

Sustainability report - 2018

Bohinj Green Destinations Standard

Content

1. Reporting context	3
2. Company data	4
3. Introduction	5
4. Mission statement & policy	6
5. Assessment overview	7
6. Detailed overview	8

1. Reporting context

2. Company data

Bohinj

Tourist volume

Number of employees

Type of tourism

Special target groups

Destinations offered

Sustainability coordinator

Klemen Langus

3. Introduction

4.Mission statement & policy

4.1 Mission statement

4.2 Policy

5. Assessment overview

Main theme	Actions	Achievements
0. Podatki o destinaciji	17	17
1. Destinacijski management	26	26
2. Narava in pokrajina	8	8
3. Okolje in podnebje	20	20
4. Kultura in tradicija	5	5
5. Socialna klima	22	22
6. Poslovanje turističnih podjetij	19	18















6. Detailed overview

0. Podatki o destinaciji

17

Splošne informacije

9

Action			Details
0.1. Koordinator za trajnost			Klemen Langus klemen.langus@bohinj.si
0.2. Organizacija, odgovorna za turizem			Turizem Bohinj
0.3. Letno število prihodov			100,000-500,000
0.4. Število prebivalcev			5202
0.5. Zmožljivosti in danosti v destinaciji			Outdoor bathing water (sea or fresh water sites where swimming is formally allowed),Coast & sea,Winter sports (alpine slopes or cross country ski trails),Nature-based tourism (ecotourism),Culture-based tourism (heritage – tangible and intangible)
0.6. Fotografije in video			jezero bohinj 01: Bohinjsko jezero z mostom in cerkvijo sv Janeza Krstnika kravjii bal: Legendarna tradicionalna prireditev, na kateri se srečajo domačini in obiskovalci ales zdesar zgornja dolina: Razgled z Vodnikovega razglednika na zgornjo bohinjsko dolino in jezero mitja sodja bohinj 64: Bohinjsko jezero pred pomladno nevihto

	<p>slap savica: Slap Savica, najlepši in najbolj obiskan slap v Sloveniji z nacionalnim pomenom</p> <p>jesen bohinj 31: Doživetje zrcalnih podob - vožnja z električno ladjico po Bohinjskem jezeru</p> <p>jesen 2016 04: S kolesom naokrog</p> <p>Simon IMG 7387: Zaslužen počitek na planinah</p> <p>lokalni izdelki bohinjsko: Bohinjski zajtrk z lokalnimi dobrotami</p> <p>gm4o 2013 58: Pohodništvo v Bohinju</p> <p>Ljudje iz Alp 5. del/ People from the Alps - Part 5</p> <p>https://www.facebook.com/lakebohinj/videos/1970878979815926/</p> <p>https://www.facebook.com/lakebohinj/videos/1966984413538716/</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Y38K8om1CEM</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=j1ITDPg9gxl</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=NFRzhvGDFKo</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=cN2C2tASXvA</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=OwTqaLEUftk</p>
<p>0.7. Opis destinacije</p>	<p>V osrčju Triglavskega narodnega parka in v objemu Julijskih Alp se največje jezero v Sloveniji obdaja z mogočnimi bohinjskimi gorskimi vrhovi. Med njimi slikovite doline in presunljivo nedotaknjene planine še vedno sledijo tradiciji sirarjenja in sobivanja z naravo, kot da bi minevanje časa razumeli po svoje. Številne aktivnosti in doživetja v</p>

	✓	✓	<p>tem neokrnjenem okolju lahko turisti v vseh letnih časih polno doživljajo skupaj s prijaznimi domačini.</p> <p><i>Bohinj, počasna in živahna, meditativna in adrenalinska, skrivnostna in drugačna, domačna in multidostopna, podeželska destinacija v Julijskih Alpah in Triglavskem narodnem parku, vabi pristnih in sproščujočih doživetij sposobne sanjave in pustolovske radovedneže, ki želijo celovito, obzirno in spoštljivo začititi čudeže prvinske narave, alpske kulturne dediščine, gastronomije in prireditev ter načina sonaravnega življenja v Alpah.</i></p> <p>Bohinjcem prijeten Bohinj naj ostane obiskovalcem oaza pristnih in sproščujočih presenečenj!</p>
<p>0.8. Zeleni USP</p>	✓	✓	<p>Bohinj je eden najlepših primerov izjemno skrbno ohranjene alpske idile v celotnih Alpah. K temu nas zavezujejo mnoge zakonske obveze in mednarodne konvencije o varovanju okolja in zaveze k trajnostnemu razvoju.</p> <p>Več kot 2/3 Bohinja leži v najstarejšem, največjem in edinem narodnem parku v Sloveniji, ki je zaradi občutljivega naravnega okolja del Unescovega programa Človek in biosfera.</p> <p>Kljub temu postajamo vse bolj prepoznavna in izjemna turistična destinacija, ki z vse večjim pritiskom turizma in infrastrukturnimi zahtevami, ki jih terja turistični razvoj, zahteva premišljeno ravnanje v dobrobit ravnovesja človeka in narave.</p> <p>Bohinj trajnostno spodbuja ohranjanje tradicionalnega načina življenja kot ga poznamo.</p>

		<p>Pritisk turizma pa medtem postaja vse močnejši.</p> <p>Ponosni smo na to, da smo kot vodilni partner Julijskih Alp regionalno in svetovno prepoznani. Lonely Planet nas je izbral med TOP 10 svetovnih regijskih destinacij za leto 2018. Bohinj je kot edino področje v Alpah, ki nima strnjene turistične središča, postavljeno med elitne trajnostne destinacije evropskih Alp – Alpine Pearls (Alpski biseri). Bohinj bil izbran med najboljših 20 evropskih destinacij izvrnosti.</p> <p>Že leta smo neizogiben in dejaven deležnik Triglavskega narodnega parka, ki je najvišja vrednota slovenske osveščenosti o varovanju nacionalne alpske identitete in tako krhkega naravnega okolja, da ga še Unesco priznava kot svetovno bioverzitetno izjemnost. Na vse to moramo biti izjemno ponosni in tudi razumeti kakšno odgovornost imamo do sebe in ne toliko do širnega sveta, ki bo zaradi vseh teh pretižnih naslovov še bolj drl k nam.</p> <p>Naš Bohinj je edinstven. Lep in edinstven. Neponovljiv.</p>
<p>0.9. Nagrade</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>2010</p> <p>EDEN (»European Destinations of Excellence (Evropske destinacije odličnosti)</p> <p>EDEN 2010, Tema: TURIZEM in VODE</p> <p>Bohinj postane FINALIST</p> <p>2011</p> <p>Nagrada Sejalec:</p> <p>MEDNARODNI FESTIVAL ALPSKEGA CVETJA</p> <p>Na Dnevih slovenskega turizma v Portorožu so bile podeljene nagrade razpisa</p>

Slovenske turistične organizacije za najboljše ustvarjalne in inovativne dosežke v turizmu - Sejalec 2011, ki jih podeljuje Slovenska turistična organizacija. Letos se je na razpis odzvalo 23 prijaviteljev novosti v slovenskem turizmu, kar je šest več kot lani. V večstopenjskem postopku izbire je strokovna komisija izbrala sedem polfinalistov, ki jih je obiskala na terenu, med njimi pa dva finalista. Eden izmed finalistov, Gastronomski zakladi Istre Mestne občine Koper, je postal zmagovalec razpisa in tako SEJALEC 2011, drugi, Mednarodni festival alpskega cvetja Turizma Bohinj, pa si je prislužil naziv FINALIST SEJALEC 2011. Gre veliko priznanje ne samo Turizmu Bohinj ampak vsem partnerjem v projektu. Dokazali smo, da premoremo dobre in kvalitetne ideje, ki jih znamo in zmoremo vključiti v našo turistično ponudbo. Priznanje FINALIST SEJALEC 2011 pomeni tudi, da so naše usmeritve prave, da načela trajnostnega ali zelenega turizma za nas niso zgolj črka na papirju, ampak znamo ta načela konkretizirati. Nenazadnje to dokazuje tudi priznanje bronasti SEJALEC 2005, ki ga je prejel Turizem Bohinj za produkt KARTICA GOST BOHINJA in priznanje SEJALEC 2010, ki ga je prejel Bohinj park Hotel d.o.o. za projekt Ekološki hotel - BOHINJ PARK EKO HOTEL.

k

Obrazložitev komisije:

V Bohinju se zavedajo, da je podaljšanje sezone na vse leto ključnega pomena za preživetje destinacije. Majski Mednarodni festival alpskega cvetja je vzorčni primer vpeljave produkta, ki cilja na specifično ciljno skupino v mrtvi sezoni in obenem izhaja iz lokalnega okolja. Festival povezuje tri vidike, ključne za trajnostni razvoj destinacije: v dogajanje je aktivno vključeno lokalno prebivalstvo, aktivnosti temeljijo na naravni in kulturni dediščini ter jo ohranjajo, zanemarjena pa ni niti ekonomska komponenta. Da je pristop inovativen in uspešen, dokazujejo tudi odzivi iz tujine. Skrajni čas je torej tudi za domače priznanje, zato je Mednarodni festival alpskega cvetja finalist razpisa Sejalec 2011.

2014

Mednarodni festival alpskega cvetja med TOP 10 izbranimi evropskimi festivali .

Ugledna britanska turistična agencija INGHAMS je v katalogu turistične ponudbe za poletno sezono 2014 dve strani namenila predstavitvi 10 najboljših evropskih festivalov. Tako se je v ugledni družbi Salzburškega glasbenega festivala v Avstriji, Oktoberfesta v Nemčiji, Montreuxovega Jazz festivala v Švici in drugih znašel tudi Mednarodni festival alpskega cvetja v Bohinju.

2015

EDEN 2015, Tema: »TURIZEM, LOKALNA KULINARIKA IN *GASTRONOMIJA*«

Bohinj postane finalist (že drugič)

2015

EDEN, Innovation prize

Kategorija SLOW MOBILITY – 1. nagrada

Kategorija Local economy – 2. nagrada

<http://youredenexperience.com/eden-innovation-prize-2015/>

Bohinj član združenja ALPINE PEARLS

Skupščina ALPINE PEARLS potrdila članstvo Bohinja v združenju ALPINE PEARLS.

Članstvo je začelo veljati s 1.7. 2017.

