skupni državi.

Kljub težki gospodarski, socialni in okoljski zapuščini iz konca prejšnjega stoletja, so Jesenice uspele pripraviti sanacijski program predvsem in v veliki meri s pomočjo sredstev evropske kohezijske politike. Načrtna regeneracija mesta pa je omogočila nove razvojne možnosti predvsem za terciarne in kvartarne dejavnosti, ki zmanjšujejo število nezaposlenih, izboljšujejo kakovost bivanja ter utrjujejo prepoznavnost mesta.

2. RAZVOJNI DOKUMENTI OBČINE JESENICE IN STROKOVNE PODLAGE ZA PODROČJE TURIZMA

Občina Jesenice je v zadnjih letih pripravila precej strateških in izvedbenih dokumentov, ki so podlaga za razvoj turizma ali pa vključujejo turizem kot enega izmed pomembnih razvojnih potencialov v občini:

- Strategija razvoja turizma v občini Jesenice (maj 2005)
- Strategija razvoja občine Jesenice (september 2005)
- Občinski razvojni načrt 2010 – 2025 (november 2011)
- Prometna študija in prometni model za avtobusni in kolesarski promet (2013)
- Trženje mesta Jesenice (2014)
- Strateške smernice združenja za management mestnih središč (2014)
- Strategija za razvoj mestnega managementa na Jesenicah (2014),
- Strategija kulture in turizma za razvoj podeželskih območij (2014)
- Marketinški načrt za uporabo ekološko sprejemljivih oblik prevoza v odročnih krajih občine (2015)
- Novelacija občinskega razvojnega programa 2011 – 2025 (2016)
- Razvojni načrt UNESCO MAB območja Julijske Alpe kot turistične destinacije (2016)
- Ohranimo narcise (2016)
- Strateški načrt trženja zgodovinskih mest Slovenije 2016-2020 (2016)

Dokumenti so na spletni strani Občine Jesenice www.jesenice.si.

3. PREDSTAVITEV OBMOČJA

Občina Jesenice leži na skrajnem severozahodu Slovenije v Zgornjesavski dolini. Na severu jo omejujejo Karavanke, na jugu Mežakla, na zahodu karavanški predor in občina Kranjska Gora, na vzhodu pa se odpira proti občini Žirovnica. Jesenice so prvo mesto s katerim se srečajo potniki, ki pridejo skozi oba karavanška predora (cestni in železniški) v Slovenijo.

Občina Jesenice je odlično prometno-geografsko umeščena, saj jo prečkata avtocesta A2 Ljubljana – predor Karavanke ter železniška proga Ljubljana-Jesenice. Avtocesta je del X. panevropskega prometnega koridorja oz. vseevropskega prometnega omrežja. Karavanški predor in avtocesta A2 predstavljata najkrajšo cestno povezavo gornjesavskega in širšega slovenskega območja z zahodno Evropo. Jesenice so tudi največje urbano naselje na zgornjem Gorenjskem in predstavljajo upravno, gospodarsko, izobraževalno in kulturno središče v tem delu Gorenjske. Največje naselje v občini so Jesenice, ki so občinsko središče z industrijsko tradicijo. Naselja v občini so še Blejska Dobrava, Hrušica, Javorniški Rovt, Kočna, Koroška Bela, Lipce, Planina pod Golico, Plavški Rovt, Podkočna, Potoki, Prihodi in Slovenski Javornik.

Prebivalcem so glavni vir preživetja dolga stoletja predstavljala bližnja nahajališča železove rude in gospodarske dejavnosti, ki so povezane z njo. V 90-ih letih 20. stoletja je takratno železarstvo doživelo zlom, zapustilo pa je unikatno tradicijo z velikim potencialom za turistični razvoj v tem prostoru. V vasi Planina pod Golico se je v 20. stoletju zaradi ugodnih klimatskih razmer pričel tudi razvoj zdraviliškega turizma. Območje je bilo nekdanj poznano kot klimatsko zdravilišče oziroma okrevališče za rekonvalescente pljučnih bolezni, v zadnjih desetletjih pa je najbolj prepoznavno po rastiščih narcis. Po drugi svetovni vojni je turizem zaradi vojnih posledic zamrl, obenem pa se je z razcvetom železarstva v dolini, prebivalcem ponudil boljši in varnejši zaslužek v Železarni Jesenice.

Turizem se je ponovno začel obujati v začetku šestdesetih let prejšnjega stoletja s postavitvijo žičnice na Španovem vrhu, s čimer je bila dana možnost za razvoj zimskega športnega turizma in rekreacije za lokalno in okoliško prebivalstvo. Dodatnih vlaganj v razvoj turizma na območju občine Jesenice skoraj da ni bilo. Skladno s tedanjim družbenim planom občine, ki je obsegal območje sedanjih občin Žirovnica in Kranjska Gora, se je turizem razvijal v Kranjski Gori.

Ko sta konec prejšnjega stoletja na Jesenicah izbruhnili gospodarska in socialna kriza, so se pričele iskati možnosti prestrukturiranja gospodarstva. Možnosti so se kazale z razvojem novih gospodarskih dejavnosti, zlasti v storitvenem sektorju (turizem, trgovina, gostinstvo, osebne storitve ipd.).

Jesenice imajo že od nekdanj sloves železarskega oziroma industrijskega mesta, kar lahko povzroči negativen odziv v miselnosti ljudi v povezavi s turizmom. Zaradi sodobnih tehnologij v industriji Jesenice niso več »mesto rdečega prahu«. Jesenice imajo edinstveno kulturno in tehniška dediščino, saj je v občini zabeleženih 230 enot kulturne dediščine. Najpomembnejše je muzejsko območje Stara Sava (območje Stare Save je bilo v marcu 2019 razglašeno za kulturni spomenik državnega pomena) in velja za najbolj ohranjeno fužinarsko naselje v srednji Evropi. Muzejsko območje obsega: ohranjen ostanek plavža s pudlovko iz 19. stoletja, Cerkev Marijinega vnebovzetja in Sv. Roka na Savi, Bucelleni-Ruardova graščina (Gornjesavski muzej Jesenice), Kasarna (Glasbena šola Jesenice), Kolpern; območje Murove predstavlja najstarejše naselje na Jesenicah, v neposredni bližini pa sta Cerkev Sv. Lenarta in Kosova graščina. Kot kulturno stavbno dediščino pa velja omeniti gimnazijo in gledališče

Toneta Čufarja. Spominski park Jesenice in Koroška Bela predstavljata osrednja spomenika iz 1. in 2. svetovne vojne. Na širšem območju občine so prepoznavne Savske jame in Štefelinova hiša ter Jamnikov spodmol in partizanska bolnišnica na Mežakli,

V neposredni bližini muzejskega območja Stara Sava se nahaja tudi objekt nekdanje Hladne valjarne (območje Fiprom), ki po preureditvi služi kot prireditveni prostor in obenem muzej na prostem. V objektu so razstavljeni predmeti in naprave ter stare lokomotive, ki predstavljajo tehniško in industrijsko dediščino.

Muzejsko območje Stara Sava je bilo v zadnjih dveh desetletjih v veliki večini revitalizirano. Trenutno poteka še obnova Bucelleni-Ruardove graščine, ki bo predvidoma zaključena v letu 2021. Območje Stare Save je primerno za izvajanje kulturnih, glasbenih in drugih prireditev, ki lahko privabijo različne ciljne skupine.

Zgodovina, kulturna in tehniška zapuščina Jesenic kažeta na turistični potencial Jesenic s kakršnim ne razpolaga nobena od sosednjih, turistično razvitih občin. To konkurenčno prednost bi veljalo izkoristiti kot enkratno turistično ponudbo za tiste ciljne skupine, ki jih tehniška in kulturna dediščina zanima ljubiteljsko ali strokovno. Ponuditi bi jo morali tudi kot dopolnilno turistično ponudbo sosednjim, turistično razvitim občinam.

Občina Jesenice je del alpskega prostora z bogato naravno dediščino. Na območju celotne občine se nahaja 112 območij ohranjanja narave. Izpostavljene naravne znamenitosti so: slap Šum s sotesko Vintgar, Zoisov park z jezerci, Savske jame, soteska potoka Dobršnik s slapovi, Javorniški slapovi, rastišča narcis v Kravankah, Golica, Hrušenska planina, Rožca, Klek, Potoška planina, Stamare, Pristava, Vajnež, nahajališče fosilov Spodnja počivala, Medji Dol, Snežna jama, naravni most na Mežakli, Poljanska Baba, Mežakla, ki je del Triglavskega narodnega parka, itd.

Občina Jesenice ima odlična naravna in kulturna izhodišča za razvoj turizma, vendar Jesenice kljub temu zaostajajo po razvitosti turizma oziroma turistične ponudbe v primerjavi z drugimi občinami. Pri oblikovanju turistične ponudbe je treba upoštevati pričakovanja turistov. Sodobni trendi narekujejo turistično ponudbo, ki jo opredeljujejo turistične atrakcije in doživetja katere turisti ne morejo izkoristiti v vsakdanjem življenju. Za privlačnost ponudbe so pomembni atmosfera, pokrajina, aktivnosti, dogodki, prireditve, kulinarika, infrastruktura, dostopnost, kapacitete, cene in povezava z drugimi turističnimi destinacijami v regiji. Ključni dejavnik pa je tudi profesionalen kader z ustreznim znanjem. V zadnjih letih Občina Jesenice daje velik poudarek razvoju turističnih produktov kot so npr. pohodne in kolesarske poti ter organizaciji različnih prireditev. Z obnovo muzejskega kompleksa Stara Sava bodo vzpostavljeni pogoji za interpretacijo zanimivih kulturno zgodovinskih vsebin in razvoj turističnih produktov. Vedno bolj prepoznavna postaja tudi planota Mežakla, ki nudi številne možnosti za pohodništvo in dnevne izlete.

Turistična infrastruktura obsega predvsem športne in rekreacijske objekte, pohodne in kolesarske poti ter objekte kulturnih institucij in stavb. V zadnjih letih je zaslediti velik porast turističnih prenočitvenih zmogljivosti, zlasti apartmajskega tipa in počitniških stanovanj. V letu 2018 je na Jesenicah odprl svoja vrata tudi hotelski objekt s 53 ležišči. V občini je registriran tudi ponudnik turističnih namestitev v kampu, ki sprejema počitniške prikolice in avtodome.

Turistično promocijo izvaja turistično informacijski center – TIC Jesenice. V zadnjih petih letih Občina Jesenice beleži petkratno rast turističnih nočitev. Jesenice postajajo prepoznavne v širšem turističnem

območju Julijskih Alp in Triglavskega narodnega parka, vendar pa dopolnilna turistična ponudba ostaja skromna in premalo uveljavljena. Skromna turistična ponudba je posledica pomanjkanja atraktivnih turističnih programov in izvajalcev oziroma ponudnikov tovrstnih programov in produktov.

Ena od večjih pomanjkljivosti turistične ponudbe Jesenic je gostinska ponudba. Na območju mesta Jesenice lahko identificiramo 2 restavraciji, ki sta po svoji gastronomski ponudbi zelo zanimivi in sta glavino leta dobro obiskani. Ostalo gostinsko ponudbo tvorijo v glavnem picerije in dnevni bari. Na območju Planine na Golici je že vrsto let ena turistična kmetija ter kmetija, ki kot dopolnilno dejavnost ponuja predvsem programe za otroke (jahanje konj, mini počitnice, delavnice). V Javorniškem Rovtu že dalj časa uspešno deluje planinska postojanka Dom na Pristavi.

Lokalna skupnost je prepoznala turizem kot razvojno priložnost in postavila temelje za nadaljnji razvoj. Razvoj turizma je v razvojnih dokumentih občine izpostavljen kot eden izmed strateških ciljev razvoja občine in del naprednega gospodarstva s poudarkom na fužinarski/železarski tradiciji, narcisah in hokeju. Opredeljeni so tudi ukrepi za doseganje tega strateškega cilja, ki predvidevajo obnovo in izgradnjo osnovne turistične infrastrukture, inovativne turistične produkte in pakete, trženje turistične destinacije ter podporo pri pridobivanju ustreznih znanj in veščin. Kreiranje produktov in turistične ponudbe je možno le z vključitvijo turističnega gospodarstva. Gospodarski subjekti morajo z izvajanjem turistične dejavnosti uresničevati svoj poslovni interes. Ob tem pa je naloga Občine, da z ustrezno turistično infrastrukturo ter promocijo skrbi za večjo privlačnost in prepoznavnost območja in spodbuja gospodarske subjekte k večji aktivnosti na tem področju.

4. ORGANIZORANOST TURIZMA V OBČINI JESENICE

V občini Jesenice imamo poleg turistično informacijskega centra – TIC Jesenice še tri turistična društva (Turistično društvo Golica, Društvo za razvoj turizma Jesenice in Društvo za razvoj turizma in športa Gorenjske). Osrednja dejavnost TIC Jesenice, je informiranje in obveščanje javnosti o pomembnih dogodkih in promocija prireditev v občini ter naloge, ki jih določa Zakon o spodbujanju razvoja turizma (informacijska služba za turiste, vodenje evidenc, spremljanje statistike, ugotavljanje mnenj turistov, organizira turistična vodenja, predstavlja turistično ponudbo na sejmih, ipd.). TD Golica izvaja predvsem tradicionalne prireditve, ki predstavljajo delo in življenje tamkaj živečih vaščanov. Najbolj odmevna je prireditev Mesec narcis, ki se odvija v mesecu maju, ko je tudi cvetenje narcis na tem območju najbolj intenzivno. Društvo za razvoj turizma Jesenice je glavni organizator dogajanj povezanih z astronomijo. Društvo je idejni snovalec in vodja prireditve Meteorita, ki se v zadnjih letih uveljavlja med ljubitelji tovrstnih prireditev. Društvo za razvoj turizma in športa Gorenjskem usmerja glavino aktivnosti v dogodke in prireditve, ki vključujejo pohodništvo, turno in gorsko kolesarjenje.

Civilna iniciativa in njeno vključevanje v razvoj turizma na območju občine Jesenice je pomemben deležnik, ki dela v dobro celotnega kraja in turistov. Vendar pa se večina društev srečuje z upadom članstva. Vodstva društev bodo morala zato najprej preveriti interese članov. Na podlagi izkazanega interesa bo potrebno pripraviti nove programe dela. Pomembna vloga turističnih društev je tudi v tem, da predstavljajo podporo institucionalni organiziranosti turizma v kraju in bdijo nad celotnim turističnim utripom kraja.

Občina Jesenice spodbujanje in razvoj turizma izvaja v okviru Oddelka za gospodarstvo. Glavne naloge so priprava strokovnih podlag, programov in projektov za razvoj turizma v sodelovanju z obstoječimi institucijami (TIC Jesenice, TD Golica, RAGOR, Gornjesavski muzej Jesenice, BSC Kranj). Zlasti velja izpostaviti pripravo projektov in programov za področje muzejskega kompleksa Stara Sava, za področje pohodništva in daljinskega ter gorskega kolesarjenja, kot tudi turističnih prireditev in programov. Glede na sodobne trende v turizmu in potencialne s katerimi razpolagamo, bo za nadaljnji razvoj dejavnosti potrebno zagotoviti dodatni kader, ki bo izvajal naloge upravljanja destinacije, mestnega managementa, kreiranja turističnih produktov in turistične ponudbe, trženja, promocije ter povezovanja turističnih ponudnikov.