Obseg destinacije



2

Action			Details
0.10. Obseg destinacije	✓	✓	<p>Občina: Bohinj</p> <p>Bohinj leži v osrčju Julijskih Alp. Obsega Nomenjsko kotlino, Spodnjo in Zgornjo Bohinjsko dolino, jezersko kotlino, planoti Pokljuka in Jelovica ter visokogorje od južnih bohinjskih gora, preko Komne do Triglava.</p> <p>Občina Bohinj je geografsko zaključen prostor. Skrajna zahodna točka sega do Lanževice na 13°44' VGD, skrajna vzhodna točka (Vodiška planina) na 14°11' VGD. Skrajna severna in hkrati najvišja točka v občini je Triglav na 46°22' SGŠ, skrajna južna točka pa Matajurski vrh v Spodnjih bohinjskih gorah na 46°14' SGŠ.</p> <p>Občina meji na občine Gorje, Bled, Radovljico, Kranj, Železnike, Tolmin, Kobarid, Bovec in Kranjsko Goro. Razprostira se na območju jugovzhodnega dela Julijskih Alp ob vznožju Triglava, ki je z 2864 m najvišja gora v Sloveniji. 66% občinskega ozemlja (221km²) leži znotraj območja Triglavskega narodnega parka, kar 84% površine občine pa je zavarovano v oviru Nature 2000, ki predstavlja evropsko omrežje posebnih varstvenih območij, razglašeni v državah članicah EU z osnovnim ciljem ohraniti biotsko raznovrstnost za bodoče rodove.</p> <p>Občina Bohinj obsega 333,7 km² in po površini sodi med večje občine v Sloveniji. Ima 24 naselij: Bitnje, Bohinjska Bistrica, Bohinjska Češnjica, Brod, Goreljek, Gorjuše, Jereka, Kamnje, Koprivnik v Bohinju, Lepence, Lački Rovt, Log v Bohinju, Nemški Rovt, Nomenj, Podjelje, Polje, Ravne v Bohinju, Ribčev Laz, Savica, Srednja vas v Bohinju, Stara Fužina, Studor v Bohinju, Ukanc, Žlan</p>

0.11. Spremembe v obsegu destinacije	✓	✓	DA, obseg se ni spremenil.
--------------------------------------	---	---	----------------------------

Geografski podatki

6







Action			Details
0.12. Površina destinacije	✓	✓	33372
0.13. Dolžina morskih, jezerskih in rečnih obal ali nabrežij	✓	✓	278
0.14. Pozidane površine (A)	✓	✓	70
0.15. Pozidane površine (B)	✓	✓	41
0.16. Nepozidane površine (C)	✓	✓	20
0.17. Nepozidane površine (D)	✓	✓	33

1. Destinacijski management

26

Predanost in organizacija

5

Action			Details
<p>1.1. Koordinator za trajnostni razvoj na področju turizma V destinaciji je bila imenovana oseba, ki je zadolžena za izvajanje in uresničevanje trajnostnega managementa ter poročanje o trajnostnih dosežkih na področju turizma.</p>			<p>Klemen Langus kot direktor Turizma Bohinj je zagovornik trajnostnega razvoja turizma, kar se kaže v strateškem delovanju zavoda, sodelovanju v lokalnem okolju, na regionalnem ter nacionalnem nivoju ter pripravljenih dokumentih, ki se navezujejo na zeleno mobilnost, upravljanje trajnostne destinacije in povezovanja občin v destinacijo Julijske Alpe.</p>
<p>1.2. Strukture upravljanja Za razvoj in promocijo trajnostnega turizma je zadolžena izbrana organizacija. Struktura in financiranje organizacije ustrežata velikosti destinacije in njenemu turističnemu prometu.</p>			<p><i>Turizem Bohinj je javni zavod.</i> Ustanovila ga je Občina Bohinj z občinskim odlokom leta 2000 na osnovi Zakona o pospeševanju turizma iz leta 1998 z namenom pospeševanja razvoja turizma v Bohinju. Turizem Bohinj je financiran kot posredni proračunski uporabnik. Vsako leto se načrtuje aktivnosti in potrebna sredstva s programom dela Turizma Bohinj. Občina Bohinj financira iz poračunane turistične takse aktivnosti javnega interesa v okviru izvajanja aktivnosti Turizma Bohinj. Ostala sredstva pridobi Turizem Bohinj s partnerskim povezovanjem s turističnimi ponudniki v destinaciji in z lastnim tržnim delovanjem. Skupaj z različnimi partnerji prijavlja projektne ideje na razne razpise.</p> <p>Občina Bohinj je na Turizem Bohinj prenesla aktivnosti organiziranja in povezovanja turistične ponudbe, in sicer za promocijo turistične destinacije Bohinj (priprava tiskanih in elektronskih medijev, sejemske nastopi ter odnosi z javnostmi), izvajanje in koordiniranje aktivnosti turistično informativnih centrov, razvoj in trženje turističnih produktov, organizacijo prireditev in upravljanje določenih enot turistične infrastrukture.</p> <p>Nadgradnja Javnega zavoda Turizem Bohinj v DMC Turizem Bohinj je izhodišče za</p>

usklajeno delovanje destinacije Bohinj, ki z *vključevanjem deležnikov Bohinja omogoča trajnostno in integralno zasnovan razvoj in trženje destinacije Bohinj v obdobju 2017-2021* in sovпада s *Strategijo trajnostnega razvoja Občine Bohinj 2025+ (K&Z, Svetovanje za razvoj d. o. o., april 2017)*.

Upravljanje destinacijske organizacije DMC Turizem Bohinj temelji na 5 Centrih ter 8 Delovnih skupinah, in omogoča s povezovanjem v partnerske mreže z namenom, usklajeno in celovito načrtovanje, vodenje, organiziranje in izvajanje ter spremljanje in evalviranje aktivnosti razvoja in trženja turizma v destinaciji Bohinj.

Koordinator vseh aktivnosti – DMC Turizem Bohinj, upravlja Centre in Delovne skupine ter *skrbi za pomrežen trajnostni in integralni razvoj turizma v Bohinju* z močno vključenostjo deležnikov Bohinja. *Z učinkovitim sodobnim trženjem vodi destinacijo Bohinj na pot udejanjanja strateških usmeritev.*

Poslanstvo destinacije Bohinj je skozi *soorganiziranost* in mreženje deležnikov za povezovanje dobrin, ljudi, znanj idr., oblikovati *inovativno in kakovostno podeželsko alpsko destinacijo Bohinj v Triglavskem narodnem parku*, ki bo skozi *integralni trajnostni razvoj, družbeno odgovornost in strpnost ternišno oblikovano in trženo ponudboneponovljivih doživljajskih PTK* za ciljne skupine obiskovalcev, na mednarodnem turističnem trgu dosegla večjo *privlačnost, odličnost ter konkurenčnostin* s tem večjo/e: *prepoznavnost, povpraševanje, sinergične učinke* (rast, razvoj in inovacije) in posledično *zadovoljstvo in blagostanje* vseh deležnikov Bohinja.

Organizacijska oblika DMC Turizem Bohinj je v prvi fazi predstavljala matrično obliko vodenja in usmerjanja 4 Centrov in 10 Delovnih skupin, ki so izvajale aktivnosti posameznih načrtovanih ukrepov v obdobju 2012-2016.

DMC Turizem Bohinj je skupaj s partnerji povezanimi v Mrežo turističnih podjetij destinacije Bohinj – MTPDB, Mrežo pridelovalcev in rokodelcev destinacije Bohinj – MPRDB ter Mrežo za kakovost življenja v destinaciji Bohinj – MKŽDB, načrtoval, organiziral, vodil, upravljal ter v partnerstvu izvajal monitoring in evalvacijo aktivnosti za udejanjanje Strategije razvoja in trženja destinacije Bohinj (SRTDB) v obdobju 2012-2016. V letu 2017 nadgrajen *Model soorganiziranosti in izvajanja aktivnosti DMC Turizem Bohinj temelji na prepoznanih izkušnjah na območju destinacije Bohinj.*

DMC Turizem Bohinj bo tudi v obdobju 2017-2021 vodil partnerstvo za izvajanje SRTDB z obstoječimi centri in z nadgrajenimi aktivnostmi, in sicer:

- *Center za kakovost destinacije Bohinj*- CKDB, izvaja aktivnosti za zagotavljanje kakovosti z: (i) destinacijsko znamko BOHINJ - design management za celovito prepoznavnost destinacije Bohinj in (ii) kolektivno blagovno znamko BOHINJSKO – certificiranje in nadgrajevanje kakovosti trajnostne ponudbe v destinaciji Bohinj (KBZ Bohinjsko, Alpine Pearls, Green Destination) ter (iii) vzpostavljanjem podpornega in povezovalnega okolja za spodbujanje podjetništva (podjetniški inkubator);
- *Center za trženje destinacije Bohinj*- CTDB, izvaja aktivnosti strateškega in operativnega trženja destinacije Bohinj z destinacijsko znamko BOHINJ, razvojem novih ter nadgradnjo obstoječih PTK Bohinja ter usmerjanjem obiska, in sicer: (i) mreženje - dogovor o poslovnem sodelovanju v destinaciji Bohinj, (ii) eksterni marketing – trženje destinacije in tržno usmerjenih produktov s strateškimi partnerji destinacije Bohinj, (iii) interni marketing – usmerjanje obiska, oblikovanje verig destinacijskih produktov in njihovo operativno trženje skozi usklajeno ponudbo mreže TIC-ev ter CRS in trženje ponudbe s KBZ Bohinjsko;
- *Center za raziskave in razvoj destinacije Bohinj*- CRRDB, deluje kot: (i) podpora razvoju in trženju z učinkovito informacijsko komunikacijsko tehnologijo – IKT, (ii) podpora za podjetniške odločitve v turizmu - poročila na osnovi raziskav in razvoja, (iii) prijavitelj projektov na razpise, (iv) spodbujevalec razvoja kadrov za kakovostno in usklajeno delovanje destinacije Bohinj.

ter z vzpostavljanjem načrtovanih in centrov, in sicer:

- *Center za interpretacijo narave in kulturne dediščine destinacije Bohinj*- CINKDDB bo izvajal aktivnosti informiranja in ozaveščanja o naravi in kulturni dediščini destinacije Bohinj z/s: (i) vzpostavitvijo in upravljanjem orodij in tehnik interpretacije narave in kulturne dediščine destinacije v Centru Bohinjka, TIC-ih, informacijskih in razglednih točkah, poteh idr., (ii) usposabljanjem izvajalcev doživetij v TNP in destinaciji Bohinj (usposabljanje informatorjev, interpretatorjev in vodnikov destinacije Bohinj), (iii) snovanjem dogodkov in programov interpretacije vrednot narave in kulturne dediščine v TNP in

		<p>destinaciji Bohinj (zaposleni v TNP in snovalci prireditev);</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Center za upravljanje turistične infrastrukture destinacije Bohinj</i> – CUTIDB s tehnično službo destinacije Bohinj skrbi za upravljanje: (i) turistične infrastrukture (ladja, korita Mostnica, idr.), plovnega režima in pristanišč; signalizacije, in vzdrževanje poti ter urbanega pohodništva, (ii) dogodkov, (iii) mreže TIC-ev in (iv) za administracijo izvajanja Odlokov Občine Bohinj. <p><i>Centri (5) in Delovne skupine (8) bodo izvajali aktivnosti za ukrepe po prioritetah nadgrajenega Modela razvoja in trženja destinacije Bohinj 2017-2021.</i></p> <p>Osnovni cilj <i>Strategije razvoja in trženja destinacije Bohinj v obdobju 2017-2021</i> je nadaljevati Prioriteto 1 (Mreženje – partnerstvo in soorganiziranost destinacije Bohinj) skozi učinkovit <i>soorganizacijski in soupravljavski destinacijski model</i>, ki bo omogočal dolgoročno naravnano in hkrati kratkoročno operativno delovanje za doseganje skupne vizije in ciljev.</p> <p><i>Delovna skupina za mreženje destinacije Bohinj – DSMDB</i> bo nadaljevala z gradnjo JZ Turizem Bohinj v <i>Destinacijsko management podjetje Turizem Bohinj</i>– DMC TB, s</p> <ul style="list-style-type: none"> • tremi Mrežami Bohinja: <p><i>Mrežo turističnih ponudnikov Bohinj</i>(MTPB), <i>Mrežo pridelovalcev in rokodelcev Bohinj</i>(MPRB), <i>Mrežo za kakovost življenja (in ohranjanje identitete) Bohinj</i>(MKŽB) ter</p> <ul style="list-style-type: none"> • petimi Centri, in sicer: <p><i>Center za kakovost destinacije Bohinj</i>– CKDB, <i>Center za trženje destinacije Bohinj</i>– CTDB, <i>Center za interpretacijo narave in kulturne dediščine destinacije Bohinj</i>– CINKDDB, <i>Center za raziskave in razvoj destinacije Bohinj</i>– CRRDB, <i>Center za upravljanje turistične infrastrukture destinacije Bohinj</i>– CUTIDB v katerih deluje osem <i>Delovnih skupin</i>.</p>
<p>1.3. Vizija V sodelovanju z deležniki je destinacija opredelila vizijo turističnega</p>		<p>Bohinj,</p>

<p>razvoja, ki vključuje trajnostna načela. Vizija je javno dostopna.</p>	<p>✓</p>	<p>— <i>počasna in živahna</i>, meditativna in adrenalinska, <i>skrivnostna in drugačna</i>, <i>domačna in multidostopna</i>,</p> <p>podeželska destinacija v <i>Julijskih Alpah in Triglavskem narodnem parku</i>, vabi <i>pristnih in sproščujočih doživetij</i> sposobne sanjave in pustolovske <i>radovedneže</i>, ki želijo celovito, obzirno in spoštljivo <i>začutiti čudeže prvinske narave</i>, alpske <i>kulturne dediščine</i>, gastronomije in prireditev ter <i>načina sonaravnega življenja v Alpah</i>.</p> <p>Bohinjcem prijeten Bohinj naj ostane obiskovalcem oaza pristnih in sproščujočih presenečenj!</p> <p>https://issuu.com/bohinj/docs/strategija_turizma_v_bohinju_vizija</p>
<p>1.4. Usposobljen koordinator z ekipo Oseba, zadolžena za razvoj trajnostnega turizma v destinaciji, in/ali njena ekipa je ustrezno usposobljena za svoje delo.</p>	<p>✓</p>	<p>✓ Klemen Langus, direktor Turizem Bohinj</p> <p><i>Vida Kovačič, Turizem Bohinj</i></p> <p><i>Anže Krek, JZ Triglavski narodni park</i></p> <p><i>Ciril Strgar, Režijski obrat Občina Bohinj</i></p> <p><i>Nataša Fujs, okolje in prostor, Občina Bohinj</i></p> <p><i>Tanja Mencinger, Občina Bohinj</i></p> <p><i>Jana Vilman Proje, Center za kakovost Turizem Bohinj</i></p>

1.5. Sodelovanje s turističnim sektorjem

Organizacija, odgovorna za destinacijski management, pri načrtovanju trajnostnega razvoja sodeluje z zasebnim in javnim sektorjem.



Turizem Bohinj pri načrtovanju trajnostnega razvoja sodeluje z zasebnim in javnim sektorjem.

Upravljanje destinacijske organizacije DMC Turizem Bohinj temelji na 5 Centrih ter 8 Delovnih skupinah, in omogoča s povezovanjem v partnerske mreže z namenom, usklajeno in celovito načrtovanje, vodenje, organiziranje in izvajanje ter spremljanje in evalviranje aktivnosti razvoja in trženja turizma v destinaciji Bohinj.

DMC Turizem Bohinj sam s svojimi sredstvi, znanji in viri težko uresničuje zastavljene dolgoročne cilje mreženja za izvajanje doživljajskih produktno tržnih kombinacij (PTK) Bohinja, zato *sodeluje z enako mislečimi organizacijami javne, zasebne in civilne sfere (npr. z/s občino Bohinj in predstavniki lokalnih skupnosti, Triglavskim narodnim parkom, turističnim gospodarstvom, predstavniki drugi gospodarskih dejavnosti ter društev in interesnih skupin idr.) v destinaciji Bohinj.* Sodelovanje se nadaljuje tudi *na regionalnem, nacionalnem in nadnacionalnem nivoju* med organizacijami, ki lahko ponudijo unikatna doživetja lastne ponudbe povezane v odlično načrtovane in izvajane PTK. S ponujanjem meddestinacijsko povezanih doživljajskih PTK se večja ugled destinacije Bohinj, hkrati pa odpirajo nove poslovne možnosti za še bolj konkurenčno ponudbo Bohinja. Doživljajski programi nujno potrebujejo *politično in medijsko podporo svojega okolja.* Njihova tržna privlačnost je veliko večja, če jih spodbujajo vladne ustanove skozi primerno zakonodajo, izpostavljajo ključni politiki ter mnenjski vodje in mediji oglaševanja in promocije.

V Bohinju *produktni in destinacijski manager* skrbita za *veriženje delnih ponudnikov* dobaviteljske verige doživljajskih PTK Bohinja. DMC Turizem Bohinj skupaj z občino Bohinj in TNP zagotavlja izhodiščno splošno in turistično infrastrukturo, ki jo v verigo povezani ponudniki nadgradijo z lastnimi, v člene posamezne verige, povezanimi kapacitetami in storitvami. Doživljajske PTK trženjsko 'skomunicirajo' trženjski managerji in jih po primernih distribucijskih kanalih usmerijo k ciljnim skupinam. Le veriga brez šibkih členov zagotavlja oz. celo presega zadovoljstvo kupcev.

Model razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012-2016 temelji na zastavljenem poslanstvu, viziji ter strateških razvojnih in trženjskih ciljih destinacije Bohinj 2012-2016

do leta 2020.

Prioriteta 1 opredeljuje povezovanje deležnikov v destinaciji Bohinj ter organiziranost turističnih in s turizmom povezanih organizacij, za razvoj sistema *sonačrtovanega, soorganiziranega, sovođenega, soupravljanega in celovito evalviranega razvoja in trženja turistične destinacije Bohinj*.

Temelj za razvoj in trženje destinacije Bohinj je vzpostavitev DMC turizem Bohinj s *tremi horizontalnimi mrežami* (Mreža turističnih ponudnikov Bohinj – MTPB, Mreža pridelovalcev in rokodelcev Bohinj – MPPB ter Mreža za kakovost življenja Bohinj – MKŽB) *ter štirimi Centri Bohinja*. Tako bo omogočeno sodelovanje v mreže povezanih deležnikov in s tem večja razpoložljiva finančna sredstva ter možnost lobiranja in večji logistični kapital za izvajanje skupnih projektov z namenom mreženja. S tem bo dosežena večja prepoznavnost Bohinja, vzpostavila se bo hitrejša in učinkovitejša izmenjava znanja ter soorganiziranost za soupravljanje destinacije Bohinj.

Soodgovornost destinacijskega managementa je razdeljena med deležnike (investitorje, politike, managerje in lastnike) na vseh ravneh delovanja destinacije Bohinj.

Aktivnosti se razvijajo in izvajajo s pomočjo štirih centrov v katerih pomreženo deluje osem delovnih skupi. Destinacijo Bohinj sestavljajo številni deležniki, ki v sodelovanju in povezovanju ustvarjajo podobo Bohinja v očeh obiskovalcev.

Destinacijo Bohinj sestavljajo številni deležniki, ki v sodelovanju in povezovanju ustvarjajo podobo Bohinja v očeh obiskovalcev.

- zasebni sektor – ponudnike nastanitvenih, prehrambenih, športno-rekreativnih in doživljajskih dejavnosti ter dejavnosti povezanih s turizmom (domača in umetnostna obrt, kmetijstvo, čebelarstvo, ipd.), pri njih zaposlene, njihova panožna združenja / sekcije pri Gospodarski in Obrtni zbornici Slovenije in njunih območnih enotah, Kmetijsko-gozdarski zbornici Slovenije idr.;
- javni sektor – turistične organizacije s smernicami razvoja turizma (Slovenska turistična organizacija, RDO Gorenjska idr.), naravovarstvene organizacije s smernicami varstva in ohranjanja narave (EU - Alpska konvencija, CIPRA, TNP,

ZRSVN idr.), kulturne in družbene organizacije s smernicami ohranjanja in gradnje kulturnega življenja in druge organizacije v lokalnem / regionalnem / nacionalnem / internacionalnem okolju (ALPE-ADRIA, TNP, ZVKDS, Gorenjski muzej idr.), občina Bohinj in druge občine;

- *vodstvo destinacije*- LTO Bohinj s svojimi centri, službami, TIC-i in partnerji;
- *civilni oz. društveni sektor*- turistična (Turistično društvo Bohinj s TIC-em) ter ostala športna, kulturna, planinska idr. društva;
- *lokalno skupnost*- domačini, ki živijo v destinaciji Bohinj;
- *lastnike počitniških hiš*- drugih domov v Bohinju ('vikendaši');
- *druge organizacije* - izobraževalne in raziskovalne institucije, banke in zavarovalnice in njim podobne organizacije;

druge turistične destinacije- konkurenčne turistične destinacije in destinacije dobre prakse; idr.

Njihovo povezovanje in sodelovanje (*mreženje*) je *strateške in splošne geografske narave*, saj vsi predstavljajo destinacijo Bohinj, po drugi strani pa se posamezni deležniki povezujejo z določenim skupnim namenom (*mreženje z namenom*) doseganja sinergičnih učinkov pri povezovanju dobrin, ljudi in znanja, ki je velikokrat projektne narave. Povezovanja z namenom potekajo na lokalni, regionalni, nacionalni in internacionalni ravni.

DMC Turizem Bohinj, kot osrednji koordinator aktivnosti turistične destinacije Bohinj, v sklopu aktivnosti *soorganiziranost in partnerstvoskrbi* za spodbujanje, vzdrževanje, usmerjanje in evalviranje učinkovitosti v mreže z namenom povezanih partnerjev, saj sam (s svojimi sredstvi, znanji in viri) težko uresničuje zastavljene strateške razvojne in trženjske cilje destinacije Bohinj. Učinkovita partnerstva večajo ugled destinacije Bohinj in odpirajo nove poslovne priložnosti za še bolj konkurenčno ponudbo Bohinja. Politično in medijsko podprta partnerstva omogočajo hitrejše udejanjanje zastavljenih ciljev in večjo prepoznavnost destinacije Bohinj.