Občina Jesenice ima vzpostavljen register lokalnih turističnih vodnikov, ki ga vodi TIC Jesenice in je uradno objavljen na spletni strani www.turizem.jesenice.si. Trenutno je v registru javno objavljenih 18 turističnih vodnikov. Turistični vodniki, ki uspešno opravijo usposabljanje, prejmejo licenco regionalnega turističnega vodnika za območje Julijskih Alp. Ta licenca jim omogoča tudi boljše možnosti za vodenje po celotnem območju in večje možnosti za zaslužek.

5. ANALIZA OBSTOJEČEGA STANJA TURIZMA V OBČINI JESENICE

Turizem v občini Jesenice še vedno ne predstavlja pomembnejšega segmenta gospodarstva. Občina Jesenice je dolga desetletja veljala za industrijsko razvito občino, ki je temeljila na težki industriji. Posledice propada težke industrije v občini Jesenice so se odražale več kot desetletje, nekatere pa so vidne še danes (degradirana industrijska območja). Tudi pretekla gospodarska kriza je pokazala ranljivost gospodarstva ob nepripravljenosti na globalna ekonomska gibanja. Zato je še toliko bolj potrebno iskati druge razvojne možnosti in na tak način razpršiti gospodarsko tveganje, ki ga povzroča odvisnost od ene gospodarske panoge. Ena izmed panog, ki imajo potencial na tem območju, je turizem. Prebivalci Jesenic so dolga stoletja živeli od fužinarstva in kasneje od železarstva in prav bogata tehniška zapuščina predstavlja največji potencial za razvoj turistične ponudbe območja.

5.1 IZVEDENI PROJEKTI IN AKTIVNOSTI NA PODROČJU TURIZMA

Občina Jesenice je v preteklih letih izvedla precejšnje število projektov oziroma aktivnosti, ki so namenjeni razvoju turizma in postavitvi osnovne turistične infrastrukture z namenom povečanja prepoznavnosti in privlačnosti mesta in primestnih podeželskih območij.

Projekte in aktivnosti, ki so bili izvedeni, lahko razdelimo na 3 sklope in so tabelarično prikazani v nadaljevanju za obdobje 2011 - 2019:

- a.) Projekti, ki so bili oziroma so sofinancirani iz evropskih finančnih virov, zlasti iz sredstev Evropskega teritorialnega sodelovanja in Transnacionalnega sodelovanja (Interreg, Southeast Europe, Central Europe) kot tudi iz evropskih strukturnih skladov ESRR in EKSPR (CLLD, Leader) ipd.,
- b.) Projekti, ki jih skladno z razvojnimi usmeritvami in strokovnimi podlagami Občine Jesenice izvaja Razvojna agencija zgornje Gorenjske (RAGOR), in jih financira Občina Jesenice;

PROJEKT	LETO	VIR FINANCIRANJA	VREDNOST
	2012		
Dokumentacija tematske poti BL-JE-PR		LAS Gorenjska košarica LEADER	10.800,00
Skupaj spoznavajmo vaške običaje, vaške zgodbe		LAS Gorenjska košarica LEADER	45.273,60
Gregorjevo na podeželju		LAS Gorenjska košarica LEADER	15.945,16
Večnamenski objekt Planina pod Golico		OBCINA JESENICE	358.111,95
ITP Jeklo in narcise		OBCINA JESENICE	129.211,17
	2013		
Odkrijmo bisere našega podeželja		LAS Gorenjska košarica LEADER	10.321,10
Devejmo po starem		OBCINA JESENICE	1.800,00
Turistični podmladek		OBCINA JESENICE	3.169,13
Turizmu pomaga lastna glava		OBCINA JESENICE	9.412,00
	2014		
SY COULTUR - Uporaba kulturnih vrednot v manj razvitih ruralnih območjih		Transnacionalni program JV Evropa - ESRR	146.048,36
MOTOR - Mobilni turistični inkubator		Evropsko teritorialno sodelovanje, program čezmejnega sodelovanja Slovenija Italija 2007 – 2013 - ESRR RS	149.284,45
IDAGO - Izboljšanje dostopnosti in atraktivnosti gorskih obmejnih območij		Evropsko teritorialno sodelovanje, program čezmejnega sodelovanja Slovenija Italija 2007 – 2013 - ESRR RS	388.495,64
SLOWTOURISM Valorizacija in promocija turističnih "slow" poti med Italijo in Slovenijo		Evropsko teritorialno sodelovanje, program čezmejnega sodelovanja Slovenija Italija 2007 – 2013 - ESRR	59.917,40
Vzpostavitev tematskega portala		LAS Gorenjska košarica LEADER	2.342,40
Devejmo po starem		OBCINA JESENICE	1.900,00

PROJEKT	LETO	VIR FINANCIRANJA	VREDNOST
Turizmu pomaga lastna glava		OBČINA JESENICE	9.412,00
	2015		
City Impulses - Vzpostavitev čezmejnega sodelovanja mest, s katerim bi skupaj izdelali in preizkusili nove strategije, instrumente in metode inovativnega javno-zasebnega partnerstva za lokalni razvoj		Evropsko teritorialno sodelovanje, program čezmejnega sodelovanja Slovenija Avstrija 2007-2013 - ESRR	188.647,05
JULIUS - Raba in ovrednotenje kulturne dediščine ter skupna uporaba športne infrastrukture na čezmejnem območju od Julijskih Alp do Jadrana		Evropsko teritorialno sodelovanje, program čezmejnega sodelovanja Slovenija Italija 2007 – 2013 - ESRR RS	72.205,20
Devejmo po starem		OBČINA JESENICE	1.942,00
Turizmu pomaga lastna glava		OBČINA JESENICE	9.412,00
Življenja Gorenjcev		OBČINA JESENICE	2.600,00
Oživitev tematskih poti		OBČINA JESENICE	13.100,00
	2016		
Devejmo po starem		OBČINA JESENICE	1.961,42
Ohranimo narcise		OBČINA JESENICE	12.500,00
Pohodništvo v občini Jesenice		OBČINA JESENICE	12.900,00
Turizmu pomaga lastna glava		OBČINA JESENICE	9.412,00
Gorenjsko kolesarsko omrežje		OBČINA JESENICE	6.806,00
Vključitev tematskih poti na splet		OBČINA JESENICE	3.500,00
Oživitev tematskih poti		OBČINA JESENICE	1.500,00
	2017		
Ohranimo narcise		OBČINA JESENICE	12.500,00
Pohodništvo v občini Jesenice		OBČINA JESENICE	17.300,00
Turizmu pomaga lastna glava		OBČINA JESENICE	9.412,00
GKO		OBČINA JESENICE	6.806,00
Vintgar		OBČINA JESENICE	5.000,00
Alpe Adria Karavanke /Karawanken - Alpe Adria regija doživetij	2017-2020	Programa sodelovanja Interreg V-A Slovenija-Avstrija 2014-2020 - ESRR	281.920,94
Ureditev vaškega jedra na Blejski Dobravi	2016-2019	OBČINA JESENICE, LAS Gorenjska košarica - EKSRP	140.731,49

PROJEKT	LETO	VIR FINANCIRANJA	VREDNOST
Ohranimo narcise		OBČINA JESENICE	12.500,00
Pohodništvo v občini Jesenice		OBČINA JESENICE	17.400,00
Turizmu pomaga lastna glava		OBČINA JESENICE	9.412,00
Gorenjsko kolesarsko omrežje		OBČINA JESENICE	6.606,00
Vintgar		OBČINA JESENICE	700,00
SKUPAJ			1.809.722,82

(vrednosti so v €)

c.) Projekti in programi, ki ji sofinancira Občina Jesenice preko javnih razpisov in sicer skozi:

- Javni razpis za sofinanciranje in priprave izvedbe turističnih prireditev v občini Jesenice.

LETO	RAZPOLOŽLJIVA SREDSTVA	PORABLJENA SREDSTVA
2011	40.450,00	41.419,07
2012	54.422,25	8.853,59
2013	25.500,00	18.887,84
2014	20.500,00	15.392,64
2015	29.838,45	23.713,98
2016	25.000,00	23.856,72
2017	23.000,00	22.864,62
2018	23.000,00	21.418,07
2019	23.000,00	21.720,22
SKUPAJ	264.710,70	198.126,75

(vrednosti so v €)

- Javni razpis za sofinanciranje turističnih programov v občini Jesenice.

LETO	RAZPOLOŽLJIVA SREDSTVA	PORABLJENA SREDSTVA
2011	7.000,00	4.443,53
2012	7.000,00	3.318,86
2013	6.300,00	1.550,69
2014	6.300,00	4.178,86
2015	7.000,00	0,00
2016	7.000,00	1.683,72
2017	7.000,00	5.410,34
2018	7.000,00	4.342,93
2019	7.000,00	4.859,91
SKUPAJ	61.600,00	29.788,84

(vrednosti so v €)

- Javni razpis o dodeljevanju državnih pomoči »de minimis« za pospeševanje malega gospodarstva v občini Jesenice.

V preglednici je prikaz dodeljenih sredstev za ukrepe sobodajalstva, promocije, novih delovnih mest in investicij v dejavnost za področje turizma in gostinstva v občini Jesenice. Iz višine dodeljenih pomoči po letih je razvidno, da je Občina Jesenice prepoznala potencial razvoja sobodajalstva in novih delovnih mest kot tudi interes poslovnih subjektov za razvoj te dejavnosti. Skladno z interesom lokalnega gospodarstva je Občina Jesenice več let povečevala sredstva za zgoraj omenjene ukrepe, zato povečanje namestitvenih zmogljivosti v obdobju 2011 do 2018 lahko delno pripišemo tudi ukrepom in finančnim sredstvom Občine Jesenice.

LETO	VREDNOST	LETO	VREDNOST	LETO	VREDNOST
2011	3.337,22	2012	0,00	2013	6.000,00
2014	5.731,03	2015	20.999,78	2016	13.512,61
2017	33.973,38	2018	28.820,28	2019	8.888,89

Skupaj v € 2011 - 2019	121.263,19
------------------------	------------

Jesenice so destinacija ki se nahaja na križišču in neposredni bližini med veliko bolj razvitimi in uveljavljenimi turističnimi destinacijami kot so Kranjska Gora, Bled in Bohinj. Že uveljavljeni atributi Jesenic kot so fužinarstvo, tehniška dediščina, naravna rastišča narcis, Golica ter različne športne, kulturne, glasbene prireditve in odlična dostopnost Jesenic z javnim in zasebnim prevozom pripomorejo k prepoznavnosti Jesenic. Dodaten dejavnik, ki je v zadnjih letih povzročil povečan obisk Jesenic, pa je hitro rastoča turistična dejavnost v celotni Sloveniji. Število prihodov oziroma turističnih prenočitev od leta 2016 raste po skoraj 10% stopnji letno, kar je povzročilo dvig cen, vendar še vedno velik naval obiskovalcev v uveljavljene turistične destinacije. Rast turističnega obiska se je odrazila tudi v krajih kot so Jesenice, saj so ponudniki z vzpostavitvijo namestitvenih zmogljivostmi prepoznali poslovno priložnost in možnost za dodatni zaslužek. Tako beležimo v zadnjih petih letih izjemen porast turističnih zmogljivosti in posledično tudi rast števila turističnih prenočitev v občini Jesenice, kar se odraža tudi v prihodku proračuna občine iz naslova turistične takse. Turistična taksa je izvorni prihodek občine in je namenjen turistični dejavnosti v občini za vzdrževanje in vzpostavljanje turistične infrastrukture ter promociji turistične ponudbe. Od 01.01.201 je v skladu z Zakonom o spodbujanju razvoja turizma, uvedena tudi promocijska taksa v višini 25% turistične takse, ki pa je prihodek državnega proračuna. Prikaz števila nočitev, števila ležišč in višina turistične takse v občini Jesenice za obdobje 2011-2018:

LETO	ŠTEVILO NOČITEV		SKUPAJ	ind	ŠTEVILO LEŽIŠČ		TURISTIČNA TAKSA	
	DOMAČI	TUJI				ind		ind
2011	7778	957	8735		164		760,27 €	
2012	7322	1229	8551	98	208	127	598,02 €	79
2013	7102	1497	8599	101	217	104	986,74 €	165
2014	6711	1860	8571	100	375	173	1.474,43 €	149

LETO	ŠTEVILO NOČITEV		SKUPAJ	ind	ŠTEVILO LEŽIŠČ		TURISTIČNA TAKSA	
	DOMAČI	TUJI			ind	ind		ind
2015	7291	2146	9437	110	364	97	2.990,01 €	203
2016	7867	4835	12702	135	370	102	5.538,57 €	185
2017	8581	16197	24778	195	501	135	10.715,97 €	193
2018	8850	30773	39623	160	771	154	19.870,70 €	185
2019	9350	29747	39097	99	804	104	31.427,45€	158
SKUPAJ	70852	89241	160093				74.326,05	

Na podlagi izvedene ankete v letu 2019 (april – oktober) so podatki o domicilni državi turistov pokazali, da večino prenočitev ustvarijo tuji turisti, ki prihajajo iz držav EU in sicer največ iz Nemčije, Francije in Češke. Domači gostje pa ustvarijo približno 18% vseh nočitev.

5.2 SWOT ANALIZA TURIZMA V OBČINI JESENICE

Analiza prednosti, slabosti, priložnosti, nevarnosti za področje turizma

PREDNOSTI	SLABOSTI
Ugodna geografska lega v neposredni bližini razvitih turističnih območij	Pomanjkljiva turistična infrastruktura in superstruktura (hoteli, penzioni, gostilne)
Dobra prometna povezava s tujino in ostalo Slovenijo	Nepovezana, pomanjkljiva in neorganizirana turistična ponudba
Ohranjena pestra kulturna, tehniška in naravna dediščina	Podhranjenost strokovnega kadra
Dobra splošna infrastruktura (športni, kulturni objekti, urejene pohodniške in kolesarske poti)	Odsotnost dopolnilne turistične ponudbe (servisne dejavnosti, incoming (receptivne) agencije, vodeni izleti in ture,...)
Bližina uveljavljenih naravnih danosti (Julijske Alpe, TNP, Karavanke – Golica, rastišča narcis, soteska Vintgar)	Pomanjkanje zasebne iniciative in investicij
Bogata športna tradicija,	Podhranjen marketinški in informacijski potencial (premalo finančnih sredstev)
Pestrost nematerialne kulturne dediščine (kulinarika, pripovedi, zgodbe, legende)	Skromna gostinska ponudba
Cenovna dostopnost turistične ponudbe	Slaba podoba občine v očeh občanov
Varno mesto	Slaba podjetniška iniciativa na področju turizma
	Pomanjkanje ustreznih nosilcev oz. izvajalcev turistične ponudbe

PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<p>Aktivnejše vključevanje v regionalne in nacionalne turistične strukture</p> <p>Povezovanje s sosednjimi turistično razvitimi občinami</p> <p>Velik obisk sosednjih turističnih destinacij</p> <p>Organiziranje velikih nacionalnih in mednarodnih športnih prireditev</p> <p>Organizacija kulturnih in glasbenih prireditev</p> <p>Povezovanje in sodelovanje na območju Karavank z Avstrijci in ostalimi občinami na slovenski strani</p> <p>Razvoj kolesarskih in pohodniških poti</p> <p>Vključevanje poletnih in zimskih turističnih produktov kot »outdoor activities« (Javorniški rovt, Španov vrh)</p> <p>Razvoj poslovnega turizma</p> <p>Razvoj športnega turizma (klubske priprave, športni kampi)</p> <p>Tranzitni in dnevni turisti</p> <p>Razvoj dopolnilne ponudbe – servisne dejavnosti</p> <p>Trajnostni turizem</p> <p>Vključenost v Skupnost Julijske Alpe</p> <p>Vključenost v Združenje zgodovinskih mest Slovenije</p> <p>Vključenost v Slovensko združenje za mestni management</p> <p>Spodbujanje razvoja podjetniške iniciative</p> <p>Večkulturno mesto (kulinarika, nematerialna dediščina)</p>	<p>Šibka promocija tehniške in kulturne dediščine</p> <p>Preobremenjenost prostora (masovni turizem promet, hrup,...)</p> <p>Nesodelovanje turističnih ponudnikov</p> <p>Zavračanje turizma med lokalnimi prebivalci</p> <p>Nezainteresiranost zasebnih investitorjev</p> <p>Nerazvita podjetniška iniciativa na področju turizma</p> <p>Premalo sredstev namenjenih promociji</p>

5.3 UGOTOVITVE IZ SWOT ANALIZE IN PRIPOROČILA ZA NADALJNI RAZVOJ TURIZMA

Na podlagi ugotovitev iz SWOT analize je potrebno najprej pristopiti k pozicioniranju turizma v občini Jesenice skladno z obstoječimi in potencialnimi možnostmi. Za vse nadaljnje aktivnosti mora Občina Jesenice okrepiti kadrovske zasedbo in finančna sredstva. Izvajanje dejavnosti je potrebno spremeniti in prilagoditi novim trendom v turizmu ter potrebam in možnostim razvoja turizma v občini Jesenice. Turistično gospodarstvo, ki bi samostojno in uspešno generiralo turistično ponudbo je v občini Jesenice zelo šibko, saj se s turistično dejavnostjo v občini ukvarja manj kot 3% gospodarskih subjektov. Funkcijo razvoja dejavnosti oziroma načrtovanja bo izvajala Občina Jesenice. Aktivnosti pripravljavca turistične

ponudbe v sodelovanju s ponudniki, trženja in promocije bo prevzel TIC Jesenice ob okrepljeni kadrovske organiziranosti.

Vse navedene aktivnosti v povezavi z pripravo projektov in promocijo na področju turizma zahtevajo veliko angažiranost zaposlenih na oddelku za gospodarstvo. Za aktivno izvajanje turističnega razvoja se na oddelku pripravljajo in vodijo projekti ter investicije v turistično infrastrukturo v skladu s finančnimi možnostmi Občine. Oddelek za gospodarstvo pripravlja tudi strokovne podlage in dokumente za razvoj turizma v občini, ki so potrebni za odločanje in organiziranje nadaljnjega dela in medsebojnega sodelovanja z drugimi strokovnimi institucijami ter lokalnimi in regionalnimi združenji (RAGOR, BSC d.o.o. Kranj, Skupnost Julijske Alpe, Združenje zgodovinskih mest Slovenije, Združenje občin za management mestnih središč).

6. VIZIJA TURIZMA V OBČINI JESENICE

»Občina Jesenice bo svojo prepoznavnost gradila na fužinarstvu, železarstvu, športu in večkulturnosti. Atraktivna turistična ponudba bo temeljila na pestri zgodovini, tradiciji in naravnih danostih območja. Turizem v občini Jesenice bo trajnostno naravnian in bo predstavljal doživljajsko učilnico narave in kulture preteklosti in sedanosti ter sprostive.«

Občina Jesenice mora v naslednjih letih intenzivno vključiti vse razpoložljive potenciale v razvoj turistične dejavnosti, upoštevajoč omejitve in sposobnost obnavljanja naravnih virov in s tem zagotoviti trajnostni razvoj turizma v povezavi z regijo. Občina Jesenice se bo razvila v sodobno mesto, ki neguje svojo naravno in kulturno dediščino, zgodovino in tradicijo ter ponuja svojim prebivalcem, obiskovalcem in turistom kakovostno preživljanje prostega časa, na dolgi rok pa ekonomske in družbene koristi. Zaradi svoje umeščenosti in obenem odmaknjenosti od turističnega vrveža bližnjih turističnih destinacij, bodo Jesenice turistom prepoznavne pod sloganom:

»JESENICE – RAJ ZA IZLETNIKE«

6.1 STRATEŠKI CILJI IN USMERITVE

Za oblikovanje turistične ponudbe območja Jesenic in uresničitev vizije smo definirali naslednje strateške cilje:

- kreiranje turistične ponudbe, ki vključuje kulturne, zgodovinske in naravne danosti, tradicijo in večkulturnost območja,
- povečanje prepoznavnosti območja z učinkovitim komunikacijskim načrtom na podlagi prepoznanih edinstvenih lokalnih atributov,
- vzpostavitev učinkovite in zadostne kadrovske podprtosti in povezovanje z deležniki na širšem turističnem območju.

Na podlagi strateških ciljev bodo vzpostavljeni pogoji za trajnostni razvoj turizma in sodelovanje različnih akterjev (javni, zasebni, civilni sektor, turistično gospodarstvo, sosednje turistične destinacije) na širšem turističnem območju.

Za uresničitev strateških ciljev za razvoj turizma v občini Jesenice, lahko opredelimo naslednje usmeritve, ki bodo definirale turistično ponudbo območja:

- sledenje sodobnim razvojnim trendom v turizmu in njihovo trajnostno uvajanje v lokalno okolje (doživljanje ponudbe kot posebne izkušnje s pomočjo sodobnih komunikacijskih in interpretacijskih orodij),
- oblikovanje ponudbe, ki bo vključevala lokalne danosti in posebnosti (večstoletna zgodovina, tradicija, kultura, središče železarstva v Zgornjesavski dolini),
- vključevanje znanih osebnosti iz področja kulture, športa, znanosti, gospodarstva, umetnosti v turistično ponudbo,
- oblikovanje turistične ponudbe programov za zadovoljitev potreb po urbanem in kakovostnejšem življenju (prireditve, rekreacija, šport, nakupi, zabava, druženje, kulturne, glasbene predstave, koncerti),
- oblikovanje tudi poldnevni in enodnevnih cenovno dostopnih programov, ki bodo promovirali nemasovni (čezmerni) izletniški turizem (mir, sprostitve, umik od množic turistov, obisk kulturnih znamenitosti, pohodništvo, kolesarjenje, vodeni krožni izleti),
- vključevanje turistične ponudbe Jesenic kot dodatne ponudbe turistično uveljavljenih sosednjih destinacij (večkulturnost, kulinarika, prireditve)
- pozicioniranje turistične ponudbe, ki temelji na edinstvenih lokalnih atributih (unikatna tehniška dediščina, kulinarika, večkulturnost, šport, prireditve, kultura),
- priprava novih programov in turističnih produktov v povezavi in sodelovanjem s sosednjimi turističnim območij (samostojni in skupni turistični produkti, Julijske Alpe, Triglavski narodni park - TNP),
- graditi prepoznavnost turistične ponudbe kot del območja Julijskih Alp in TNP,
- trajnostno naravnani turistični produkti z uporabo trajnostnih oblik prevoza do izhodiščnih turističnih točk v Karavankah in Mežakli, TNP, Julijskih Alpah,
- upoštevanje razpoložljivosti resursov za zagotavljanje trajnostnega razvoja (infrastruktura, družbene, prostorske, okoljske, finančne ter kadrovske možnosti Občine Jesenice).

6.2 PRODUKTNA PODROČJA

Zaradi izjemnega porasta turističnih prenočitev v obdobju zadnjih petih let je Občina Jesenice pripravila anketni vprašalnik kot pripomoček za segmentiranje trga. Vprašalnik je bil posredovan vsem ponudnikom turističnih zmogljivosti v obdobju (april – oktober 2019). Z anketo smo želeli pridobiti naslednje podatke in odgovore: od kod prihajajo turisti na Jesenice, motiv prihoda, kaj so si ogledali/obiskali v občini Jesenice, kaj pogrešajo ob svojem obisku in kakšna je splošna ocena njihovega obiska oziroma počutja v občini Jesenice.

Iz izpolnjenih anketnih vprašalnikov (120) je bilo ugotovljeno da:

- večina gostov (71%) prihaja iz držav članic EU (največ iz Nemčije, Francije, Češke), iz Slovenije 18%;
- glede na spol, je približno 20% več žensk kot moških;

- prevladuje starostna skupina med 31. in 45. letom starosti (34%), sledi ji starostna skupina mladih med 18. in 30. letom starosti (33%) in na tretjem mestu je starostna skupina med 46 in 60 letom starosti (20%);
- glede informacij kako in kje so izvedeli za Jesenice, je bil najpogostejši odgovor preko svetovnega spleta (73%), sledil je odgovor, da so že v preteklosti obiskali Jesenice (14%);
- glede razlogov oziroma motiva obiska se je 43% gostov izjasnilo, da so Jesenice obiskali zaradi kulture, zabave, športa in rekreacije, za 38% gostov pa so Jesenice predstavljale vmesno postajo do končnega cilja;
- na vprašanje kaj so si ogledali na Jesenicah, je 74% gostov odgovorilo, da so si ogledali naravne znamenitosti in 12% kulturne znamenitosti;
- pri vprašanju kaj najbolj pogrešajo ob svojem obisku, je večina odgovorila, da pogrešajo zabavo, kulinariko in javni prevoz (javna prometna povezava mesta z izhodišči v Karavankah – Planina pod Golico, Javorniški Rovt);
- pri oceni splošnega vtisa o obisku v Občini Jesenice, se je večina izjasnila z oceno 4 (zelo dobro), sledi ji ocena 5 (odlično) in ocena 3 (dobro); pri tem velja izpostaviti, da je bilo to vprašanje možno oceniti od 1 (zelo slabo) do 5 (odlično), in da nihče od gostov ni podal ocene 1 ali 2;

Na podlagi izkušenj in že v preteklosti izdelanih strokovnih podlag ter izvedene ankete, lahko trdimo, da osnovne gradnike razvoja turizma na območju občine Jesenic predstavljajo naslednji značilnosti:

- muzejski kompleks Stara Sava, ki predstavlja edinstveno priložnost za razvoj turistične ponudbe na tem območju
- dodatna razvedrilna ponudba: kulturne in glasbene prireditve, koncerti, zabava, kulinarika, večkulturnost območja
- narava: narcise - ključavnice, Vintgar, Golica - Karavanke, Triglavski narodni park, Mežakla
- šport in rekreacija: pohodništvo, kolesarjenje, plavanje, turno smučanje, hokej,
- protokol: gospodarsko, kulturno, upravno, izobraževalno središče
- poslovno okolje: poslovni dogodki, konference, srečanja podjetij

Na podlagi prepoznanih značilnosti in usmeritev bodo turistično ponudbo Jesenic tvorila naslednja 4 produktna področja:

- doživetja v naravi
- kulturno zgodovinska doživetja
- prireditvena doživetja
- promocija doživetij

6.2.1 Produktno področje: *Doživetja v naravi*

Občina Jesenice je zaradi svoje lege poznana kot območje s številnimi naravnimi danostmi, ki omogočajo raznolike aktivnosti v naravi, zlasti v povezavi s pohodništvom, kolesarstvom in zadnje čes vedno bolj prepoznavnim turističnim produktom gorskim kolesarjenjem. V sklopu projekta Alpe Adria Karavanke, ki je sofinanciran iz sredstev Teritorialnega sodelovanja, je Občina Jesenice uredila nekdanji Kurirski dom v Javorniškem rovtu kot center za učenje veščin gorskega kolesarjenja.

Skozi Jesenice poteka tudi državna daljinska kolesarska pot (projekt Rateče - Obrežje), ki postaja vedno bolj priljubljena med rekreativnimi kolesarji. Občina Jesenice v sodelovanju z Ministrstvom za infrastrukturo aktivno deluje na projektu Gorenjsko kolesarsko omrežje, ki bo povezovalo 18 gorenjskih in 6 osrednjeslovenskih občin v enotno kolesarsko omrežje.

Pohodništvo je eden izmed izredno priljubljenih turističnih produktov, ki so v prvi vrsti rekreativne narave in namenjene izletnikom. Pohodniške poti v občini Jesenice so razvejane po Karavankah in Mežakli in ne zahtevajo posebne fizične pripravljenosti, zato so primerne tudi za manj vzdržljive pohodnike, družine in seniorje. V občini Jesenice smo se z vzpostavitvijo mreže pohodniških poti usmerili tudi v tematsko obarvane poti, ki so: Gajškova pot, Stara rudna pot, trim steza Žerjavec, Naravoslovna učna rudarska pot (vse poti so v Karavankah), pohodniške poti po Mežakli, zlasti priljubljeni sta poti od katere ena vodi do Partizanske bolnice na Zakopih in druga do točke padca meteorita v letu 2009 v bližini Planskega vrha. V letu 2019 je Občina Jesenice uredila tudi izjemno turistično točko, razgledišče Špica na Mežakli v bližini RTV oddajnika, od koder se odpre pogled na Karavanke, mesto Jesenice in osrednji del Zgornjesavske doline. Pri vzpostavitvi dodatnih pohodniških poti po Mežakli, se kažejo možnosti za skupne turistične produkte z občinami, ki so del Triglavskega narodnega parka. Pri tem pa je za potrebe promocije nujno izkoristiti dejstvo, da je Triglavski narodni park prvo biosferno območje UNESCO v Sloveniji.

Velika pridobitev na področju pohodništva je skupni turistični produkt Skupnosti Julijske Alpe, pohodniška pot Juliana (Juliana Trail). Pot poteka skozi vse občine, ki so v ali pa mejijo na Triglavski narodni park in je dolga 270 km ter razdeljena na 16 etap. Speljana je skozi vasi in naselja, ki niso znani kot turistične točke z namenom, da se tudi ti kraji vključijo v turistično ponudbo Triglavskega narodnega parka in slovenskih Julijskih Alp. Tako del poti, ki poteka skozi občino Jesenice z zahodne strani, vodi preko Plavškega Rovta, Planine pod Golico po Stari rudni poti do Murove, naprej po Razgledni poti do Ukove, kjer se spusti proti Trgu Toneta Čufarja do muzejskega območja Stara Sava in pelje naprej po trasi enotirne železnice do Slovenskega Javornika čez Savski most na Lipce in čez Dobravsko polje naprej proti Žirovnici.

Že dolgo poznana Slovenska planinska pot, ki poteka po slemenu Karavank, je zagotovo eden izmed največjih adutov, ki jih lahko promovirajo planinske kočje, ki se nahajajo v neposredni bližini poti (Koča na Golici, planinska postojanka Dom na Pristavi). Na tej transversali je tudi najbolj znan in opevan vrh Golica, kateri v čast so bratje Avsenik podarili pesem z istim imenom in je bila največkrat zaigrana skladba na svetu. Veliko atrakcijo v tem delu Karavank pa predstavljajo rastišča narcis – ključavnic, ki v mesecih maj in junij privabijo številne pohodnike ne samo iz Slovenije, temveč tudi iz Avstrije, Italije in Nemčije.