Načrtovanje in razvoj

8

Action			Details
<p>1.6. Popis V destinaciji obstaja popis turističnih zmogljivosti ter naravnih in kulturnih znamenitosti. Popis je javno dostopen in se redno posodablja.</p>	✓	✓	<p>Popis turističnih zmogljivosti je dostopen na spletni strani www.bohinj.si. (https://www.bohinj.si/nastanitve/), kjer deluje tudi on-line rezervacijski sistem.</p> <p>Evalvacija destinacije Bohinj s popisom in analizo prostorskega razvoja, narave in biotske raznovrstnosti, kulturne dediščine, razvoja socialnega (družbenega) kapitala ter ovrednotenje ekosistemskih storitev v Bohinju so opisane v Analizi turistične destinacije Bohinj v sklopu študije SRTDB 2012-2017</p> <p>Dostopno na: https://issuu.com/bohinj/docs/strategija_turizma_v_bohinju_analiza_in_diagnoza</p>
<p>1.7. Analiza vplivov turizma V destinaciji obstaja analiza stanja, ki zajema vplive turizma na naravo in pokrajino, okolje in podnebje, kulturo in tradicijo ter lokalno skupnost.</p>	✓	✓	<p>V destinaciji že obstaja analiza stanja, ki zajema vplive turizma na naravo in pokrajino, okolje in podnebje, kulturo in tradicijo ter lokalno skupnost.</p> <p>Opisana je v Analizi turistične destinacije Bohinj v sklopu študije SRTDB 2012-2017</p> <p>Večji del občine Bohinj leži v zavarovanem območju Triglavskega narodnega parka. V okviru raziskave »Turistični obisk biosfernega območja Julijske Alpe« je bil izveden pilotni projekt, ki je namenjen vzpostavitvi nadaljnega spremljanje obiska v biosfernem območju Julijske Alpe ter za učinkovito načrtovanje parkovne infrastrukture in drugih ukrepov, ki bodo pripomogli k doseganju varstvenih in razvojnih ciljev, skladnih z Načrtom upravljanja Triglavskega narodnega parka 2016-2025.</p> <p>Julijske Alpe sodijo med najbolj privlačne cilje obiskovanja v Sloveniji, edinstvenost območja pa je prepoznala tudi Organizacija združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo – UNESCO. Urad UNESCO v Parizu je leta 2003 sprejel sklep o</p>

		<p>vključitvi Julijskih Alp in Triglavskega narodnega parka v mednarodno mrežo biosfernih območij MAB, s čimer so Julijske Alpe postale del svetovne mreže vzorčnih regij trajnostnega razvoja.</p> <p>Trajnostni razvoj je tudi osrednje izhodišče Razvojnega načrta biosfernega območja Julijske Alpe kot trajnostne turistične destinacije, ki ga je pripravil Triglavski narodni park v sodelovanju s turističnimi deležniki z območja Julijskih Alp, potrdili pa so ga tudi župani vključenih občin. Na podlagi omenjenega dokumenta in Načrta upravljanja Triglavskega narodnega parka se uspešno izvajajo projekti in pripravljajo novi s področij ohranjanja narave in kulturne dediščine, spodbujanja trajnostne mobilnosti, razvijanja t.i. zelenih produktov in razvoja lokalnega gospodarstva. Ena izmed aktivnosti za oblikovanje projektnih idej, uresničitev katerih bo prispevala tako k doseganju varstvenih ciljev zavarovanega območja kot k razvoju trajnostnega turizma, je tudi sistematično spremljanje stanja, posegov in dejavnosti.</p>
<p>1.8. Turistične politike V destinaciji je v veljavi aktualna, javno dostopna strategija ali politika celoletnega razvoja turizma, ki pokriva naslednje teme: okolje, družba, kultura, ekonomija, kakovost, zdravje in varnost.</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>Poslanstvo destinacije Bohinj je skozi <i>soorganiziranost</i> in mreženje deležnikov za povezovanje dobrin, ljudi, znanj idr., oblikovati <i>inovativno in kakovostno podeželsko alpsko destinacijo Bohinj v Triglavskem narodnem parku</i>, ki bo skozi <i>integralni trajnostni razvoj, družbeno odgovornost in strpnost</i> ter <i>nišno oblikovano in trženo ponudbo</i> neponovljivih doživljajskih PTK za ciljne skupine obiskovalcev, na mednarodnem turističnem trgu dosegla večjo <i>privlačnost, odličnost</i> ter <i>konkurenčnost</i> in s tem večjo/e: <i>prepoznavnost, povpraševanje, sinergične učinke</i> (rast, razvoj in inovacije) in posledično <i>zadovoljstvo in blagostanje</i> vseh deležnikov Bohinja.</p> <p>Strategija na področju trajnostnega razvoja turizma v Bohinju opredeljuje osnovni pristop delovanja oz. razvoja turizma na nivoju posameznih ponudnikov, lokacij in destinacije Bohinj kot celote. Načela trajnostnega razvoja se implementira v vse načrtovalske procese na ravni posameznih subjektov (ponudnikov, organizacij, institucij), lokacij in destinacije Bohinj kot celote – Delovna skupina za trajnostni integralni razvoj Bohinj – DSTIRB izvaja aktivnosti v skladu s ključnimi usmeritvami na</p>

področju trajnostnega razvoja turizma.

Ključne usmeritve na področju strategije trajnostnega razvoja turizma v destinaciji Bohinj:

V destinaciji Bohinj se v sodelovanju s Triglavskim narodnim parkom in Občino Bohinj:

- razvije indikatorje okolja za spremljanje vpliva turizma na okolje destinacije,
- vzpostavi orodja za spremljanje vpliva turizma na okolje destinacije,
- vzpostavi sistem izvajanja spremljanja vpliva turizma na okolje destinacije,

vzpostavi sistem upravljavskih akcij za primer, ko so meje sprejemljivih sprememb presežene in je potrebno vzpostaviti prejšnje ali novo stanje.

V destinaciji Bohinj se v sodelovanju s Triglavskim narodnim parkom in Občino Bohinj:

- razvije indikatorje za spremljanje vpliva turizma na ekonomsko uspešnost deležnikov,
- vzpostavi orodja za spremljanje vpliva turizma na ekonomsko uspešnost deležnikov,
- vzpostavi sistem izvajanja spremljanja vpliva turizma na ekonomsko uspešnost deležnikov,

vzpostavi sistem upravljavskih akcij za primer, ko so meje sprejemljivih sprememb presežene in je potrebno vzpostaviti prejšnje ali novo stanje.

V destinaciji Bohinj se v sodelovanju s Triglavskim narodnim parkom in Občino Bohinj:

- razvije indikatorje za spremljanje vpliva turizma na socialno in kulturno blaginjo ljudi,
- vzpostavi orodja za spremljanje vpliva turizma na socialno in kulturno blaginjo ljudi,
- vzpostavi sistem izvajanja spremljanja vpliva turizma na socialno in kulturno blaginjo ljudi,

vzpostavi sistem upravljavskih akcij za primer, ko so meje sprejemljivih sprememb presežene in je potrebno vzpostaviti prejšnje ali novo stanje.

		<p>Turizem Bohinj je leta 2012 osnoval obsežen dokument Strategoja razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012-2016, v katerem je zajeta analiza destinacije, razvojne in trženjske usmeritve, uresničevanje modela razvoja in trženja destinacije Bohinj s konkretnimi ukrepi in z načrtom razvoja znamke destinacije Bohinj.</p> <p>V letu 2017 je Svet zavoda Turizma Bohinj sprejel STRATEGIJO RAZVOJA IN TRŽENJA DESTINACIJE BOHINJ 2017 – 2021 (SRTDB) na redni seji 28.12. 2017</p> <p>Dokumenti so dostopni na spletu:</p> <p>Strategoja razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012-2016</p> <p>Dokument A: Analiza turistične destinacije Bohinj https://issuu.com/bohinj/docs/strategija_turizma_v_bohinju_analiza_in_diagnoza</p> <p>Dokument B - razvojne in trženjske usmeritve destinacije Bohinj 2012 - 2016 https://issuu.com/bohinj/docs/strategija_turizma_v_bohinju_vizija</p> <p>Dokument C: Udejanjanje / uresničevanje modela razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012 - 2014 https://issuu.com/bohinj/docs/strategija_turizma_v_bohinju_uresnicevanje</p> <p>Dokument D: Načrt razvoja znamke podeželske alpske destinacije Bohinj https://issuu.com/bohinj/docs/strategija_turizma_v_bohinju_znamka_bohinj</p>
<p>1.9. Preglednost in uresničevanje Pri načrtovanju razvoja trajnostnega turizma v destinaciji aktivno</p>		<p>S študijo Strategija razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012-2016 se je vključevanje posameznih deležnikov v destinaciji v koncept razvoja trajnostnega turizma močno</p>

sodelujejo deležniki. Dokumenti so v javni razpravi. Odločitve in ukrepi so javno dostopni in se dosledno uresničujejo.



povečalo. V procesu nastajanja študije so bile osnovane ključne projektne skupine z različnih področij.

Soudeležba deležnikov Bohinja pri načrtovanju in udejanjanju skupne prihodnosti je ena najmodernejših oblik zastavljanja modela razvoja in trženja destinacije Bohinj in s tem zagotavljanja uspešnosti uresničevanja skupnega poslanstva, vizije, strateških razvojnih in trženjskih ciljev in usmeritev ter konkretnih ukrepov v obdobju 2012-2016. Ti se udejanjajo skozi izvajanje projektov – mreženja z namenom ter zagotavljajo celovito doseganje zelene prihodnosti razvoja in trženja Bohinja ob nenehnem monitoringu in evalviranju posameznih aktivnosti.

Ožjo projektno skupino, ki je vodila aktivnosti za odlikovanje študije 'Strategija razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012-2016 (SRTDB) z vključenim modelom razvoja in trženja destinacije v obravnavanem obdobju' je sestavljalo 5 članov

Širšo projektno skupino, ki je proučevala in potrjevala aktivnosti za odlikovanje študije 'Strategija razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012-2016 (SRTDB) z vključenim modelom razvoja in trženja destinacije v obravnavanem obdobju' je sestavljalo 19 članov,

Projektne aktivnosti so potekale skozi *pet delovnih skupin*, in sicer: *Delovno skupino za trženje (DST)*, *Delovno skupino za razvoj produktov (DSRP)*, *Delovno skupino za znamko Bohinja (DSZB)*, *Delovno skupino za kakovost (DSK)*, *Delovno skupino za raziskave in razvoj ter človeške vire (DSRRČV)*

Poslanstvo destinacije Bohinj se glasi:

Poslanstvo destinacije Bohinj je skozi *soorganiziranost* in mreženje deležnikov za povezovanje dobrin, ljudi, znanj idr., oblikovati *inovativno in kakovostno podeželsko alpsko destinacijo Bohinj v Triglavskem narodnem parku*, ki bo skozi integralni *trajnostni razvoj, družbeno odgovornost in strpnost* ter *nišno oblikovano in trženo ponudbo* neponovljivih doživljajskih PTK za ciljne skupine obiskovalcev, na mednarodnem turističnem trgu, dosegla večjo *privlačnost, odličnost* ter *konkurenčnost* in s tem večjo/e: *prepoznavnost, povpraševanje, sinergične učinke* (rast, razvoj in inovacije) in posledično *zadovoljstvo in blagostanje* vseh deležnikov Bohinja.

Le poznavanje pričakovanj vseh deležnikov in skupna jasna opredelitev motivov za njihovo sodelovanje lahko vodi Bohinj k uresničevanju zapisanega poslanstva in prinaša koristi vsem vključenim deležnikom Bohinja.

Destinacijo Bohinj sestavljajo številni deležniki (Tablea 1), ki v sodelovanju in povezovanju ustvarjajo podobo Bohinja v očeh obiskovalcev. Njihovi interesi in prispevki k celovitosti in imidžu destinacije so predstavljeni v poglavju 2.2 – Poslanstvo destinacije Bohinj.