Na vzhodnem delu Karavank v občini Jesenice se nahaja Zoisov park, ki svojo raznoliko zasaditvijo dreves, od katerih so nekatera eksotična, daje številne možnosti za izobraževalne in hortikulturne vsebine. Občina Jesenice razpolaga še z izjemno parkovno zasaditvijo v Spominskem parku v urbanem delu Jesenic. Ne glede na dejstvo, da so Jesenice industrijsko mesto, je potrebno omeniti tudi drevesni fond ob glavni prometnici in javnih površinah, ki je bogat in raznolik. Navedene zasaditve so lahko svojevrstna botanična atrakcija z vidika stroke in dnevnih izletov.

Skozi Jesenice teče reka Sava, ki je zanimiv naravni element, ki poleg bližine narave nudi turistom mir, sprostitve in ribolov. Na vzhodnem delu občine, med reko Savo in avtocesto Karavanke – Obrežje, je umeščen turistični kamp. Gre za ciljno skupino turistov, ki uživajo v naravi in lahko svoje potovanje prilagajajo dnevno. Prav zaradi dobre povezanosti Jesenic z avtocestno infrastrukturo je potencialna možnost umestitve tudi vodnega oziroma športnega kampa/parka v zgornjem (zahodnem) delu reke Save proti Hrušici. Park bi bil namenjen lokalnemu prebivalstvu in omogočal povezanost med mestom Jesenice in naseljem Hrušica, po drugi strani pa bi predstavljal turistično atrakcijo dnevnim obiskovalcem oziroma turistom iz sosednjih turističnih destinacij.

V nadaljevanju predstavljamo možnosti za »outdoor« aktivnosti oziroma aktivnosti na prostem, ki se lahko izvajajo v poletnem in zimskem času. Posebno primerna lokacija zimske aktivnosti kot so krplanje, nočni pohodi, turno smučanje, je Španov vrh. Delujoča žičnica Španov vrh omogoča prevoze smučarjev in poleti panoramske vožnje. V času od pomladi do jeseni bi lahko Športni center Španov vrh (lastnik žičnice) oblikoval skupno turistično ponudbo s ponudniki gorskega kolesarjenja in pohodništva ter izvajal poletne aktivne športne programe kot so downhill, turno kolesarjenje in pohodništvo. V zimskem času bi lahko v skupno ponudbo vključili tudi sankanje v Savskih jamah, ki že imajo uveljavljeno ime. Gre za eno izmed redkih naravnih sankoških prog na kateri se odvija Interkontinentalni pokal v sankanju že več desetletij..

Glede na navedene turistične produkte v tem produktnem področju menimo, da imajo nekatere znamenitosti še posebno velik potencial, da privabijo turiste in izletnike, ki uživajo v miru in rekreaciji:

- soteska Vintgar in slap Šum (v nadaljevanju v povezavi z vaškim jedrom na Blejski Dobravi),
- Pot Meteorita - ki vodi mimo naravnega mosta na Mežakli, Poljanske babe, mesta padca meteorita, razgledišča Špica pri RTV stolpu, Partizanske bolnice,
- Juliana – Juliana Trail – trajnostno naravnani skupni pohodniški turistični produkt območja Karavank in TNP.

6.2.2 Produktno področje: *Kulturno zgodovinska doživetja*

Eden od pomembnejših akterjev pri razvoju turizma v občini Jesenice mora biti Gornjesavski muzej Jesenice, ki skrbi za premično in nepremično tehniško dediščino na območju občin Jesenice in Kranjska Gora. Območje Stare Save se je v zadnjih petnajstih letih zelo spremenilo, saj je iz industrijsko degradiranega območja nastalo novo urejeno območje z infrastrukturo za muzejske, kulturne in prireditvene dejavnosti. Glede na svojo zgodovinsko vrednost je Stara Sava ena izmed najbolj zanimivih in atraktivnih znamenitosti na območju Jesenic za oblikovanje turistične ponudbe. Za večjo prepoznavnost in obiskanost območja je potrebno pripraviti programe, ki temeljijo na zgodovini fužinarstva in železarstva. V programe je potrebno vključiti vsebine, ki jih iščejo današnji turisti in obiskovalci, kot so prireditve, kulturna doživetja, izobraževalne delavnice, protokolarni dogodki, zgodbarjenje ipd. Ponudba celotnega muzejskega kompleksa mora slediti sodobnim trendom, ki jih omogoča interpretacija kulturne in tehniške dediščine in pri tem uporabiti sodobne tehnologije. Le-te omogočajo dinamično vizualizacijo prikazovanja vsebin, ki so privlačne za različne ciljne skupine (šole, strokovna javnost, ljubitelji tehniške dediščine, slepi in slabovidni). Šibka točka muzejskega kompleksa

Stara Sava sta promocija in trženje, saj zaposleni kader ne razpolaga s trženjskimi znanji, zato se število obiskovalcev v segmentu tehniške dediščine skozi leta ni bistveno povečalo.

Gornjesavski muzej Jesenice je upravljavec Slovenskega planinskega muzeja v Mojstrani, Liznjekove hiše v Kranjski Gori ter Kajžnikove hiše v Ratečah (Občina Kranjska Gora). Jesenice so še vedno premalo poznane na turističnem zemljevidu, zato bi lahko Gornjesavski muzej Jesenice prevzel še bolj aktivno vlogo povezovalca in promotorja zanimive turistične ponudbe, ki bi vključevala Staro Savo v povezavi z muzejsko ponudbo v Kranjski Gori. Lep primer je Muzejsko planinska transverzala, ki bi v nadgradnji projekta lahko vključil ponudbo muzejskega kompleksa Stara Sava v skupni produkt in tako postal zanimiv tudi za obiskovalce in turiste iz Kranjske Gore.

Muzejski kompleks Stara Sava bo z obnovo celotnega območja pridobil izredne prostorske in ambientalne možnosti za izvajanje različnih prireditev in dogodkov v povezavi s fužinarstvom, železarstvom in tehniško dediščino Jesenic. Najbolj primerno obdobje za izvedbo dogodkov in prireditev na zunanjih površinah je v času poletne turistične sezone, od maja do septembra. Prostorske možnosti območja omogočajo Stari Savi veliko prednost pred sosednjimi turističnimi destinacijami, ki tovrstnih znamenitosti nimajo v svoji turistični ponudbi. Za pripravo različnih dogodkov na temo kulturno zgodovinskega turizma se lahko uporabi študija v skladu z identiteto kraja.

V kulturno in tehniško dediščino Jesenic je potrebno vključiti tudi dediščino, ki jo ohranjajo številna kulturna, slikarska, glasbena, muzejska in druga društva. Prikazi zgodovine, tradicije, etnologije, pisnih in ustnih izročil so lahko del zanimivih programov, ki bi se odvijali na Stari Savi. Velik doprinos kulturnemu delovanju prispevajo tudi Gledališče Toneta Čufarja Jesenice, Občinska knjižnica Jesenice in Glasbena šola Jesenice. Njihove dejavnosti so prepoznane tudi v medobčinskem in nacionalnem prostoru. Gledališče Toneta Čufarja Jesenice ima velik potencial pri organizaciji in izvedbi gledaliških predstav in tudi koncertnih prireditev v sodelovanju z Glasbeno šolo Jesenice in Pihalnim orkestrom Jesenice – Kranjska Gora; to priča o dolgi in bogati kulturni dediščini Jesenic, ki bi z večjo promocijo lahko pridobila na prepoznavnosti v širšem kulturnem prostoru. Jesenice bi se lahko na tak način uveljavile kot mesto v katerem je kultura eden izmed najpomembnejših atributov za nastanek kulturnega turizma.

6.2.3 Produktno področje: *Prireditvena doživetja*

Jesenice imajo dobro športno in prireditveno infrastrukturo, ki omogočata organizacijo različnih prireditev (Gledališče Toneta Čufarja Jesenice, Kino dvorana Jesenice, Kolpern in Glasbena šola Jesenice na Stari Savi, Dom Julke in Albina Pibernik na Slovenskem Javorniku, manjši prireditveni prostor v Krajevni skupnosti Hrušica). Večina športnih prireditev se odvijajo v Športnem parku Podmežakla in v Športni dvorani Podmežakla. Možnosti za organizacijo glasbenih, športnih, humanitarnih in drugih dogodkov na prostem so na Trgu Toneta Čufarja Jesenice, Prireditvenem prostoru Muzej na prostem na Stari Savi, na trgih na Stari Savi, na kopališču Ukova in na osrednjem prostoru pri KS Hrušica.

Jesenice se nahajajo na pomembnem prometnem križišču med zahodno in jugovzhodno Evropo in skozi katere poteka X. panevropski železniški koridor. Poleg tega so Jesenice prvo mesto, s katerim se sreča potnik ali turist iz srednje oziroma zahodne Evrope. Velika večina potnikov/turistov, ki uporabljajo javni

železniški promet so mladi turisti, katerih motiv je čim dlje prepotovati in videti ter za to čim manj potrošiti. Mladi turisti so potencialni turisti, ki se bodo radi vračali v destinacije kasneje, kjer so se dobro počutili v preteklosti. Zato je treba za to ciljno skupino poskrbeti z ustreznim oblikovanjem turistične ponudbe, ki se večinoma nanaša na zabavo, koncerte, festivale in športne dogodke. Pri športnih prireditvah je v promocijo potrebno vključiti vse dogodke, prireditve in tekmovanja, ki so se že v preteklosti odvijale na Jesenicah ter posameznike in moštva, ki so ponesle slavo jeseniških in državnih športnikov v svet hokeja, košarke, smučanja in drugih športov.

V zadnjih letih občina Jesenice razpolaga z veliko večjim številom prenočitvenih zmogljivosti (804 ležišča v letu 2019 v obliki počitniških stanovanj in apartmajev), ki so logistično enostavno dostopna in cenovno ugodnejša kot v bližnjih turističnih destinacijah. Cenovna diferenciranost je za ciljno skupino mladih popotnikov in družin lahko glavni dejavnik za odločitev o destinaciji namestitve in v tem je konkurenčna prednost Jesenic pred sosednjimi turističnimi kraji. Ne glede na to, da so cene namestitev v občini Jesenice dokaj dostopne, je lahko namestitveni objekt za mlade turiste poslovna priložnost. Občina Jesenice je v svojih prostorskih aktih to dejavnost predvidela, zasebna podjetniška iniciativa pa bi morala v tem videti poslovni interes.

Prednost za mlade turiste je tudi v tem, da jim za obisk sosednjih turističnih destinacij ni potrebno imeti lastnega prevoza, saj lahko uporabijo javni prevoz z avtobusi in vlaki. Kljub tej možnosti je potrebno izpostaviti, da frekventnost javnih prevoznih sredstev ni ustrezna in zato je uporaba javne potniške mreže slabša kot bi si želeli.

Družine po večini pridejo z lastnim avtomobilom, ki jim sicer omogoči udobje hitrega dostopa in/ali menjavo končnih ciljev obiska, vendar pa vpliva na povečanje ogljičnega odtisa v okolje. Zato je potrebno čimprej pričeti z izvajanjem ustreznih ukrepov za zagotavljanje trajnostne mobilnosti na celotnem območju Julijskih Alp oziroma Triglavskega narodnega parka. V sodelovanju s sosednjimi turističnimi destinacijami bi morali sprejeti dogovor in poskrbeti za večjo uporabo javnega prevoza, bodisi na podlagi turistične kartice gosta, ali pa neposredno financirati posamezne namenske linije do določenih destinacij.

V občini Jesenice se odvijajo številne dogodki in prireditve, v katere organizatorji vložijo ogromno prostovoljnega dela (okoli 170 dogodkov letno). Občina Jesenice je spomladi 2019 izvedla 7 srečanj z organizatorji prireditev, da bi ugotovili s kakšnimi težavami se srečujejo, kakšne so možnosti za povezovanje in katere prireditve je možno nadgraditi. Ugotovljeno je, da je s povezovanjem prireditev možno doseči bolj racionalno in ekonomično uporabo prostorov in infrastrukture. Povezovanje prireditev bi omogočilo boljšo organizacijo dela z manj stroški, prireditve pa bi imele več možnosti za boljši obisk različnih ciljnih skupin. Na podlagi teh srečanj je bil izdelan nabor prireditev, ki ima največji potencial za nadaljnjo nadgradnjo in s tem uveljavljanja destinacije, ki bo prepoznavna po odmevnih in renomiranih prireditvah:

- Jožefov sejem, sejemska prireditev (marec)
- Meteorita, festival znanstvene fantastike (april)
- Mesec narcis, tradicionalna prireditev (maj)
- Jesenice tečejo, dobrodela prireditev (maj)
- Kulturna mavrica Jesenic, medgeneracijska in medkulturna prireditev (junij)

- Čufarjevi dnevi (november).

Vsaka od teh prireditev ima svoj karakter, ki pa ga je možno z dodatnimi glasbenimi, znanstvenimi, etnografskimi, kulinaričnimi, večkulturnimi, literarnimi in drugimi vsebinami nadgraditi. Uveljavitev prireditev v lokalnem okolju ter prepoznavnost in obiskanost le-teh iz širšega regionalnega in nacionalnega prostora je treba doseči s ciljno zasnovano promocijo.

6.2.4 Produktno področje: *Promocija doživetij*

Za pripravo promocije in komunikacijske strategije je potrebno najprej ugotoviti koga in na kakšen način želimo nagovoriti. Zato je potrebno definirati ciljne trge na podlagi segmentacije trga. Pri nadaljnjem snovanju komunikacijske strategije je potrebno ugotoviti, katere turistične znamenitosti obiskujejo turisti (kulturne, naravne), kateri so motivi obiska zaradi oblikovanja ustreznih turističnih produktov ter od kod in na kakšen način prihajajo v destinacijo (organizirano, neorganizirano). Segmentacija trga omogoča natančnejše definiranje tržnih možnosti, oblikovanje uspešnih turističnih produktov in posledično ciljno promocijo.

Primarni vir podatkov s pomočjo katerih smo segmentirali trg, je evidenca obiska turistov v TIC Jesenice, sekundarni vir pa predstavljajo izpolnjeni anketni vprašalniki, ki smo jih prejeli vrnjene od ponudnikov namestitvenih zmogljivosti. Glede na strukturo in motiv obiskovalcev oziroma turistov, ki obišejo občino Jesenice lahko sklepamo, da je značilen obiskovalec/turist/gost Jesenic:

- dnevni gost – izletnik, večina iz Slovenije
- populacija med 30. in 45. letom starosti – posamezniki in družine
- tranzitni gost – Jesenice so vmesna postaja do končnega cilja, večina iz držav zahodne Evrope
- organizirane skupine – ogledi naravnih in kulturnih znamenitosti, prireditve, kolesarske ture, pohodniške ture.

Za uspešno promocijo in trženje turistične ponudbe morata biti izpolnjena dva pogoja:

- stalna nadgradnja in širitev turistične ponudbe
- visoka stopnja sodelovanja in organiziranosti med ponudniki turističnih storitev lokalno na eni strani in z drugimi destinacijami v regiji kot tudi s Slovensko turistično organizacijo.

Glavni cilji, ki jih želimo doseči s komuniciranjem z javnostmi in promocijo turistične ponudbe so:

- obveščanje ciljnih trgov in drugih javnosti o turistični ponudbi in storitvah ter novitetah območja
- ponavljanje že znanih obvestil, sporočil in posredovanje drugih pomembnih informacij za obiskovalce
- prepričati ciljne skupine, da se odločijo za obisk občine Jesenice
- vzpostaviti čim bolj dolgoročno povezavo med obiskovalci in ponudbo oziroma ponudniki območja.

Občina Jesenice bo za uresničitev glavnih ciljev komunikacijske strategije uporabljala naslednja komunikacijsko informacijska orodja:

- družbena omrežja (FB profil FB TIC Jesenice)
- spletno stran: www.turzem.jesenice.si

- promocijske materiale (splošne in produktne zloženke, različne karte/zemljevide, kataloge, letake,...)
- spominke z značilnim logotipom narcise in/ali sloganom
- maskoto Jesenice (maskota Rudi, ki predstavlja glavne attribute prepoznavnosti, ki veljajo za občino Jesenice: železarstvo, narcise, hokej)
- enotno CGP podobo tiskanih promocijskih materialov in zunanjšega izgleda poslovnega prostora v katerem se nahaja TIC Jesenice)
- nastopi na specializiranih sejmih, nagradne igre
- oglaševanje, stiki z javnostmi, protokol, gospodarska in športna diplomacija.

7. AKCIJSKI NAČRT

Akcijski načrt je pripravljen na podlagi predlogov udeležencev na petih delavnicah. Za vsako produktno področje je bila izvedena delavnica in zadnja, peta delavnica, za predstavnike turističnega gospodarstva.

Na delavnicah so sodelovali deležniki, ki že delujejo na posameznem produktnem področju, bodisi s pripravo programov (javni zavodi, društva), ali pa kot poslovni subjekti opravljajo dejavnost na enem izmed segmentov turistične ponudbe.

V nadaljevanju predstavljamo akcijski načrt po posameznih produktnih področjih. V preglednicah so predstavljeni produkti, opisi in aktivnosti, nosilci in partnerji produkta oziroma aktivnosti ter kazalniki. Na koncu preglednice so za vsako produktno področje navedeni tudi ukrepi, katerih izvedba je nujna za uspešno realizacijo akcijskega načrta.

7.1 Predstavitev akcijskega načrta za produktno področje *Doživetja v naravi*

Produkt	Opis produkta in aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
Doživetja na vodi	Vožnja s čolnom na jezeru Trilobit, s kanujem po reki Savi. Ponudniki, ki svojo dejavnost že izvajajo ob jezeru Trilobit in akumulacijskem jezeru Moste ter na reki Savi, imajo stalno ponudbo za vožnjo s čolnom/kanujem Promocija dogodkov	CŠOD Trilobit Camp Perun OJ	Število prodanih kart Število prodanih kart
Doživetja ob vodi	Ureditev dostopa do Javorniških slapov in postavitve usmerjevalne signalizacije	OJ, RAGOR	Priprava in izvedba projekta
Vzpostavitev kolesarske tematske krožne poti po mestu in primestju	Na relacijah: 1. Športni park Podmežakla – Stara Sava -- vaško jedro Blejska Dobrava – vaško jedro, 2. Koroška Bela – po cesti Toneta Tomšiča do Trga Toneta Čufarja, 3. Povezava mestnih kolesarskih poti na daljinsko kolesarsko pot	OJ, ZŠJ, GMJ, GTČ, gostinci, turistični vodniki	Število promocijskih akcij Število vodenih skupin

Produkt	Opis produkta in aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
	povezati športno – kulturno – zgodovinsko – naravno izročilo Jesenic v kolesarsko tematsko pot – na tej poti povezati športne, zgodovinske – gostinske – kulturne ponudnike – navezava na kolesarski vlak Villach (Beljak) – Jesenice in Jesenice - Bohinj		
Gorsko kolesarjenje v Karavankah	Kolesarski izleti za zaključene skupine v Karavankah in učenje gorskega kolesarstva v učnem centru in izvedba kolesarskih izletov v okolici centra ter vzpostavitev povezave na gorsko kolesarsko pot v Karavankah. Širjenje gorske kolesarske mreže z zahtevnejšimi (adrenalinskimi) progami. Promocija gorskega kolesarstva v Karavankah	Najemnik Gorsko-kolesarskega učnega centra Pristava, OJ	Število udeležencev Število promocijskih akcij
Tematske pohodniške poti	Vodeni pohodniški in tematski izleti za zaključene skupine: 1. Rudarstvo, železarstvo, geologija, botanika: Belska planina – botanika, Trilobit – geologija, Naravoslovna in rudarska učna pot, Stara rudna pot – rudarstvo, železarstvo. 2. Kultura & glasba: Pohod na Golico – 25.6. počastitev Dneva državnosti in nadgradnja programa pri Koči na Golici z nastopom pihalnih godb, Pot narodno zabavne glasbe. 3. Rekreacija: Trim steza Žerjavc, Juliana Trail – daljinska krožna pot 4. Etnologija & znanost Sprehod po Murovi – zgodovinsko etnološka pot, Potep po Mežakli - padec meteorita.	Lokalni turistični in planinski vodniki, Planinsko društvo Jesenice, Pihalna godba Jesenice – Kr. Gora	Število pohodnikov

Produkt	Opis produkta in aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
Naravni, urbani in adrenalinski parki	<p>1. Zoisov park v Javorniškem Rovtu: ureditev Zoisovega parka, postavitve novih označevalnih tabel, umestitev parka kot lokacijo za pravljíčna dogajanja po knjižici Legende in pripovedke občine Jesenice, trženje šolskim skupinam, vrtcem</p> <p>2. Spominski park NOB na Koroški Beli: ureditev zasaditve, spominskih obeležij, informativnih tabel.</p> <p>3. Spominski park na Plavžu: ureditev zidu, kostnice, spominskih napisov, tablic s poimenovanji.</p> <p>4. Slap Dobršnik: ureditev dostopa in postavitve ferate</p> <p>5. Soteska Vintgar Vodenje po soteski – divja narava soteske, slapa, vaško jedro Blejska Dobrava in povezava z ogledom železarske zgodovine na Stari Savi</p> <p>Izdelava tematskega promocijskega gradiva (tiskovine, promocijski clipi)</p>	<p>OJ v sodelovanju z ZRSKD in zunanjimi strokovnjaki</p> <p>OJ v sodelovanju z ZRSKD in g. Janezom Pšenico</p> <p>OJ z zunanjimi strokovnjaki, planinski vodniki lokalni turistični vodniki, turistično gospodarstvo</p> <p>OJ, GMJ</p>	<p>Priprava in izvedba projekta</p> <p>Število promocijskih akcij</p> <p>Število promocijskih akcij</p> <p>Število vodenj/obiskovalcev</p>
Zimske radosti	Ureditev zasneževanja na naravni sankiški progi v Samskih jamah, turno smučanje, krplanje	Sankiški klub Jesenice, ZŠJ, gorski vodniki, OJ	Število tekem Število udeležencev

Za uspešno realizacijo produktnega področja **Doživetja v naravi** je potrebno izvesti naslednje ukrepe in upoštevati priporočila, ki so bila predlagana na delavnici:

- Povezati nosilce posameznih vsebin v programe zanimive za turistično ponudbo (javni zavodi, društva, civilna iniciativa, zasebniki), z namenom oblikovanja celovitega turističnega produkta.
- Povečati interes gospodarskih subjektov za poslovanje v turistični industriji.
- Umestiti Blejsko Dobravo kot dodatno izhodišče in povratno točko v okviru pohodniških poti po Mežakli.
- Usmeriti pohodniške tokove po drugih planinskih poteh, ki vodijo na sedlo Rožca in Hruščansko planino in tako zmanjšati pritisk pohodnikov na Golico ter okrepiti gostinsko ponudbo v planinskih kočah in stanih.
- Bolj izkoristiti prisotnost železniške povezave za krožno kolesarsko pot (Beljak – Jesenice – Trbiž – Beljak).
- Vključevati železniške povezave in zmanjševati osebni promet (Jesenice – Bohinj – Nova Gorica).
- Zagotoviti javna parkirišča in javni prevoz z namenom zmanjševanja ogljičnega odtisa, varovanja narave in posledično zagotavljanja trajnostne mobilnosti.
- V izogib množičnemu turizmu naj se naravno okolje namenja za omejene turistične dejavnosti kot so pohodništvo, obiski gozdov, fotolov in po urejenih gozdnih cestah tudi kolesarjenje.

7.2 Predstavitev akcijskega načrta za produktno področje *Kulturno zgodovinska doživetja*

Produkt	Opis produkta in aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
Stara Sava – zgodovina življenja fužinarjev - igrifikacija	<p>Vodeni ogledi: S Klaro po Stari Savi (življenje v Kasarni, fužina, graščina).</p> <p>Nadgradnja zgodovinskih likov Tona, Viktor Heinrich v povezavi s Savskimi jamami.</p> <p>Mežnarca Minca s predstavitvijo cerkve, semanji dan.</p> <p>Predstavitev življenja in delovanja Angele Boškin – skrbstvene sestre – ogled depoja, stanovanja v Kasarni, Obratne ambulante.</p> <p>Pavle Slamnik – predstavitev življenja barakarjev po poti zgodovinskih likov.</p> <p>Prikaz delavske bivalne kulture, pitje delavske kave, sifona.</p> <p>Digitalizacija muzejskih vsebin in uporaba sodobnih tehnologij za interpretacijo vsebin.</p>	GMJ, GTČ, zainteresirana društva	Število obiskovalcev
Stara Sava – laboratorij idej in eksperimentov	<p>Slovenski železarski muzej izvaja prikaze in delavnice od kod železo, jeklo, kje ga najdemo, ogled sodobne proizvodnje, zakaj ga uporabljamo, padec meteorita: Poskusi (kemijski, fizikalni laboratorij).</p> <p>Makete, sestavljanje modelov (Mehanotehnika, Lego, Comodore 64,..), modeli verižnega eksperimenta.</p> <p>Fotografski atelje Vilman (obdelava, razvijanje, faze razvoja, digitalna fotografija).</p> <p>Kreativno ustvarjanje (3d tisk, umetniško ustvarjanje, laboratorij - Rog LJ).</p>	DUJ, GMJ, šole društva, SIJ Acroni d.o.o., Fotografska društva, LUJ GMJ, DUJ, Društvo za razvoj turizma Jesenice, šole, LUJ	Število delavnic Število udeležencev Število delavnic Število udeležencev
Poletje na Stari Savi	<p>Tržnica GMJ, GŠJ izvedba glasbenih nastopov in drugi javni zavodi s svojimi programi.</p> <p>Poletje na Stari Savi (koncerti, dogodki). Torkova kinoteka.</p>	GMJ, GŠJ, GTČ, ZŠJ, MCJ, društva	Število koncertov, dogodkov, udeležencev, število obiskovalcev

Produkt	Opis produkta in aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
Stara Sava – medgeneracijsko železarsko druženje	Tekmovanje v Verižnem eksperimentu. Teden vseživljenjskega učenja – povezovanje različnih institucij in prikaz njihove dejavnosti izobraževalno promocijske dejavnosti – zdravje, kultura, varnost, umetnost,..). Remont - prikaz obnove (konservacija in restavriranje tehniške dediščine – upokojeni železarji s posebnimi znanji pripovedujejo kako se je je na nekem stroju delalo in svetujejo kako se ga lahko uporabi še danes v vsakdanjem življenju.	DUJ, LUJ, OKJ, GMJ	Število tekmovanj Število sodelujočih Število delavnic Število udeležencev
Poroka na stari Savi	Poročni obredi Poročna slavja Poročni sejem	GMJ, UE Jesenice, gostinci, glasbeniki	Število porok Število obiskovalcev
Zvoki glasbe na Stari Savi	Srečanje harmonikarskih orkestrov Slovenije – 18 orkestrov v Gledališču Toneta Čufarja Festival družin v aprilu v Kolpernu; nastopajo učenci GŠJ in njihovi sorodniki	GŠJ, Zveza slovenskih glasbenih šol GŠJ	Število orkestrov Število obiskovalcev Število družin in obiskovalcev
Kulturna dediščina Koroške Bele	Pot po kulturni dediščini vaškega jedra na Koroški Beli: <ul style="list-style-type: none"> - Ohranjanje kulturne dediščine na območju Koroške Bele s predstavitvijo kulturnih vrednot, umetnosti, sakralnih znamenitosti v kraju kot del kulturne turistične ponudbe. - Ohranjanje spomina na zgodovinski dogodek kot del zaledja soške fronte na 14.8.1917. - Pot po kulturni dediščine – vpis v Register nepremične dediščine Slovenije dediščine. - Prevodi publikacije – Nosilci zgodb naselbinske dediščine na Koroški Bele, prevodi informativne table, izdaja turističnega vodnika - 	Farno kulturno društvo Koroška Bela, OJ	Število obiskovalcev Število publikacij Število turističnih vodenj

Produkt	Opis produkta in aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
Čufarjevi dnevi	<p>Večdnevni tradicionalni festival v novembru:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tekmovanje ljubiteljskih gledališč v Gledališču Toneta Čufarja z žirijo in podelitvijo Čufarjeve plakete; - predstavitev od šest do osem gledaliških predstav. <p>Nadgradnja programa : nastopi neveljavljenih stand-up komikov, mladih gledališnikov, zgodovinski liki, Pihalni orkester Jesenice Kr. Gora, Simfonični orkester GŠJ – prosti program</p>	OJ, GTČ, GŠJ	<p>Število nastopajočih skupin</p> <p>Število prodanih vstopnic</p>

Za uspešno realizacijo produktnega področja **Kulturno zgodovinska doživetja** je potrebno izvesti naslednje ukrepe in upoštevati priporočila, ki so bila podana na delavnici:

- Ponudba zgodovinskih likov mora biti stalno zagotovljena – profesionalizacija nastopajočih.
- Povezovanje vsebin programov (kultura, šport, prireditve) javnih zavodov v skupni turistični produkt pod okriljem ene institucije, ki usmerja razvoj turizma.
- Povezovanje vsebin različnih društev s programi javnih zavodov za oblikovanje dodatne turistične ponudbe.
- Za večji obisk Stare Save je potrebno usmeriti turistične tokove iz soteske Vintgar s pomočjo železniške povezave Blejska Dobrava – Jesenice.
- Občina mora ustvarjati pogoje za delovanje podjetij in oblikovati turistične produkte, ki bodo privabljali podjetja v turistično industrijo.
- Za vse produkte in programe je potrebno predhodno določiti nosilce in zagotoviti izvajalce.
- Vzpostaviti stike s ponudniki turističnih storitev na terenu, jih povezovati v lokalnem okolju z izvajalci programov (javni zavodi, društva) in vključiti v ponudbo sosednjih turističnih destinacij.
- Stara Sava mora postati osrednji kulturno prireditveni prostor na katerem se bodo izvajali številni dogodki zlasti v poletnem času, ko je možnost izvajanja dogodkov na prostem kot na primer: Kulturna mavrica, Multikulinarika, Muzejski večeri, Poletno branje na Stari Savi, domoznanski večeri,...ipd.
- Z organizacijo stalnega programa na Stari Savi navaditi lokalno prebivalstvo, da Stara Sava postaja središče dogajanj v mestu.
- Gornjesavski muzej Jesenice je treba vključiti v turistično ponudbo Združenja zgodovinskih mest (muzej lahko za samopromocijo odpre tudi spominsko trgovino (souvenir shop), kavarno (culture cafe).
- Območje stare Save oz. Gornjesavski muzej Jesenice mora za večji obisk zagotoviti daljši odpiralni čas med tednom in ob koncu tedna.
- Turizem v mestu naj se povezuje s privlačnostjo mesta, urejenostjo javnih prostorov in zelenih površin, ohranjenostjo kulturne dediščine, zgodovino, dogodki in prireditvami.