Tabela 1: Deležniki – akterji destinacije Bohinj

- zasebni sektor – ponudnike nastanitvenih, prehrabnenih, športno-rekreativnih in doživljajskih dejavnosti ter dejavnosti povezanih s turizmom (domača in umetnostna obrt, kmetijstvo, čebelarstvo, ipd.), pri njih zaposlene, njihova panožna združenja / sekcije pri Gospodarski in Obrtni zbornici Slovenije in njunih območnih enotah, Kmetijsko-gozdarski zbornici Slovenije idr.;
- javni sektor – turistične organizacije s smernicami razvoja turizma (Slovenska turistična organizacija, RDO Gorenjska idr.), naravovarstvene organizacije s smernicami varstva in ohranjanja narave (EU - Alpska konvencija, CIPRA, TNP, ZRSVN idr.), kulturne in družbene organizacije s smernicami ohranjanja in gradnje kulturnega življenja in druge organizacije v lokalnem / regionalnem / nacionalnem / internacionalnem okolju (ALPE-ADRIA, TNP, ZVKDS, Gorenjski muzej idr.), občina Bohinj in druge občine;
- vodstvo destinacije - LTO Bohinj s svojimi centri, službami, TIC-i in partnerji;
- civilni oz. društveni sektor – turistična (Turistično društvo Bohinj s TIC-em) ter ostala športna, kulturna, planinska idr. društva;
- lokalno skupnost - domačini, ki živijo v destinaciji Bohinj;
- lastnike počitniških hiš - drugih domov v Bohinju ('vikendaši');

- druge organizacije - izobraževalne in raziskovalne institucije, banke in zavarovalnice in njim podobne organizacije;
- druge turistične destinacije - konkurenčne turistične destinacije in destinacije dobre prakse; idr.

Njihovo povezovanje in sodelovanje (mreženje) je strateške in splošne geografske narave, saj vsi predstavljajo destinacijo Bohinj, po drugi strani pa se posamezni deležniki povezujejo z določenim skupnim namenom (mreženje z namenom) doseganja sinergičnih učinkov pri povezovanju dobrin, ljudi in znanja, ki je velikokrat projektne narave. Povezovanja z namenom potekajo na lokalni, regionalni, nacionalni in internacionalni ravni.

DMC Turizem Bohinj, kot osrednji koordinator aktivnosti turistične destinacije Bohinj, v sklopu aktivnosti soorganiziranost in partnerstvo skrbi za spodbujanje, vzdrževanje, usmerjanje in evalviranje učinkovitosti v mreže z namenom povezanih partnerjev, saj sam (s svojimi sredstvi, znanji in viri) težko uresničuje zastavljene strateške razvojne in trženjske cilje destinacije Bohinj. Učinkovita partnerstva (podkrepljena s pogodbo o poslovnem sodelovanju) večajo ugled destinacije Bohinj in odpirajo nove poslovne priložnosti za še bolj konkurenčno ponudbo Bohinja. Politično in medijsko podprta partnerstva omogočajo hitrejše udejanjanje zastavljenih ciljev in večjo prepoznavnost destinacije Bohinj.

STRATEGIJA RAZVOJA IN TRŽENJA DESTINACIJE BOHINJ 2012 – 2016
(SRTDB)

Z VKLJUČENIM MODELOM RAZVOJA IN TRŽENJA DESTINACIJE V
OBRAVNAVANEM OBDOBJU

B RAZVOJNE IN TRŽENJSKE USMERITVE DESTINACIJE BOHINJ 2012-2016

		https://issuu.com/bohinj/docs/strategija_turizma_v_bohinju_vizija
<p>1.10. Načrt razvoja turizma Destinacija je v načrtu razvoja trajnostnega turizma opredelila cilje, aktivnosti, ukrepe, odgovorne osebe/institucije in časovnico. Načrt razvoja turizma dosledno uresničuje.</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>Razvojni cilji za udejanjanje vizije 'podeželske alpske destinacije Bohinj 2017-2021' se glasijo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nadgraditi <i>sistem organiziranosti podeželske alpske destinacije Bohinj</i>, ki temelji na <i>partnerstvu za razvoj</i> privlačne turistične ponudbe (ob trajnostnem razvoju in ohranjanju ter interpretaciji narave in kulturne dediščine) alpskega območja sredi Triglavskega narodnega parka, komunicirane s <i>celovitim, poenotenim in učinkovitim trženjskim nastopom</i>, usmerjenim k vrednotam rezidentov, turističnih akterjev in zelenih ciljnih skupin. 2. Graditi <i>razvoj in trženje turizma in z njim povezanih dejavnosti</i> ter pozicionirati Bohinj v mednarodnem prostoru kot prepoznavno alpsko destinacijo <i>za pristnih in sproščujočih doživetij sposobne sanjave in pustolovske radovedneže</i>, ki želijo <i>celovito, obzirno in spoštljivo začititi</i> prvinsko naravo in alpsko kulturno dediščino Triglavskega narodnega parka. <p>Graditi <i>podporni sistem</i> za: zagotavljanje trajnostnih <i>raziskav in razvoja turizma</i> usklajenega z drugimi dejavnostmi; spodbujanje <i>odličnosti in profesionalnosti</i> ter <i>podjetniške naravnosti</i>; personaliziranega (osebnega) <i>komuniciranja in informiranja</i>; <i>trajnostne naložbe v infrastrukturo</i>, turizem in z njim povezane dejavnosti ter <i>učinkovito upravljanje turistične idr. infrastrukture</i>; da bi dosegli <i>večjo kakovost in konkurenčnost</i> na turističnem trgu.</p> <p>Trženjski kvalitativni cilji udejanjanja vizije destinacije Bohinj 2017-2021 se glasijo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Pozicionirati</i> destinacijo Bohinj kot mednarodno <i>prepoznavno alpsko destinacijo v Triglavskem narodnem parku</i>, ki cilja na <i>izbrane nišne trge - pristnih in sproščujočih doživetij sposobne sanjave in pustolovske radovedneže</i>, s pomočjo celovite <i>segmentacije</i> trga. 2. <i>Nadgraditi destinacijsko znamko Bohinj in kolektivno blagovno znamko</i>

Bohinjsko / From Bohinj in z enotnim nastopom ter povezovanjem trženjskih (klasičnih in digitalnih) aktivnosti in sredstev, dosegati večjo *učinkovitost ter prepoznavnost* pristnih in sproščujočih *doživetij alpskega prostora Triglavskega narodnega parka*.

3. Nadgraditi *obstoječe turistične produkte z višjo dodano vrednostjo prvinskega alpskega prostora*, zagotoviti *individualnost* ter graditi *zaupanje* in visoko stopnjo *zadovoljstva*.
4. Razviti *tržno privlačne in konkurenčne destinacijske zgodbe* (personalizirane doživljajske PTK), ki omogočajo celovito začititi čudeže prvinske narave, alpske kulturne dediščine, gastronomije, prireditev ter načina sonaravnega življenja v Alpah, izbranim nišnim skupinam.
5. Nadgraditi *podporni sistem* za osebno *komuniciranje in informiranje javnosti in pomreženih deležnikov* ter *učinkovito upravljanje turistične infrastrukture*.
6. Doseči večjo *profesionalnost in odličnost* vseh, ki oblikujejo izkušnjo obiskovalca.
7. Doseči *večji obisk, dnevno potrošnjo in daljši čas bivanja v destinaciji*.

Doseči *ciljano povpraševanje izven glavne sezone* in *minimizirati vpliv sezone* v destinaciji.

Trženjski kvantitativni cilji udejanjanja vizije destinacije Bohinj 2017-2021 se glasijo:

1. *3 odstotna letna rast števila prihodov turistov* leta 2021 glede na leto 2016, ko je bila presežena pričakovana rast (leta 2011 136.131 prihodov, načrtovano za leto 2016 158.000 prihodov, ustvarjeno 178.259 prihodov, za 13 % več kot načrtovano) - 206.650 prihodov.
2. *4 odstotna letna rast nočitev mednarodnih turistov* leta 2021 glede na leto 2016 (leta 2011 205.536 mednarodnih nočitev, načrtovano za leto 2016 250.060 nočitev, ustvarjeno 313.499 nočitev, kar za 25 % več kot načrtovano), še predvsem v izven sezonskih mesecih (maj, junij, september, oktober) - 381.420 mednarodnih nočitev.
3. *2 odstotna letna rast števila domačih turistov* (leta 2011 66.105 prihodov,

načrtovano za leto 2016 73.000 prihodov, ustvarjeno 63.728 prihodov, za 14,5 % manj kot načrtovano) – načrt za 2021 70.360 prihodov in *2,5 odstotna rast domačih nočitev* (leta 2011 171.010 nočitev, načrtovano za leto 2016 188.000 nočitev, ustvarjeno 165.758 nočitev, za 13,5 % manj kot načrtovano – 183.420 domačih nočitev).

4. *Ohraniti dobo bivanja 2,68 dni iz leta 2016 pri domačih turistih tudi v letu 2021* (načrtovano iz 3 dni leta 2011 na 3,5 dni leta 2016, kar ni bilo doseženo), *in sicer doseči 70.360 domačih turistov in 183.420 domačih nočitev in rast dobe bivanja pri mednarodnih turistih - 2,9 dni mednarodni turisti leta 2021, in sicer doseči 132.773 prihodov mednarodnih turistov in 381.420 mednarodnih nočitev, še predvsem izven glavne sezone (julij - avgust, ko je bilo ustvarjenih 245.730 nočitev, kar je več kot 51 % vseh nočitev, oz. izven poletne sezone junij-september, ko je bilo ustvarjenih 68,5% nočitev v letu 2016).*
5. *Povečanje zasedenosti stalnih ležišč v hotelih in njim podobnih obratih iz 25 % leta 2011 na 38 % leta 2016 oz. 2021, v kampih iz 45 % leta 2011 na 50 % leta 2016 oz. 2021 ter zasebnih in ostalih nastanitvenih obratih iz 13 % leta 2011 na 16 % leta 2016 oz. 2021.*

Povečanje obsega turistične potrošnje oz. povpraševanja po posameznih produktih – dnevnega obiskovalca za 25 % glede na leto 2011 (iz 20 do 40 EUR na 25 do 50 EUR leta 2021) in za 30 % stacionarne gosta (iz 35 do 100 EUR na 45 do 130 EUR leta 2021).

Strateške usmeritve za doseganje zastavljenih razvojnih in trženjskih ciljev destinacije Bohinj se glasijo:

- *Nadgraditi delovanje DMC Turizem Bohinj - nosilec povezovanja razpoložljivih sredstev (dobrin, ljudi, znanj idr.) in njihove nadgradnje za doseganje sinergičnih učinkov na lokalnem destinacijskem nivoju, na nivoju regionalnega povezovanja (Julijske Alpe, RDO Gorenjska), v alpskem območju ter na nivoju projektne povezovanja z namenom.*
- *Nadgraditi vzpostavljene lokalne in regionalne horizontalne in vertikalne mreže z namenom usklajenega sodelovanja in doseganja sinergičnih učinkov in za*

večjo prepoznavnost destinacije Bohinj v alpskem prostoru Triglavskega narodnega parka.

- *Nadgraditi Center kakovosti destinacije Bohinj* (v sklopu DMC Turizem Bohinj) - *certificiranje, nagrajevanje kakovosti, promocija in prodaja* lokalnih pridelkov / izdelkov / storitev (procesov) / doživljajskih programov z *višjo dodano vrednostjo* alpskega prostora, ki skozi destinacijsko znamko Bohinj in kolektivno blagovno znamko Bohinjsko / From Bohinj zagotavlja višjo kakovost (zelena destinacija v mreži Alpskih biserov) in s tem konkurenčnost ponudbe in destinacije kot celote.
- *Nadgraditi Center trženja destinacije Bohinj* (v sklopu DMC Turizem Bohinj) - promocija in trženje usmerjenih produktov za izbrane ciljne skupine z uporabo *specializiranih trženjskih politik in komunikacijskih (klasičnih in digitalnih) kanalov* ob močni in prepoznavni *destinacijski znamko Bohinj in kolektivni blagovni znamki Bohinjsko / From Bohinj v alpskem prostoru Triglavskega narodnega parka* v mednarodnem pomenu.
- *Vzpostaviti Centra za interpretacijo narave in kulturne dediščine v destinaciji Bohinj* (v sklopu DMC Turizem Bohinj) – povezovanje vrednot narave in kulturne dediščine v *specializirane mreže; vzdrževanje in upravljanje* v mreže povezanih objektov; vzpostavitev in upravljanje *orodij in tehnik interpretacije narave in kulturne dediščine* v mreže povezanih vrednot; *usposabljanje izvajalcev doživetij* - kustosov, vodnikov interpretatorjev narave in kulturne dediščine, informatorjev, prostovoljnih naravovarstvenih nadzornikov idr. za neponovljiva doživetja v Bohinju.
- *Nadgraditi Center za raziskave in razvoj v destinaciji Bohinj* (v sklopu DMC Turizem Bohinj) – *raziskave in razvoj turizma* usklajenega z drugimi dejavnostmi; *usposobljenost človeških virov* za večjo odličnost in profesionalnost ter podjetniško naravnost; *ciljanega personaliziranega (digitalnega) komuniciranja in informiranja* skozi skrbno oblikovane baze podatkov in *sofisticirano IKT kot podpora* vsem aktivnostim v destinaciji Bohinj, za usklajen, celovit trajnostni, družbeno odgovoren in strpen razvoj v alpskem prostoru Triglavskega narodnega parka.

Vzpostaviti Center za upravljanja turistične infrastrukture v destinaciji Bohinj (v sklopu DMC Turizem Bohinj) - *upravljanje turistične infrastrukture objektov narave in kulturne dediščine, plovnega režima, signalizacije, pohodniških idr. poti, idr.*

1.11. Sodelovanje z deležniki

Destinacija načrt razvoja turizma uresničuje skupaj z deležniki, ki jih razume kot partnerje za uspešen in dolgoročen napredek na področju trajnostnega razvoja.



Turizem Bohinj – javni zavod za pospeševanje turizma, je organiziran kot destinacijski management center, ki vodi partnerstvo za izvajanje SRTDB (Strategije razvoja turizma destinacije Bohinj) z obstoječimi centri in z nadgrajenimi aktivnostmi, in sicer:

- *Center za kakovost destinacije Bohinj* – CKDB, izvaja aktivnosti za zagotavljanje kakovosti z: (i) destinacijsko znamko BOHINJ - design management za celovito prepoznavnost destinacije Bohinj in (ii) kolektivno blagovno znamko BOHINJSKO – certificiranje in nadgrajevanje kakovosti trajnostne ponudbe v destinaciji Bohinj (KBZ Bohinjsko, Alpine Pearls, Green Destination) ter (iii) vzpostavljanjem podpornega in povezovalnega okolja za spodbujanje podjetništva (podjetniški inkubator);
- *Center za trženje destinacije Bohinj* – CTDB, izvaja aktivnosti strateškega in operativnega trženja destinacije Bohinj z destinacijsko znamko BOHINJ, razvojem novih ter nadgradnjo obstoječih PTK Bohinja ter usmerjanjem obiska, in sicer: (i) mreženje - dogovor o poslovnem sodelovanju v destinaciji Bohinj, (ii) eksterni marketing – trženje destinacije in tržno usmerjenih produktov s strateškimi partnerji destinacije Bohinj, (iii) interni marketing – usmerjanje obiska, oblikovanje verig destinacijskih produktov in njihovo operativno trženje skozi usklajeno ponudbo mreže TIC-ev ter CRS in trženje ponudbe s KBZ Bohinjsko;
- *Center za raziskave in razvoj destinacije Bohinj* – CRRDB, deluje kot: (i) podpora razvoju in trženju z učinkovito informacijsko komunikacijsko tehnologijo – IKT, (ii) podpora za podjetniške odločitve v turizmu - poročila na osnovi raziskav in razvoja, (iii) prijavitelj projektov na razpise, (iv) spodbujevalec razvoja kadrov za kakovostno in usklajeno delovanje destinacije Bohinj.

ter z vzpostavljanjem načrtovanih in centrov, in sicer:

- *Center za interpretacijo narave in kulturne dediščine destinacije Bohinj* – CINKDDB bo izvajal aktivnosti informiranja in ozaveščanja o naravi in kulturni

dediščini destinacije Bohinj z/s: (i) vzpostavitvijo in upravljanjem orodij in tehnik interpretacije narave in kulturne dediščine destinacije v Centru Bohinjka, TIC-ih, informacijskih in razglednih točkah, poteh idr., (ii) usposabljanjem izvajalcev doživetij v TNP in destinaciji Bohinj (usposabljanje informatorjev, interpretatorjev in vodnikov destinacije Bohinj), (iii) snovanjem dogodkov in programov interpretacije vrednot narave in kulturne dediščine v TNP in destinaciji Bohinj (zaposleni v TNP in snovalci prireditev);

- *Center za upravljanje turistične infrastrukture destinacije Bohinj* – CUTIDB s tehnično službo destinacije Bohinj skrbi za upravljanje: (i) turistične infrastrukture (ladja, korita Mostnica, idr.), plovnega režima in pristanišč; signalizacije, in vzdrževanje poti ter urbanega pohodništva, (ii) dogodkov, (iii) mreže TIC-ev in (iv) za administracijo izvajanja Odlokov Občine Bohinj.

Centri in Delovne skupine bodo izvajajo aktivnosti za ukrepe po prioritetah:

Mreženje – partnerstvo in soorganiziranost destinacije Bohinj - skozi učinkovit *soorganizacijski in soupravljalovski destinacijski model*, ki omogoča dolgoročno naravnano in hkrati kratkoročno operativno delovanje za doseganje skupne vizije in ciljev.

Delovna skupina za mreženje destinacije Bohinj cilje dosega s

- tremi Mrežami Bohinja:

Mrežo turističnih ponudnikov Bohinj (MTPB), *Mrežo pridelovalcev in rokodelcev Bohinj* (MPRB), *Mrežo za kakovost življenja (in ohranjanje identitete) Bohinj* (MKŽB) ter

- petimi Centri, in sicer:

Center za kakovost destinacije Bohinj – CKDB, *Center za trženje destinacije Bohinj* – CTDB, *Center za interpretacijo narave in kulturne dediščine destinacije Bohinj* –

CINKDDB, *Center za raziskave in razvoj destinacije Bohinj* – CRRDB, *Center za upravljanje turistične infrastrukture destinacije Bohinj* – CUTIDB

v katerih deluje osem Delovnih skupin:

Delovna skupina za mreženje destinacije Bohinj je krovna delovna skupina

Delovna skupina za celovito prepoznavnost destinacije Bohinj

Delovna skupina za kakovost destinacije Bohinj

Delovna skupina za trženje destinacije Bohinj

Delovna skupina za razvoj produktov v destinaciji Bohinj

Delovna skupina za interpretacijo narave in kulturne dediščine v destinaciji Bohinj

Delovna skupina za raziskave in razvoj v destinaciji Bohinj

Delovna skupina za upravljanje turistične infrastrukture v destinaciji Bohinj

Vodje Delovnih skupin pri izvajanju aktivnosti sodelujejo s številnimi deležniki v destinaciji Bohinj (ponudniki namestitev, gostinski obrati, društva, agencije, upravljalci turističnih znamenitosti, podjetja, javni zavodi).

Strateško pomembne odločitve se sprejemajo v sklopu razširjenih Delovnih skupin, ki vključujejo predstavnike partnerjev ponudnikov.

Najbolj pomembno vlogo pri mreženju in sodelovanju z deležniki v destinaciji predstavlja »partnerska pogodba« ki ureja pogodbeno partnerstvo za mreženje z namenom celovitega razvoja in trženja destinacije Bohinj.

		<p>Že od leta 2009 dalje Turizem Bohinj povezuje, dodatno utrjuje sodelovanje v turistični destinaciji Bohinj in združuje prepotrebna finančna sredstva za promocijo Bohinja na podlagi Partnerskih pogodb, sklenjenih z gospodarstvom v destinaciji.</p> <p>Partnerski odnos je temelj sodelovanja v destinaciji in uresničuje prvo prioriteto (Mreženje – partnerstvo in soorganiziranost destinacije Bohinj) Strategije razvoja in trženja destinacije Bohinj, zagotoviti učinkovit soorganizacijski in soupravljaljski destinacijski model, ki omogoča dolgoročno naravnano in hkrati že kratkoročno, operativno delovanje za doseganje skupne vizije in ciljev. Model ni pomemben samo zaradi dodatnih finančnih sredstev, ki jih zberemo na ravni destinacije, ampak kaže predvsem na soodvisnost med lokalno turistično organizacijo in partnerji, ter tudi na soodvisnost med posameznimi partnerji v destinaciji. Takšno razumevanje razvoja turizma vsekakor vodi v izboljšanje ponudbe, posledično pa v boljše poslovne rezultate. V letu 2017 je v partnerskem odnosu 142 članov.</p>
<p>1.12. Upravljanje turističnega obiska Za optimizacijo vplivov turizma na naravne, kulturne in družbene vire destinacija izvaja ustrezne ukrepe upravljanja turističnega obiska. Pri tem se naslanja na izvedeno analizo vplivov turizma (1.7).</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>Upravljanje turističnega obiska se na področju Bohinja izvaja že dolga leta, v zadnjih letih pa največji izziv predstavlja nadpovprečen obisk enodnevnih gostov v konicah turistične sezone (vikendi v avgustu).</p> <p>Turizem Bohinj izvaja več aktivnosti</p> <p>1. umirjanje prometa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parkiraj&doživi naravo! – projekt za zmanjšanje obremenjenosti narave z avtomobilskim prometom <p>Turizem Bohinj, Občina Kobarid, CTRP Kranj, ZRC SAZU, Posoški razvojni center in Triglavski narodni park so sodelovali v projektu za celovito uvajanje okolju prijazne mobilnosti v Triglavskem narodnem parku. Osrednji namen projekta je, da se z različnimi oblikami mehke mobilnosti (pohodništvo in kolesarjenje, javni potniški promet)</p>

ter z okrepitevijo razumevanja obiskovalcev o vplivu motornega prometa na naravo, zmanjša obremenjenost narave z avtomobilskim obiskom na območjih naravnih vrednot, konkretno Bohinjskega jezera. Tako se bo zagotovila ohranjenost narave ter povečala njena dostopnost in doživljajska privlačnost za vse skupine obiskovalcev in domačine.

Rezultati projekta so: nadgraditev šestih parkirišč v bližini Bohinjskega jezera z novimi parkomati in zapornicama, kar bo omogočilo uporabo Sistema inteligentnega prometa (ITS) za usmerjanje avtomobilskega prometa in parkiranja ter informiranje glede obiskovanja/doživljanja območja Bohinjskega jezera z mehko mobilnostjo, vzpostavitev dveh točk z infrastrukturo/opremo za izposajo in vračilo koles ter nakup štirinajstih koles za obiskovanje ter doživljanje narave, vzpostavitev info točke o pomenu trajnostne mobilnosti za ohranjanje narave na območju naravne vrednote Bohinjsko jezero v prostorih Informacijskega središča TNP v Stari Fužini, pilotna izvedba turističnih paketov z optimalnim kombiniranjem različnih oblik javnega prometa (avtobus, Bohinjska železnica, avtovlak) z obstoječimi ali v projektu vzpostavljenimi možnostmi mehke mobilnosti za sonaravno obiskovanja Bohinjskega jezera in Zg. Posočja, nadgraditev turističnih programov interpretacije in doživljanja narave na območju vseh vključenih naravnih vrednot preko njihovega obiskovanja z mehкими oblikami mobilnosti in izvedba raziskave o optimalni vpeljavi trajnostne mobilnosti na območjih izbranih naravnih vrednot ter pripravljen komunikacijski načrt za njeno vpeljavo.