7.3 Predstavitev akcijskega načrta za produktno področje *Prireditvena doživetja*

Produkt	Opis produkta in aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
Meteorita	Festival znanosti in fantastike Nadgradnja: Povezava s pohodniško potjo Potep po Mežakli - označba padca Meteorita na Mežakli v povezavi s Partizansko bolnico	Društvo za promocijo znanosti in fantastike Meteorita	Število obiskovalcev Število pohodnikov
Mesec narcis	Prireditev z dolgo tradicijo (1964) poteka v času cvetenja narcis; Skozi mesec maj potekajo različne zabavne prireditve in športni dogodki. Na osrednji prireditvi poteka izbor za najlepše deklice _Mis narcis. Nadgradnja: povezati dogodke z Javorniškimi rovtom – botanika, ekologija, geologija.	TD Golica KS Planina pod Golico, KS Javornik Koroška Bela, Planinsko društvo Javornik Koroška Bela	Število dogodkov Število obiskovalcev
Festival urbane kulture	Festival, katerega rdeča nit bo železarska tradicija z več tematskimi dogodki skozi leto: Festeelval - Prvi jeseniški festival, (učni projekt za mlade) - ki vključuje koncerte, otroške, športne, plesne in kulturne dogodke; Nadgradnja: Šopek narcis iz odpadnih kovin, Železarska polka, Iron House Festival, Najmočnejši človek, Festival kovinskega zvoka, Druženje pihalnih godb iz železarskih krajev, Festival sodobne umetnosti - svetloba in zvok železarn, Mednarodno srečanje kovačev – Združenje kovačev Slovenije, Nadgradnja: Street Food; Festival muralov: Urbana umetnost: predstavitev muralov	GMJ, LUJ, JSKD, GŠJ, ZŠJ, MCJ, šole, društva, gostinci, VSŠGT, Srednja šola za gostinstvo Bled KJŠ, MCJ, MSJ	Število prireditev Število sodelujočih Število obiskovalcev
Kulturne mavrica Jesenic	Tradicionalna medkulturna in medgeneracijska prireditev »Kulturna mavrica Jesenic« s predstavitvijo folklorne, pesmi, recitalov in kulinarike. Nadgradnja: razširitev vsebine s pobratenimi mesti (Št. Jakob, Nagold, Trbiž, Trbovlje, Valjevo), vključevanje lokalnih gostincev.	ZŠJ – MCJ, Zveza kulturnih društev Jesenice, lokalni gostinci	Število obiskovalcev Število sodelujočih

Produkt	Opis produkta in aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
Jesenice tečejo	Jesenice tečejo - dobrodelni tek skozi mesto; promocija dobrodelnosti Nadgradnja: širitev ciljne publike - tekači iz Slovenije, delavnice za otroke.	ZDPM Jesenice	Število tekačev
Jožefov sejem	Predstavitve sejemske dejavnosti namenjenih spomladanskim setvenim opravilom. Glavne vsebine: prodaja na stojnicah, živa glasba, pomladni tek, otvoritev, podelitev nagrade najboljšim razstavljavcem, gostinska dejavnost, zabavišni park... Nadgradnja: vrtilkarstvo, obrtniki, godbeniki, rokodelske delavnice, ljudska glasba, lokalna kulinarika,..	ZŠJ, OJ, GMJ, GŠJ	Število sodelujočih Število obiskovalcev
Doživetja narodno zabavne glasbe	Kulturno zabavna prireditev povezana z rojstnim krajem legendarnega Franca Koširja - Postani Franc Košir za en dan Nadgradnja: povezava s sosednjimi občinami v produkt: Pot narodno zabavne glasbe (Žirovnica, Bled, Begunje - Radovljica, Gorje, Jesenice) Izkoristiti prepoznavnost »Oberkreiner glasbe« na nemško govorečih trgih (Avseniki, skladba Golica - Trompeten Echo).	KS Javornik Koroška Bela, Farno kulturno društvo Koroška Bela, lokalni gostinci	Število obiskovalcev
Doživetja na ledu	Jesenice - mesto hokeja: <ul style="list-style-type: none"> - obiski hokejskih tekem - ogled športne dediščine (zbirke) v Športnem parku Podmežakla - ogled »železarskega mesta« - Stara Sava - doživljanje kulinarike. Triglav Trophy: mednarodno tekmovanje v umetnostnem drsanju v aprilu (tekmovanje mladincev in mlajših mladincev iz številnih držav Evrope, ZDA in Azije. Nadgradnja: predstavitve drsalnega podmladka, curling-a.	Hokejska društva Jesenice, ZŠJ, gostinci, GMJ, SIJ Acroni Drsalna zveza Slovenije, Drsalni klub Jesenice, Curling klub	Število tekem Število prodanih vstopnic število nastopajočih tekmovalcev Število prodanih vstopnic

Za uspešno realizacijo produktnega področja **Prireditvena doživetja** je potrebno izvesti naslednje ukrepe in upoštevati priporočila, ki so bila podana na delavnici

- Za organizacijo prireditev je potrebno zagotoviti ustrezno organizacijsko strukturo in kader – lahko tudi znotraj že obstoječih zavodov (Zavod za šport, Gledališče Toneta Čufarja, Mladinski center Jesenice).
- Jožefov sejem naj postane del blagovne znamke Združenja zgodovinskih mest
- Povečati obisk prireditev s turisti iz sosednjih turističnih destinacij z vzpostavitvijo krožnega potovanja z organiziranim prevozom (Hop On – Hop Off avtobus).
- Združevanje več manjših prireditev oziroma tematsko podobnih dogodkov pod okrilje bolj prepoznavnih prireditev (primer: Pohod po Stari rudni poti je del p prireditve Mesec narcis).
- Jesenice naj gradijo svojo prepoznavnost na urbani kulturi mesta (prireditve naj vključujejo attribute urbane kulture, umetnosti, glasbe, kulinarike,...).
- Zagotoviti večjo prepoznavnost prireditev v povezavi z znanimi imeni iz sveta glasbe, športa, znanosti,...
- Za večjo odmevnost in prepoznavnost prireditev je potrebno zagotoviti dovolj finančnih sredstev, ki bodo omogočala dolgoročno oglaševanja in promocijo.

7.4 Predstavitev akcijskega načrta za produktno področje *Promocija doživetij*

Aktivnost	Opis aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
»Branding » znamčenje	Izdelava nove znamke, vključno z njenim pozicioniranjem glede na raziskave trga ter predhodno opredelitev ciljnih skupin; izdelava celostne grafične podobe, ki bo odražala identiteto znamke	OJ, TIC Jesenice, zunanji izvajalec	Izdelana krovna blagovna znamka Izdelana CGP
Priprava komunikacijskega načrta	Komunikacijski načrt bo omogočal kakovostno vsebinsko in časovno planiranje tržno-komunikacijskih aktivnosti ter preverjanje njihovih učinkov; na podlagi komunikacijskega načrta se vsako leto pripravi načrt komunikacijskih aktivnosti na letni ravni, ki bo določal cilje, potrebne finance in kazalce uspešnosti komuniciranja oziroma promocije.	OJ, TIC Jesenice, zunanji izvajalec	Izdelan komunikacijski načrt
Prenova spletne strani, namenjene turizmu	Spletno mesto mora predstavljati zbir vseh informacij o destinaciji, vključno s ponudbo in dogodki. Poleg slovenskega jezika, urednikovanje poteka tudi v (vsaj) angleškem jeziku.	OJ, TIC Jesenice v povezavi z zunanjim izvajalcem	Izdelana nova spletna stran

Aktivnost	Opis aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
Upravljanje družbenih medijev	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook, Instagram • proaktivna komunikacija (čim hitrejši odgovori, komentarji) • uporaba »hashtagov« (#jesenice, #slogan ...) • organizacija natečajev, ki spodbujajo k več objavam oziroma večji angažiranosti sledilcev • pisanje blogov 	TIC Jesenice v povezavi z deležniki	Število obiskovalcev Število objav
Nadgradnja fototeke	<p>Izdela se spletno mesto (oblak), namenjeno shrambi fotografij, ki se uporabljajo za promocijske materiale. Nujna je njihova stalna posodobitev oziroma nadgradnja.</p> <p>Za promocijske materiale je treba zagotoviti fotografije v vseh štirih letnih časih ter vseh aktivnosti, dogodkov in znamenitosti na območju.</p>	OJ, TIC Jesenice v povezavi z lokalnimi fotografi	Tematski sklopi fotografij
Zgodbarjenje («storytelling«)	<ul style="list-style-type: none"> • Izdelava 3 ključnih zgodb (teme: doživetja v naravi, kulturno–zgodovinska doživetja, prireditvena doživetja), ki jih podpremo s kratkimi promocijskimi filmi • Izdelava krovnega promocijskega filma - predstavitev Jesenic <p>Filme, video klipe, fotografije se vključi na prenovljeno spletno stran, družbena omrežja, z njimi pa se predstavljamo tudi na nastopih na sejnih in drugih dogodkih, povezanih s promocijo turizma.</p>	TIC Jesenice, zunanji izvajalec	Število ogledov

Aktivnosti	Opis aktivnosti	Nosilec / partnerji	Kazalnik
Izdajanje tiskanih publikacij	Priprava in izdaja tiskanih publikacij je namenjena promociji različnih segmentov jeseniškega turizma (pohodništvo & šport, kultura in kulturne prireditve ...); nujna je njihova redna posodobitev	TIC Jesenice	Število publikacij na produktno področje
Udeležba na turističnih sejmih	Promocija destinacije na turističnih sejmih: splošni, specializirani sejmi (celotna destinacija ali segmentirana za posamezno produktno področje turizma na Jesenicah).	TIC Jesenice	Število nastopov na sejmih
Povezovanje in mreženje	Sodelovanje s Slovensko turistično organizacijo, Skupnost Julijske Alpe, Združenjem zgodovinskih mest Slovenije, Združenjem za mestni management ... (oglaševanje, promocija, publikacije, billboard-i, reklamna obvestila na prevoznih sredstvih, nastopi na sejmih, študijske ture agentov, novinarji, influencer-jev – mnenjski vplivneži, promocijska darila, video klipi, ...)	TIC Jesenice, STO, SJA, ZZMS, Arriva d.o.o., ...	Število nastopov na skupnih dogodkih Število skupnih promocijskih aktivnosti
Okrepitev organizacijske strukture v turizmu	Za potrebe povezovanja ponudnikov v skupno turistično ponudbo in izvajanje pospešenih promocijskih aktivnosti je potrebna kadrovska okrepitev	Občina Jesenice	Dodatna zaposlitev

Za uspešno realizacijo produktnega področja **Promocija doživetij** je potrebno izvesti naslednje ukrepe in upoštevati priporočila, ki so bila podana na delavnici:

- Urbana kultura in multikulturalnost na Jesenicah naj postaneta najbolj prepoznaven turistični produkt in na tem področju je treba okrepiti promocijo.
- Jesenice so najbolj prepoznavne po jeklarstvu, železarstvu in narcisah. Sedanji slogan te značilnosti vključuje in promovira identiteto Jesenic.
- Pogosto menjavanje slogana povzroča zmedo med uporabniki in se je zato temu treba izogniti s trdno blagovno znamko oziroma sloganom.
- Usmeriti promocijo v specializacijo turistične ponudbe s poudarkom na unikatni industrijski kulturi Jesenic.
- Okrepiti in izboljšati gostinsko ponudbo Jesenic, ki je eden od pomembnejših segmentov turistične ponudbe in promocije le-te.
- Promocija turistične ponudbe in njeno pozicioniranje morata odražati dodano vrednost ostalim sosednjim turističnim krajem.
- Za večjo prepoznavnost turistične ponudbe je potrebno uporabiti sodobne IT rešitve, zlasti z digitalizacijo in animacijo pohodniških in kolesarskih poti in s pomočjo enovite zgodbe približati uporabniško izkušnjo.
- Vzpostaviti ustrezno kadrovske strukturo, ki bo organizacijsko povezovala ponudnike in izvajala skupno promocijo ter pri tem uporablja sodobna komunikacijska orodja.
- Vzpostaviti regijski informacijski in promocijski center na Jesenicah za promocijo turistične ponudbe za celotno regijo – Jesenice vstopna točka v državo.
- Izmenjava in zagotavljanje lastnih promocijskih materialov v sosednjih turističnih destinacijah.
- Povečati prepoznavnost s promocijo Karavank kot destinacije, kjer ni množičnega turizma.
- Povečati finančna sredstva za izvajanje promocije in kadrovske zasedbo.
- Promocijo usmeriti v tuje trge, ki niso obremenjeni s predsodki o železarskem mestu.

8. FINANČNI OKVIR

Glede na projekte in aktivnosti, ki so predvideni v Akcijskem načrtu strategije, bo za nadaljnji razvoj turizma v naslednjih letih potrebno predvideti dodatna finančna sredstva. V občinskem proračunu je en namenski vir financiranja turizma in sicer je to turistična taksa. Kot smo v dokumentu že predstavili se turistična taksa v zadnjih letih zelo povečuje, vendar je ta prihodek še vedno prenizek za velika investicijska vlaganja na področju turistične infrastrukture.

Obstaja še en finančni vir, ki izhaja iz turistične dejavnosti in sicer gre za koncesijsko dajatev od posebnih iger na srečo v zaokroženem turističnem območju, kamor delno sodi tudi občina Jesenice. Koncesijska dajatev, ki znaša vsako leto približno 250.000,00 € se lahko uporablja tudi za financiranje komunalne, prometne in športne infrastrukture.

Turistični projekti se v določeni meri financirajo tudi iz EU skladov, vendar skladi ne namenijo sredstev za financiranje turistične infrastrukture, temveč za financiranje integralnih turističnih produktov za oblikovanje bolj prepoznavne in kakovostne turistične ponudbe. V naslednji finančni perspektivi (2021 – 2027) bo možno posamezne razvojne potrebe in projekte v turizmu financirati skozi naslednje cilje politike in sicer:

1. Pametnejša Evropa s spodbujanjem pametne in inovativne gospodarske preobrazbe (uvajanje novih tehnologij, digitalizacija, specializacija, podjetništvo,...).
2. Bolj zelena, nizkoogljična Evropa s spodbujanjem na čisto energijo, zelene in modre naložbe, krožno gospodarstvo in prilagajanjem podnebnim razmeram (energetska učinkovitost, obnovljivi viri energije, prilagajanje podnebnim spremembam, trajnostna mobilnost,...).
3. Evropa, ki je bližja državljanom s spodbujanjem trajnostnega in celostnega razvoja mest, podeželja, obalnih območij ter lokalnih pobud (ohranjanje kulturne dediščine, lokalni razvoj,...).