- Zagotavljanje brezplačnih parkirišč na Bohinjski Bistrici in Ribčevem Lazu z možnostjo javnega prevoza do jezerske sklede
- Zagotavljanje dodatnih parkirišč (Ukanc, Stara Fužina)
- Študija možnosti zapor v TNP

Prometna študija Bohinja kot osnova in možnost vzpostavitve zapore posameznih delov dostopnih poti do naravnih in kulturnih vrednot v območju Triglavskega narodnega parka in na njegovih robovih. Predlog prometne ureditve je narejen za cestno omrežje, parkirno ureditev, javni promet, kolesarski promet in peš promet. Študija vključuje analizo stanja, zasnovo prihodnje ureditve ter preveritev zasnove s prometnim modelom na makroskopski in mikroskopski ravni.

Dostopno na: http://obcina.bohinj.si/index.php?id=691&no_cache=1&tx_drblob_pi1%5

Bsort%5D=title%3A1

- Prometna študija možnosti zapor v Triglavskem narodnem parku

Študija umirjanja prometa v Bohinju (zapore za motorni promet in spodbujanje mehke mobilnosti).

Dostopno na: https://issuu.com/bohinj/docs/umiritev_prometa_v_bohinju

- Uvedba kartic ugodnosti&mobilnosti (Poletna kartica Bohinj, Premium zimska kartica Bohinj Basic zimska kartica Bohinj)

Kartico lahko kupijo gostje, ki so več kot dva dni nastanjeni v Bohinju. Kartica jim omogoča brezplačen javni prevoz po Bohinju in brezplačen avtobusni prevoz iz Bohinja, preko Bleda do Ljubljane. Na vozovnice za vlak iz postaje Bohinjska Bistrica do Nove Gorice in/ali do Ljubljane imajo imetniki kartice 50% popust.

V kartico je vključen tudi brezplačni ogled znamenitosti in muzejev v Bohinju ter popust na razne aktivnosti. Z namenom porazdelitve tudrističnega obiska so med ugodnosti vključeni tudi popusti in posebna ponudba znamenitosti po celi Sloveniji.

Dostopno na: https://issuu.com/bohinj/docs/kartica_gost_bohinja_brosura

2. promocija destinacije v izven sezonskih mesecih

Turizem Bohinj aktivnosti in promocijo usmerja v izvensezonski čas.

Pomlad je posvečena Festivalu cvetja, katerega prvobitni namen je ohranjanje biotske raznovrstnosti in povezovanje lokalnih prebivalcev z obiskovalci.



Jesen je orientirana na aktivnosti povezane z etnografsko prireditvijo kravji bal in dnevi pohodništva.

Oba festivala povezuje bogata lokalna kulinarična ponudba.

1.13. Finančna strategija Destinacija ima opredeljeno finančno strategijo in načrt poslovanja, s čimer si zagotavlja dolgoročno preživetje in neodvisnost.	✓	—	Da, s letnim poročilom in letnim planom dela Turizma Bohinj.

Spremljanje in poročanje

7

Action	 	Details
1.14. Indikatorji Destinacija redno spremlja relevantne trajnostne indikatorje, ki med drugimi pokrivajo področje okolja, ekonomije, družbe, kulture, turizma in človekovih pravic. Sistem za spremljanje periodično pregleda in po potrebi spremeni. Podatke javno objavlja. MERILO JE ZAKLENJENO, SAJ GA IZPOLNJUJETE AVTOMATSKO Z UPORABO TE PLATFORME. ODGOVOR ZA VSE JE "DA".	✓	✓
1.15. Pregled in evaluacija Destinacija redno spremlja doseganje ciljev, opredeljenih v načrtu ali strategiji razvoja trajnostnega turizma, in jih po potrebi posodablja.	✓	— Doseganje ciljev opredeljenih strategiji razvoja trajnostnega turizma v Bohinju se spremlja in posodablja v okviru STRATEGIJE RAZVOJA IN TRŽENJA DESTINACIJE BOHINJ. V strategiji so opredeljeni cilji in ukrepi za posamezna področja, katerih izvajanje in uspešnost se preverja in vrednoti vsake štiri leta s posodobitvijo strategije in letno v poročilih delovanja Turizma Bohinj, javnega zavoda za pospeševanje turizma. Strategija na področju spremljanja in evalviranja aktivnosti upravljanja destinacije Bohinj s strani DMC Turizem Bohinj zahteva pripravo elementov merjenja učinkovitosti z letnim Programom dela določenih aktivnosti DMC Turizem Bohinj. Ovrednotenje razvojnih in trženjskih aktivnosti MDO Turizem Bohinj ni preprosto in poceni in ga je

težko enostavno povezati z doseženimi turističnimi rezultati in turističnim prometom. Opredeljene so ključne usmeritve na področju strategije spremljanja in evalviranja aktivnosti upravljanja destinacije Bohinj.

DMC Turizem Bohinj izvaja aktivnosti sonačrtovanja, soupravljanja, sovođenja, soizvajanja in soevalviranja aktivnosti razvoja in trženja destinacije Bohinj skupaj s partnerji, ki so sklenili Poslovni dogovor o sodelovanju.

Za poznavanje uspešnosti in učinkovitosti izvajanja sonačrtovanih aktivnosti je *vzpostavljeni sistem spremljanja, merjenja in evalviranja*, ki sistematično in permanentno omogoča pridobivanje informacij, ki so izhodišče za nadaljnja načrtovanja in vlaganja.

DMC Turizem Bohinj meri *učinkovitosti upravljanja* razvoja in trženja destinacije Bohinj, na treh nivojih in sicer:

- Enostavno spremljanje uspešnosti turizma – ključnih informacij o številu turistov, turistični potrošnji in zasedenosti prenočitvenih zmogljivosti, ki jih lahko primerjamo s sredstvi vloženimi v trženje.
- Kompleksno nadgradnjo podatkov o turističnem prometu z vedenjskimi in komunikacijskimi merili, ki dopuščajo oceno posebne vzorčnosti trženjskih dejavnosti in skupaj pojasniti dejanski vpliv določene trženjske dejavnosti na turistični rezultat – kompleksne in drage metode vrednotenja neposrednih učinkov posamezne trženjske kampanje ali skupnega trženja na turistični promet.

Vodstvo DMC Turizem Bohinj pri pripravljanju letnega poslovnega načrta *določa kratkoročne cilje* na podlagi gibal uspešnosti in kazalnikov iz opredeljenih – določenih vidikov poslovanja (finance, stranke, notranji procesi, učenje), pri čemer je strateško načrtovanje nenehen proces.



		<p>Znotraj Centra kakovosti Bohinj je ustanovljena <i>Delovna skupina za spremljanje in evalviranje učinkovitosti</i> upravljanja razvoja in trženja destinacije Bohinj, ki izvaja aktivnosti v skladu s ključnimi usmeritvami omenjenega področja.</p> <p>Zaradi kompleksnosti aktivnosti so določeni <i>jasni, enostavni in merljivi cilji</i>, ki jih je moč meriti z enostavnimi merili in berljivimi kazalniki. Razvit je sistematičen sistem zbiranja podatkov in informacij o vseh kazalnikih.</p> <p>Dokumenti</p> <p>Strategija razvoja turizma 2017 -2021 dokument C</p> <p>Strategija razvoja turizma 2012 -2016 dokument C</p> <p>Letno poročilo Turizma Bohinj</p>
<p>1.16. Popravni ukrepi Če se pri evaluaciji iz točke 1.15 pokaže, da destinacija zastavljenih ciljev ne dosega, identificira razloge za neuspeh in sprejme ustrezne popravne ukrepe.</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>Popravni ukrepi se izvajajo v skladu s spremljanjem uresničevanja ukrepov zapisanih v Strategiji razvoja destinacije Bohinj. Cilji se udejanjajo preko delovanja Javnega zavoda Turizem Bohinj. V kolikor niso uresničeni se sprejmejo dodatni ukrepi za uresničevanje skladno s poslovníkom.</p>
<p>1.17. Komunikacija Destinacija deležnike redno obvešča o trajnostnih politikah, aktivnostih in rezultatih.</p>	<p>✓ —</p>	<p><i>Odnosi z javnostmi</i> o Bohinju omogočajo komuniciranje med Centrom trženja Bohinj - izvajalcem marketinga in različnimi ciljnimi skupinami (<i>znotraj destinacije</i> ter v <i>ožjem in širšem okolju</i>) za identificiranje, ustvarjanje in ohranjanje obojestranskih odnosov, ki prinašajo koristi. Medsebojno izmenjavanje mnenj in pogledov je osnovano na odgovornosti destinacije Bohinj do njenega naravnega in družbenega okolja za dolgoročno ohranjanje in razvoj okolja in družbe. Namen odnosov z javnostmi je torej v vplivanju in ohranjanju pozitivnega mnenja o Bohinju tako zunaj kakor znotraj destinacije. Ključne javnosti destinacije Bohinj so: obstoječi in potencialni obiskovalci, zaposleni, dobavitelji, konkurenčne destinacije, lokalna skupnost oz. rezidenti, različne interesne skupine, vladni organi, množični mediji in mnenjski voditelji. CTB za odnose z javnostmi uporablja: publiciteto, sponzorstvo, doniranje in mecenstvo ter lobiranje. Med najpogostejša orodja za posredovanje pozitivnega mnenja o Bohinju spadajo: sporočila</p>

		<p>za javnost, novinarske konference, dnevi odprtih vrat, sponzorstva, sprejemi in ostali dogodki, razstave in turistični sejmi, obiski in predstavitve znanih osebnosti, informativni študijski obiski za novinarje in ostale predstavnike interesnih skupin. Pogosto je tudi umeščanje destinacije Bohinj in njenih aktivnosti v filme, televizijske oddaje, knjige ipd. Dobro je, da so posamezne ciljne javnosti združene, v kolikor jih je mogoče doseči z istimi orodji komuniciranja. Največji odmev dosežejo posredovane informacije o Bohinju, če jih posredujejo mnenjski voditelji ali novinarji.</p> <p>Deležniki na območju Bohinja so o trajnostnih politikah, aktivnostih in rezultatih redno obveščeni na sestankih delovnih skupin, prek facebook objav, na spletni strani www.obcina.bohinj.si in www.bohinj.si in na portalu MojaObcina.si. Navečji doseg obveščanja se vrši prek objav v lokalnem časopisu Bohinjske novice in publikaciji Turizma Bohinj Uživaj pomlad/jesen/zimo v Bohinju.</p> <p>V destinaciji se redno in ob posebnih dogodkih, izvajajo tiskovne konference.</p> <p>Bohinjske novice</p> <p>Dostopno na: http://obcina.bohinj.si/index.php?id=149&no_cache=1</p>
<p>1.18. Arhiviranje Destinacija podatke in dokumente, s katerimi izkazuje trajnostno poslovanje in upravljanje, ustrezno arhivira/hrani.</p>	<p>✓ —</p>	<p>V skladu z zakonodajo Turizem Bohinj hrani vso dokumentacijo.</p>
<p>1.19. Interno poročanje Najmanj enkrat letno zeleni koordinator o trajnostnih dosežkih poroča najvišjemu lokalnemu političnemu organu. V poročilu povzame izvedene ukrepe in aktivnosti, rezultate in (ne)doseganje zastavljenih ciljev ter predlaga nadaljnje korake.</p>	<p>✓ —</p>	<p>Letno poročilo Turizma Bohinj.</p>
<p>1.20. Javno poročanje</p>		<p>Na spletni strani www.bohinj.si, ki jo upravlja Turizem Bohinj se nahaja modul namenjen</p>