Za pridobitev financiranja projektov iz EU skladov morajo vlagatelji (javni sektor) v prijavi zagotoviti:

- zaprto finančno konstrukcijo z lastno udeležbo,
- projekt mora biti v javnem interesu,
- projekt mora izkazovati pozitivne ekonomsko-socialne učinke, finančno pa ni donosen.

V naslednji tabeli so predstavljeni projekti, ki temeljijo na pristojnostih in možnostih Občine Jesenice za njihovo izvedbo v obdobju 2020-2030. V nadaljevanju so v tabeli prikazani projekti po posameznih produktnih področjih s terminskim načrtom izvedbe ter potrebnimi finančnimi sredstvi za njihovo nadgradnjo in izvedbo iz proračuna Občine Jesenice.

Produkt/aktivnost	Čas izvedbe	Ocenjena finančna sredstva v €
Doživetja na vodi	2021-2030	10.000
Doživetja ob vodi	2022	5.000
Vzpostavitev kolesarske tematske poti po mestu in primestju	2023	5.000
Gorsko kolesarjenje v Karavankah	2021-2030	20.000
Tematske pohodniške poti	2020-2030	20.000
Naravni, urbani in adrenalinski parki	2022-2025	317.000

Produkt/aktivnost	Čas izvedbe	Ocenjena finančna sredstva v €
Zimske radosti	2021-2030	20.000
Stara Sava – zgodovina življenja fužinarjev (igrifikacija)	2020-2027	60.000
Stara Sava – laboratorij idej in eksperimentov	2020-2030	20.000
Poletje na Stari Savi	2020-2030	150.000
Stara Sava – medgeneracijsko železarsko druženje	2020-2030	20.000
Zvoki glasbe na Stari Savi	2020-2030	20.000
Kulturna dediščina Koroške Bele	2020-2030	37.500
Čufarjevi dnevi	2020-2030	90.000
Meteorita – festival znanosti in fantastike	2020-2030	37.500
Mesec narcis	2020-2030	139.000
Festival urbane kulture	2020-2030	173.000
Kulturna mavrica Jesenice	2020-2030	179.000
Jesenice tečejo	2020-2030	11.000
Jožefov sejem	2020-2030	55.000
Doživetja narodno zabavne glasbe	2020-2030	32.000
Doživetja na ledu	2020-2030	80.000
Brending - znamčenje	2021	10.000
Priprava komunikacijskega načrta	2021	8.000
Prenova spletne strani	2022	8.000
Upravljanje družbenih medijev	2020-2030	5.000
Nadgradnja fototeke	2020-2030	5.000
Zgodbarjenje (storytelling)	2022	15.000
Izdajanje tiskanih publikacij	2020-2030	58.000
Udeležba na turističnih sejmih	2020-2030	15.000
Povezovanje in mreženje	2020-2030	85.000
Okrepitev organizacijske strukture v turizmu	2021-2030	450.000
SKUPAJ	2020-2030	2.160.000

Prikaz potrebnih finančnih sredstev v obdobju 2020 – 2030 po letih

Produkt/aktivnost	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Skupaj ocenjena finančna sredstva v €
Doživetja na vodi		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	10.000
Doživetja ob vodi			5.000									5.000
Vzpostavitev kolesarske tematske poti po mestu in primestju				5.000								5.000
Gorsko kolesarjenje v Karavankah		10.000	2.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	20.000
Tematske pohodniške poti		5.000	5.000	3.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	20.000
Naravni, urbani in adrenalinski parki		25.000	17.000		175.000	50.000	50.000					317.000
Sankanje		2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	20.000
Stara Sava – zgodovina življenja fužinarjev (igrifikacija)		30.000	5.000	4.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	60.000
Stara Sava – laboratorij idej in eksperimentov		2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	20.000
Poletje na Stari Savi	10.000	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000	150.000
Stara Sava – medgeneracijsko železarsko društvo		2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	20.000

Produkt/aktivnost	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Skupaj ocenjena finančna sredstva v €
Zvoki glasbe na Stari Savi		2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	20.000
Kulturna dediščina Koroške Bele	3.000	3.000	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	37.500
Čufarjevi dnevi	7.000	7.000	7.000	8.000	8.000	8.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	90.000
Meteorita – festival znanosti in fantastike	3.000	3.000	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	37.500
Mesec narcis	11.000	11.000	12.000	12.000	12.000	13.000	13.000	13.000	14.000	14.000	14.000	139.000
Festival urbane kulture	7.000	10.000	10.000	13.000	13.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	173.000
Kulturna mavrica Jesenice	10.000	12.000	12.000	15.000	15.000	15.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	179.000
Jesenice tečejo	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	11.000
Jožefov sejem	3.500	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.500	5.500	5.500	55.000
Doživetja narodno zabavne glasbe	2000	2500	2500	2500	3.000	3.000	3.000	3.000	3.500	3.500	3.500	32.000
Doživetja na ledu	6.000	6.500	6.500	6.500	7.000	7.000	7.000	7.000	8.500	8.500	9.000	80.000
Brending - znamčenje		10.000										10.000
Priprava komunikacijskega načrta		8.000										8.000
Prenova spletne strani			8.000									8.000
Upravljanje družbenih medijev		500	500	500	500	600	600	600	600	800	800	5.000
Nadgradnja fototeke		500	500	500	500	600	600	600	600	800	800	5.000

Produkt/aktivnost	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Skupaj ocenjena finančna sredstva v €
Zgodbarjenje (storytelling)			15.000									15.000
Izdajanje tiskanih publikacij	4.000	4.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	6.000	6.000	6.000	6.000	58.000
Udeležba na turističnih sejmih	500	500	1.000	1.000	1.000	1.500	1.500	2.000	2.000	2.000	2.000	15.000
Povezovanje in mreženje	6.000	6.000	7.000	7.000	8.000	8.000	8.000	8.000	9.000	9.000	9.000	85.000
Okrepitev organizacijske strukture v turizmu		30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	450.000
SKUPAJ	74.000	213.300	186.800	149.800	318.800	202.300	238.500	190.500	194.700	195.400	195.900	2.160.000

9. POGLED V PRIHODNOST

Zaključna faza dokumenta *Strategija razvoja turizma v občini Jesenice* je sovpadla s pričetkom epidemije Corona virusa COVID-19 (marec 2020). Vpliv epidemije je občutil svet in vse gospodarske panoge. Zato še posebej velja poudariti, da je turizem ena od vej gospodarstva, ki ga je epidemija najbolj prizadela. Kako hud udarec je doživela turistična dejavnost bodo številke pokazale šele v naslednjih letih. Ob tem pa ne smemo pozabiti, da upad turistične dejavnosti vpliva tudi na druge gospodarske in negospodarske dejavnosti ter na veliko število delovnih mest.

Kako se bo turizem razvijal v bodoče, kakšne bodo smernice, zahteve, možnosti in trendi, je v tem trenutku zelo nevhvaležno napovedovati. Vsi si želimo, da bi se svet vrnil v stare tirnice, verjetno pa to ne bo kmalu in ne bo enostavno. Zaradi obsežnosti krize je hitro okrevanje v obliki črke V malo verjetno. Realno je pričakovati okrevanje v obliki črke U ter da bo domači trg okrevel hitreje kot mednarodni. Izkušnje iz preteklosti kažejo, da pojav kriz lahko tudi pozitivno vpliva na dožemanje potrošnikov in posledično tudi na reorganizacijo in izboljšanje same dejavnosti. Zaradi omejitvenih ukrepov doma in v tujini se zavedamo fizične odsotnosti turistov, vendar pa je to lahko tudi priložnost za izboljšanje turistične ponudbe, organizacije in trženja, zlasti z vidika novih pristopov v komuniciranju in promociji.

Slovenija se zaveda, da je turizem pomembna gospodarska panoga, saj pomembno prispeva k BDP-ju države (12%) in k številu zaposlenih (55.000 v letu 2019). Država se je na sedanjo krizo nemudoma odzvala in pripravila večje število interventnih ukrepov za blažitev posledic epidemije, ki jih je možno implementirati v kratkem časovnem obdobju (ukrepe navajamo po časovni dinamiki izvajanja v letu 2020):

- javni razpisi za sofinanciranje promocije turističnih podjetij in vodilnih turističnih destinacij na domačem trgu (marec),
- povečanje sredstev za promocijo slovenskih turističnih agencij in organizatorjev potovanj (marec),
- prilagojene predstavitve sejmov, borz in workshop-ov, webinarji (maj – november),
- prilagoditev dinamike globalne digitalne kampanje (april – december),
- dodatna promocija na domačem trgu (maj 2020 – marec 2021),
- okrepitev razvojno izobraževalnih dejavnosti (maj – oktober).

Kljub interventnim ukrepom, ki se bodo izvajali na ravni države bodo morale tudi turistične destinacije skladno s svojimi značilnostmi, posebnostmi, turistično ponudbo in ciljnim trgi poskrbeti, da bo turistična dejavnost ponovno zaživela. Pri tem bo potrebno najprej poskrbeti za:

- varnost gosta,
- varnost zaposlenih,
- varnost lokalnega prebivalstva.

Za zagotovitev splošne varnosti bo potrebno poskrbeti za varnost na vseh segmentih turistične ponudbe, saj zdravje ljudi in njihova varnost predstavljata dva zelo pomembna dejavnika pri odločanju za turistični obisk. Skladno s tema dvema dejavnikoma je Turistično gostinska zbornica Slovenije

pripravila predlog ponovnega zagona turističnega gospodarstva z upoštevanjem varnostnih in zaščitnih ukrepov:

- gostinski objekti (restavracije, kavarne, terase, catering, bari) – določiti največje število oseb v objektih, razdalje med gosti;
- nastanitveni objekti (sobe, penzoni, počitniške hiše, turistične kmetije, hoteli, kampi, planinske kočje) – določiti največje število oseb v skupnih prostorih oz. kvadraturu, razdalje med gosti, postopno odpiranje večjih nastanitvenih objektov in delov objektov;
- aktivnosti v naravi (pohodništvo, kolesarstvo, plavanje, športne aktivnosti) – določitev števila oseb v skupini;
- kulturna ponudba (muzeji, galerije, cerkve, razstavniki prostori, knjižnice, gledališča) – določiti število oseb na kvadraturu;
- naravne znamenitosti, adrenalinski športi – določiti število oseb v skupini;
- dogodki, festivali, prireditve: določiti največje število oseb;
- transport in prevoz: varnostni in zaščitni ukrepi na vlakih, avtobusih in postajah, letalih in letališčih, ladjah in lukah, določiti največje število potnikov glede na prevozno sredstvo;
- odpiranje mej med državami: določitev varnih držav (države, ki obvladujejo epidemijo), bilateralno odpiranje sosednjih držav, držav EU oziroma regije, načini preverjanja in dokazila o zdravstvenem stanju turistov/potnikov.

Tudi Združenje hotelirjev Slovenije poudarja, da se bo zaradi varovanja zdravja način vedenja v gostinskih in namestitvenih objektih moral spremeniti tako s strani ponudnikov kot gostov. Zato bo treba pristopiti najprej k usposabljanju kadrov in obenem izvajati nadzor nad upoštevanjem ukrepov pri gostih. Turistično gospodarstvo se zaveda, da bodo novi varnostni in zaščitni ukrepi, kamor sodi fizična distanca med gosti, nabava zaščitne opreme, še višji higienski standardi, močno posegli tudi v stroške oziroma prihodke iz dejavnosti. Na dolgi rok pa se bodo ti stroški odrazili na višji ceni turističnih produktov in storitev.

Predstavniki turističnega gospodarstva iz občine Jesenice so na zadnji delavnici, ki smo jo izvedli v času aktualnih razmer v povezavi z epidemijo COVID-19 (maj 2020) povedali, da se zavedajo, da bodo posledice epidemije vplivale na celotno gospodarstvo. Spodbudno pa je njihovo razmišljanje in zavedanje, da je turistična sezona pred vrati in da se nanjo pripravljajo tako kot to dopuščajo trenutne razmere. Kljub nepredvidljivosti sedanje situacije pa so predstavniki izrazili optimizem glede obiska turistov na Jesenicah, saj se v zadnjih letih število turistov izjemno povečuje. Današnji turisti so zelo dobro informirani, poznajo prednosti lokacije Jesenic, ki je v neposredni bližini sosednjih turističnih destinacij, kot tudi cenovno ugodnost jeseniške turistične ponudbe. Eno izmed glavnih sporočil predstavnikov turističnega gospodarstva, ki je bilo naslovljeno na Občino Jesenice je, da občutijo pomanjkanje komunikacije in sodelovanja med turističnimi ponudniki. Želijo si medsebojnega povezovanja zaradi nadgradnje njihove osnovne ponudbe, s čimer bodo imeli večje tržne in prodajne možnosti na vedno bolj zahtevnem turističnem trgu; zato bi bila izredno dobrodošla večkratna srečanja med ponudniki in predstavniki Občine Jesenice na katerih bi lahko ne samo gradili skupno turistično ponudbo, temveč bi iskali tudi rešitve za skupne probleme. Prav tako je pomembno, ne glede na trenutne razmere v turistični dejavnosti, da mora lokalna skupnost oziroma Občina poskrbeti za privlačen videz mesta, kar se odraža skozi urejenost cest, stavb, javnih površin in z omejevanjem reklamnega onesnaževanja.

Jesenice so še dokaj neznana destinacija v svetu turizma; Jesenice z okolico in s svojimi naravnimi in kulturnimi znamenitostmi, kot so: Golica, narcise, Savske jame, Soteska Vintgar, Stara Sava, pohodniške in kolesarske poti, pa so že skozi desetletja zelo dobro poznane domačim gostom. Prepoznavnost na domačem trgu je za Jesenice lahko velika prednost, saj imajo sosednje turistično razvite destinacije glavino turistov iz tujine, katerih izpad bo zaradi posledic epidemije težko nadomestiti z domačimi gosti.

Glede na trenutno situacijo je velika verjetnost, da se bodo Slovenci letos večinoma odločali za dopustovanje v Sloveniji. Jesenice so zanimive prav tako za dnevne izlete ali pa tudi za več dnevno dopustovanje. V neposredni okolici Jesenic so izhodiščne točke za pohodniške in kolesarske izlete v Karavanke, na Mežaklo in v Triglavski narodni park. Ravno zaradi tega, ker Jesenice še niso turistično prepoznavne, ni bojzani pred množičnim turizmom. In prav v času po epidemiji, ko bodo varstveno zaščitni ukrepi postali del vsakdana, bo manjša obiskanost destinacij še nekaj časa odločitveni dejavnik za obisk le-te, saj se bodo turisti tam počutili varno. Zato lahko prednosti turistične ponudbe Jesenic strnemo v naslednje:

- dostopnost (nezahtevnost terena, hiter dostop iz urbanih naselij),
- celoletnost (pohodništvo, kolesarstvo, naravne in kulturne znamenitosti, prireditve),
- odmaknjenost od glavnih turističnih tokov (varnost turistov, povezanost z naravo, odsotnost množičnega turizma).

Skupnosti Julijskih Alp, katere članica so tudi Jesenice, je v času izbruha epidemije nemudoma pristopila k pripravi izhodišč za ponovni zagon turizma po epidemiji COVID-19. Ukrepe, ki jih navajamo v nadaljevanju, je SJA posredovala tudi pristojnemu ministrstvu (MGRT), da jih vključi v nacionalno shemo reševanja turistične dejavnosti zaradi posledic epidemije:

- ohranjanje cen turističnih storitev,
- prestavljanje rezervacij na kasnejše termine,
- oskrba ponudnikov z lokalnimi proizvodi,
- ohranjanje zadostnega števila kakovostnega kadra,
- pomoč regionalnih agencij podjetjem pri koriščenju državnih ukrepov.

Eden izmed najbolj pomembnih mehanizmov za zagon turizma v času epidemije in po epidemiji je komunikacija; pri tem je potrebno komunicirati z gosti in poslovnimi partnerji (turističnimi ponudniki in organizatorji potovanj). Zelo pomembno je, da se sredstva za promocijo v času krize ne zmanjšujejo. Zavedati se je treba, da turistično močne destinacije svojih promocijskih aktivnosti ne bodo ustavile in bodo po koncu krize v veliki prednosti pred ostalimi, ki bodo svojo promocijo zmanjšali ali celo ustavili. Slednji bodo kasneje potrebovali vsaj dvakrat več sredstev in časa, da se vrnejo na pozicijo pred krizo, ki jo je povzročila epidemija.

Komuniciranje in izvajanje promocije v času krize je zahtevno, vendar pa so turisti, ki se po krizi prvi vrnejo v destinacijo, najbolj hvaležni gosti. Imeli bodo občutek, da gostitelji v teh težkih časih na njih niso pozabili. In v turizmu še kako velja, da je osebno priporočilo zvestega gosta najboljše priporočilo za novega gosta. Zato je treba pri komunikaciji in promociji poleg klasične promocije uporabljati zlasti:

- navdihujoča sporočila in zgodbe za goste in poslovne partnerje,
- objavljati inovativne in doberdelne zgodbe

- deliti spomine in širiti enotna, pozitivno naravnana sporočila,
- promocijo virtualne turistične ponudbe (ogledi, potepanja, gastronomija, atrakcije,...)
- promocijo in komunikacijo preko družbenih omrežij, digitalne bannerje, video klipe pri katerih ni fizičnih omejitev.

Skupnost Julijske Alpe je sprejela tudi skupne usmeritve in priporočila občinam za lažje delovanje gospodarskih subjektov na območju Julijskih Alp:

- višina turistične takse, parkirnine in morebitne druge pristojbine ostanejo nespremenjene,
- možnost odloga plačila gospodarskim subjektom za komunalne storitve, občinske takse, nadomestila,
- oprostitve plačevanja najemnin v poslovnih prostorih, ki so v lasti Občin,
- ohranitev pogodbenih obveznosti in finančnih sredstev za delovanje SJA
- ukinitvev podpore novim sobodajalcem in uvedba podpore manjšim podjetniškim projektom.

V času krize, ki je nastala zaradi posledic epidemije, je pomemben razmislek o dolgoročnem razvoju turizma. Vprašati se moramo ali je tovrstna epidemija enkratni dogodek ali bodo tovrstne in podobne epidemije postale stalnica v naših življenjih. Verjetno v tem trenutku ni ustreznega in enoznačnega odgovora. Za razvoj trajnostno naravnane turizma bo najprej potrebno pričeti s spreminjanjem pričakovanj in preferenc turistov in pri tem uporabiti 3 O pristop:

- obnašanje ljudi – turistična potovanja niso nekaj samoumevnega kot »must have« dobrina,
- odnos ljudi – odnos do druge kulture, narave in okolja mora biti spoštljiv in trajnosten,
- običaje in navade ljudi – potrošništvo ne sme biti na vrhu naših potreb.

Tudi s strani turističnih ponudnikov bo potrebno vložiti več prizadevanj in domiselnosti v oblikovanje takšne turistične ponudbe, ki bo turistom ponudila odgovor v obliki trajnostno naravnane turizma. Zato lahko turistični ponudniki sedanji čas, ko turistov zaradi omejitvenih ukrepov ni, in ko se bodo turistični tokovi začeli ponovno vzpostavljati, izkoristijo za:

- uvajanje ekološkega oziroma trajnostnega managementa turističnih destinacij (vključevanje v program Zelena shema slovenskega turizma),
- uvajanje ekoloških ali trajnostnih standardov v turističnih nastanitvenih objektih in gostinskih obratih
- pridobivanje mednarodno uveljavljenega okoljskega in trajnostnega znaka, ki so znani kot znak za okolje EU – EU ECOLABEL, Bio Hotels, Green Globe, Zeleni ključ, Travellife, EMAS, Ecocamping, World of Glamping Green in LEAF,
- vzpostavitev dodatnih kriterijev trajnosti za turistične produkte (vključevanje mehke mobilnosti, CO2 nevtralni produkti, destinacije brez plastike, informiranje in izobraževanje obiskovalcev o trajnosti, pitni vodi, vrednotah, izobraževanje turističnih vodnikov,...).

Ob vseh naštetih smernicah, predvidevanjih in kratkoročnih ukrepih za reševanje turistične dejavnosti zaradi posledic epidemije je zagotovo smiselno vprašanje: *Kateri ukrepi bodo veljali stalno in kateri začasno?* Verjetno bo smotrnost in učinkovitost posameznih ukrepov možno oceniti čez čas, ko se bo situacija nekoliko umirila in ljudje sprejeli spremenjen način življenja. Dolgoročno reševanje turizma ne moremo graditi na predvidevanjih in željah, da bo slovenski turizem rešil domači trg, saj je le-ta

premajhen. Kakšne bodo dolgoročne rešitve bo odvisno od stanja epidemije, regulacije potovanj v posameznih državah in posledično odpiranja mej med državami.

Za čim hitrejše okrevanje in dolgoročno vzdržnost turistične dejavnosti je treba nemudoma pričeti z uvajanjem strateških sprememb, ki bodo omogočile trajnostni razvoj turizma. Cilje trajnostnega razvoja zasleduje tudi evropska kohezijska politika, ki bo v naslednji finančni perspektivi namenila občutna sredstva za področje trajnosti v okviru zmanjševanja podnebnih sprememb, ogljičnega odtisa, uvajanja trajnostne mobilnosti, varovanja okolja ipd... Območje Julijskih Alp, v katerega so vpete tudi Jesenice, je ob pojavu sedanje krize pokazalo gospodarsko občutljivost in posledično ekonomsko in socialno krizo podjetij in prebivalcev, ki opravljajo turistično dejavnost. Pri sprejemanju strateških usmeritev za nadaljnji dolgoročni razvoj turizma bo potrebno upoštevati dejstvo, da smo del občutljivega eko sistema, ki deluje skladno z naravnimi zakonitostmi. Zato bo morda bolj kot kdaj koli prej pomembno, da se ne le zavedamo, ampak da tudi živimo po načelu **MANJ JE VEČ**.

10. ZAKLJUČEK

Jesenice so bile že pred stoletji znane kot fužinarsko naselje in v zadnjem stoletju kot železarsko mesto. Gospodarske in družbene spremembe so ob koncu 20. stoletja privedle do novih zahtev in potreb po spremembi življenja in dela ljudi. Z razvojem terciarnih in kvartarnih dejavnosti je lokalna skupnost prepoznala nove gospodarske in podjetniške priložnosti in s tem turizem kot eno od večjih poslovnih priložnosti, zlasti za mikro in mala podjetja.

Kljub velikemu porastu turistične dejavnosti v Sloveniji, ki se kaže v porastu turističnih prenočitev v zadnjih petih tudi v občini Jesenice ugotavljamo, da je organizacijska struktura turizma na Jesenicah ostala nespremenjena že od leta 2002. Poleg razvojne funkcije, ki jo izvaja Občina Jesenice in turistično informacijske službe, ki prav tako deluje v okviru Občine Jesenice, imamo v občini še tri turistična društva. Društva delujejo na lokalni ravni, predvsem za potrebe organizacije posameznih prireditev.

Turizem v občini Jesenice ne predstavlja pomembnejšega segmenta gospodarstva. Glede na strukturo gospodarskih panog v občini še vedno prevladujejo kovinsko predelovalne dejavnosti. Lokalna skupnost in Občina Jesenice bi morali stremeti k bolj raznoliki strukturi gospodarskih dejavnosti in turizem predstavlja eno od pomembnejših panog, ki vključuje številne druge dejavnosti. Dejavnosti kot so gostinstvo, namestitvene zmogljivosti, turistične agencije, bencinski servisi, trgovina, promet, organizacija prireditev in dogodkov, kulturne, izobraževalne, zdravstvene, športne dejavnosti ipd. so dejavnosti, ki so pomembni deležniki v turistični ponudbi, obenem pa zagotavljajo veliko število delovnih mest.

Občina Jesenice skladno s finančnimi možnostmi občinskega proračuna razvija in vlaga v osnovno turistično infrastrukturo (vzpostavlja pohodniške, kolesarske, tematske poti, ureja turistične znamenitosti in točke, postavlja usmerjevalno in obvestilno turistično signalizacijo, ipd.), oblikuje turistične produkte, pripravlja promocijsko gradivo, skrbi za distribucijo in izvaja turistično promocijo doma in v tujini). V ta namen ima Občina Jesenice dva finančna vira in sicer turistično takso in takso iz koncesije iger na srečo v zaokroženem turističnem območju. Za večja vlaganja v turistično infrastrukturo Občina nima drugih namenskih finančnih virov. Dodatna finančna sredstva lahko občina pridobiva tudi iz evropskih strukturnih skladov ob zavedanju, da je ta sredstva potrebno predhodno zagotoviti v občinskem proračunu. Vlaganja v ostalo turistično infrastrukturo (namestitveni obrati, gostilne, restavracije, druge storitvene dejavnosti ipd.) niso naloga Občine in interes za delovanje teh dejavnosti morajo izkazati gospodarski subjekti.

Skladno z naravnimi in kulturnimi danostmi območja, z dobro javno družbeno, kulturno in prometno infrastrukturo, geografsko lego in lego ob meji, ki se odpira proti srednji in zahodni Evropi, imajo Jesenice vse možnosti, da postanejo destinacija, ki omogoča hiter dostop do bližnjih sosednjih uveljavljenih turističnih destinacij. Jesenice lahko izkoristijo svojo največjo prednost na področju turizma, ki se kaže skozi bogato železarsko zgodovino in tradicijo, kulturno in prireditveno dejavnostjo, in vse naštetu nadgradi s pridihom večkulturnega mesta.

Glede na vse naštete priložnosti, prednosti, vire in možnosti so v dokumentu predstavljena produktna področja z raznolikimi turističnimi produkti v naravi, na področju kulture in zgodovine, prireditev in festivalov z ocenami potrebnih finančnih sredstev za njihovo realizacijo. Ob tem je potrebno poudariti, da še tako dober produkt, ki nima ustrezne predstavitve in promocije na ciljnem trgu, ne bo uspešen

in da je za večjo prepoznavnost turistične ponudbe in aktivno promocijo potrebno nameniti dodatna finančna sredstva.

V zaključku dokumenta želimo opozoriti na tri ključne zadeve, ki so nujno potrebne, če želimo v občini Jesenice razvijati turizem v skladu s pričujočo Strategijo razvoja turizma:

- v naslednjem desetletju zagotoviti v občinskem proračunu več finančnih sredstev za razvoj in promocijo turistične dejavnosti,
- okrepiti kadrovsko in organizacijsko strukturo za področje turistične dejavnosti, ki je v pristojnosti Občine Jesenice,
- okrepiti turistično gospodarstvo v občini Jesenice.

Zaključek dokumenta je sovpadel s pojavom epidemije COVID-19. Pojav in posledice epidemije so se najbolj odrazile v turistični in potovalni industriji. V zelo kratkem času je bilo treba sprejeti kratkoročne ukrepe za zmanjševanje trenutnih posledic zaradi zapiranja podjetij, brezposelnosti ljudi, prepovedi potovanj,... Smiselno bo začeti razmišljati o strateških spremembah na področju trajnostnega razvoja turizma. Pri sprejemanju strateških usmeritev za nadaljnji dolgoročni in trajnostno naravnani razvoj turizma bo potrebno upoštevati, da smo del občutljivega eko sistema, ki deluje skladno z naravnimi zakonitostmi in pri tem je nujno vključiti načelo MANJ JE VEČ.

11. KAZALO KRATIC

BSC Kranj	Poslovno podporni center Kranj
BDP	Bruto domači proizvod
DUJ	Društvo upokojencev Jesenice
ESRR	Evropski sklad za regionalni razvoj
GMJ	Gornjesavski muzej Jesenice
GŠJ	Glasbena šola Jesenice
GTČ	Gledališče Toneta Čufarja
JSKD	Javni sklad za kulturne dejavnosti
KJŠ	Klub jeseniških študentov
KS	Krajevna skupnost
LAS Gorenjska košarica	Lokalna akcijska skupina Gorenjska košarica
LEADER	Pobuda EU v programskem obdobju 2007 – 2013 kot del Evropskega kmetijskega sklada za razvoj pa razvoj podeželja
LUJ	Ljudska univerza Jesenice
MCJ	Mladinski center Jesenice
MGRT	Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
MSJ	Mladinski svet Jesenice
OJ	Občina Jesenice
OKJ	Občinska knjižnica Jesenice
RAGOR	Razvojna agencija zgornje Gorenjske
SJA	Skupnost Julijske Alpe
STO	Slovenska turistična organizacija
TD Golica	Turistično društvo Golica
TIC Jesenice	Turistično informacijski center Jesenice
TNP	Triglavski narodni park
UE Jesenice	Upravna enota Jesenice
ZDPM Jesenice	Zveza društev prijateljev mladine Jesenice
ZŠJ	Zavod za šport Jesenice
ZVKDS	Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije
ZZMS	Združenje zgodovinskih mest Slovenije

12. VIRI IN LITERATURA

- Trženje storitev s primeri dobre prakse, Vekoslav Potočnik, 2004
- Trženjski načrt za Muzejski kompleks Stara Sava, Vera Djurić Drozdek, 2005
- Študija v skladu z identiteto kraja, MOTOR, 2012
- Regionalni razvojni program Gorenjske, 2014 – 2020, 2013
- Trženje mesta Jesenice, 2014
- Strategija kulture in turizma za razvoj podeželskih območij, 2014
- Marketinški načrt za uporabo ekološko sprejemljivih oblik prevoza v odročnih krajih občine, 2015
- Občinski razvojni program 2011 – 2025, novelacija 2016
- Razvojni načrt UNESCO MAB območja Julijske Alpe kot turistične destinacije, 2016
- Strateški načrt trženja zgodovinskih mest Slovenije 2016 – 2020, 2016
- Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021
- Izhodišča za Strategijo razvoja Kohezijske regije Zahodna Slovenija, 2019
- Naložbene potrebe Republike Slovenije za obdobje 2021 - 2027
- Statistični urad Republike Slovenije, statistični podatki 2019
- Tur!zem, december 2019
- Aktualno iz sveta turizma, marec 2020, STO, <https://www.slovenia.info/sl/novinarsko-sredisce/novice>
- Aktualno iz sveta turizma, april 2020, STO, <https://www.slovenia.info/sl/novinarsko-sredisce/novice>
- Projektne predlogi udeležencev delavnic, januar, februar 2020
- Predlog ponovnega zagona turističnega gospodarstva, Turistično gostinska zbornica Slovenije, april 2020
- Virtualni sestanek s ponudniki na območju Julijske Alpe, april 2020