<p>Najpomembnejši trajnostni dosežki s poudarki na dosežkih s področja trajnostnega turističnega razvoja so javno objavljeni najmanj vsaki dve leti. Dostopni so na spletni strani destinacije.</p>	✓	✓	<p>najpomembnejšim in trajnostnim dosežkom s področja trajnostnega turističnega razvoja. V njem so omenjene vse nagrade, ki jih je Turizem Bohinj prejel za upravljanje destinacije in opisan koncepti razvoj trajnostnega turizma v Bohinju.</p>
---	---	---	---

Zakonska in etična določila

6

Action			Details
<p>1.21. Pregled zakonskih določil Destinacija vzdržuje seznam aktualnih mednarodnih, nacionalnih in lokalnih zakonov, uredb in pravilnikov s področja turističnega poslovanja (vključno z zdravstveno in varnostno zakonodajo, delovno-pravno zakonodajo in okoljsko zakonodajo).</p>	✓	—	<p>V skladu z 47. člen Zakona o integriteti in preprečevanju korupcije je občina Bohinj sprejela lastna pravila in in ravnanja kot nujnega dela preventivnih ukrepov načrta integritete, imenovan etični kodeks Občine Bohinj.</p> <p>Delovanju v skladu z etičnim kodeksom so se s podpisom zavezali tudi zaposleni Turizma Bohinj. Zaveze se hranijo v arhivu.</p>
<p>1.22. Zakonito poslovanje Destinacija pri razvoju turizma upošteva veljavne zakone in uredbe.</p>	✓	✓	<p>Destinacija pri razvoju turizma upošteva zakone in uredbe.</p> <p>Urejena in redno plačana so ustrezna socialna zavarovanja oziroma prispevki in davki. Zavezujemo se pravilnemu vodenje poslovnih knjig, sklenitvi ustreznih delovnih pogodb in zagotovitev varnosti in zdravja pri delu vsem zaposlenim.</p> <p>Zaveze pravičnemu poslovanju vključujemo v pogodbe s turističnim gospodarstvom.</p>
<p>1.23. Etični kodeks Destinacija ima sprejet etični kodeks, ki velja tako za management kot tudi za preostale zaposlene.</p>			<p>V skladu z 47. člen Zakona o integriteti in preprečevanju korupcije je občina Bohinj sprejela lastna pravila in in ravnanja kot nujnega dela preventivnih ukrepov načrta integritete, imenovan etični kodeks Občine Bohinj. Posamezni turistični subjekti so</p>









	✓	✓	<p>pozvani k zavezi in spoštovanju kodeksa.</p> <p>Delovanju v skladu z etičnim kodeksom so se s podpisom zavezali tudi zaposleni Turizma Bohinj. Zaveze se hranijo v arhivu.</p> <p>Zaveze etičnemu delovanju vključujemo v pogodbe s turističnim gospodarstvom.</p>
<p>1.24. Korupcija V destinaciji obstajajo protikorupcijske smernice, ki se dosledno upoštevajo. Destinacija ostro nasprotuje korupciji znotraj same sebe ali pri dobaviteljih. Osebe, ki odgovornim inštitucijam prijavijo korupcijo, niso deležne negativnih posledic.</p>	✓	—	<p>V skladu z Zakonom o integriteti in preprečevanju korupcije, Uradni list RS, št. 43/2011, so uradniki na položaju in drugi javni uslužbenci, poslovodne osebe in člani organov upravljanja, vodenja ter nadzora v subjektih javnega sektorja in odgovorne osebe podpisniki Protikorupcijske klavzule Turizma Bohinj.</p>
<p>1.25. Kršitve Če pride v destinaciji do kršitev zakonskih in etičnih določil, destinacija sprejme ustrezne ukrepe.</p>	✓	—	<p>Ob kršitvi zakonskih in etičnih določil, destinacija Bohinj sprejme ustrezne ukrepe.</p>
<p>1.26. Pravična konkurenca Destinacija pri izboru podizvajalcev upošteva nacionalno zakonodajo o javnem naročanju. Pogodbe sklepa s kakovostnimi podizvajalci za primerno ceno. Pri izbiri podizvajalcev upošteva tudi trajnostne vidike. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".</p>	✓	—	

2. Narava in pokrajina

8

Narava in njeno ohranjanje

5

Action			Details
2.1. (Za)varovanje narave Naravne znamenitosti, habitati, živalske in rastlinske vrste ter ekosistemi so učinkovito (za)varovani. Destinacija skrbi za kakovost naravega okolja in ustrezno preprečuje njegovo degradacijo. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".			
2.2. (Za)varovanje naravnih virov Naravni viri so ustrezno (za)varovani. Netrajnostna raba virov je nezaželena. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".			
2.3. Eksotične živali in rastline Destinacija ustrezno preprečuje vnašanje in širjenje tujih invazivnih vrst.			<p>Preprečevanje vnašanja in širjenja tujih invazivnih vrst je opredeljeno v Načrtu upravljanja Javnega zavoda Triglavski narodni park.</p> <p>Invazivne tujerodne vrste so posledica namerne naselitve, ki imajo uničujoče in nepovratne posledice za biotsko raznovrstnost, npr. ribe, ki so bile namerno naseljene v izolirana gorska jezera in</p> <p>vodotoke, naselitev nekaterih sesalcev, načrtno zasmrečevanje gozdnih planot. Z različnimi</p> <p>posegi so bile vna področje Bohinja nenamerno vnesene nekatere invazivne tujerodne rastline, ki se</p>

pojavljajo v nižinskih območjih na brežinah vodotokov in ob cestah, širijo pa se tudi v višje

ležeče predele.

Na nekaterih delih, predvsem na brežinah vodotokov in jezer, imajo velik vpliv invazivne tujerodne

rastline, ki z gostimi sestoji izpodrivajo domorodno rastlinstvo. Ob vodotokih so najbolj razširjene:

japonski dresnik (*Fallopia japonica*), žlezava nedotika (*Impatiens glandulifera*), peterolistna

vinika (*Parthenocissus quinquefolia*) ter orjaška (*Solidago gigantea*) in kanadska zlata rozga (*Solidago canadensis*).

Vnos in naseljevanje tujerodnih vrst sta po zakonu o Triglavskem narodnem parku na območju celotnega parka prepovedana in s tem tudi na območju Bohinja. Kljub temu je bilo na območju zabeleženih že precejšnje število invazivnih tujerodnih vrst. Pri rednem letnem monitoringu, izvaja se od leta 2009, je bilo zabeleženih 19 tujerodnih rastlinskih vrst od katerih jih je vsaj 5 invazivnih. Te negativno vplivajo na domače vrste in spreminjajo ekosisteme.

Ukrepanje je vezano na vrste, ki so prepoznane kot invazivne in na območjih, ki so pomembna s stališča varovanja narave. Največji del nalog je vezan na preventivno ukrepanje (prepoznavanje in zgodnje odkrivanje vrst) in na ozaveščanje javnosti. Pri odstranjevanju se osredotočamo na tri vrste, ki po znanih podatkih negativno vplivajo na pomembne habitatne tipe na območju Bohinja.

Cilji s področja naseljevanje tujerodnih vrst:

- Pregled stanja razširjenost tujerodnih rastlinskih in živalskih vrst (podatkovna baza)
- Analiza najpogostejše poti vnosa in širjenja
- Ukrepi za zgodnje odkrivanje ITV (informacijski sistem)
- Pripraviti strategijo ukrepanja "in situ" (načini odstranjevanja, nadziranja in ravnanja s ITV) ter odstranjevanje na območjih, ki so s stališča varovanja narave pomembna (N2000 območja)
- Povečati ozaveščenost javnosti

Predlog akcijskega načrta JZ TNP predvideva:

- Dopolnitev baze podatkov
- Identifikacija poti vnosa in širjenja (analiza deponij, analiza območij posegov v okolje)
- Priprava informacijskega materiala, zloženk, delavnic in predavanj
- Odstranjevanje 2 tujerodnih rastlinskih vrst (japonski dresnik, pelinolistna žvrklja) in 1 živalske vrste (jezerska zlatovčica-*dolina 7 jezer*)
- komunikacija s pristojnimi službami

		Dokument: Načrt za upravljanje JZTNP 2016
<p>2.4. Zaščita divjih živali in rastlin Destinacija v skladu z lokalno, nacionalno in mednarodno zakonodajo in konvencijami učinkovito regulira nabiranje, lovljenje, razstavljanje in prodajo divjih živali in rastlin. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".</p>	✓ ✓	
<p>2.5. Spremljanje vplivov turizma na naravo Destinacija spremlja vpliv turizma na ekosisteme, naravne znamenitosti ter živalske in rastlinske vrste in njihove habitate. Pri tem se naslanja na izvedeno analizo vplivov turizma (1.7).</p>	✓ ✓	<p>Skupnost Julijske Alpe, ki jo vodi Turizem Bohinj, z <i>Razvojnim načrtom biosfernega območja Julijske Alpe kot trajnostne turistične destinacije</i> vzpostavlja vzorčno destinacijo, kjer je turizem poleg drugih panog eden izmed generatorjev trajnostnega razvoja, ključnega za skladno harmonijo med človekom in naravo.</p> <p>Razvojni načrt biosfernega območja Julijske Alpe kot trajnostne turistične destinacije postavlja trdne temelje za trajnostni razvoj območja, predvsem trajnostni razvoj turizma. Poleg skupnih produktov, promocije in trženja vključuje tudi aktivnosti na področju dvigovanja ozaveščenja o pomenu varovanja narave in ohranjanja kulturne dediščine, na področju trajnostne mobilnosti in lokalnega razvoja na področju turizma.</p> <p>Za izhodišče je bil uporabljen temeljni upravljavski dokument Načrt upravljanja Triglavskega narodnega parka 2016 – 2025 (NU TNP), saj je ohranjanje ekosistemov, rastlinskih in živalskih vrst, naravnih vrednot in kulturne dediščine v kontekstu upravljanja zavarovanega območja prioriteto oz. predstavlja prednostne cilje upravljanja zavarovanega območja.</p> <p>Temelj <i>Razvojnega načrta biosfernega območja Julijske Alpe kot trajnostne turistične destinacije</i> je sodelovanje z lokalno skupnostjo in resornima ministrstvom pri</p>

načrtovanju, posegih in izvajanju turistične dejavnosti na območju narodnega parka z namenom optimalnega doseganja varstvenih in drugih ciljev narodnega parka. V njem je zasnovano redno sistematično in načrtovano spremljanje stanja, posegov, dejavnosti in turističnega obiska, ki je prepoznano kot nujno za celostno upravljanje območja.

V dokumentu Turistični obisk biosfernega območja Julijske Alpe, ki zajema Analizo stanja, Analizo vprašalnika o obiskovanju Triglavskega narodnega parka 2016 in predlog optimizacije spremljanja obiska je bila izvedena obsežna raziskava za pripravo izhodišč za spremljanje in usmerjanje obiska v Biosfernem območju Julijske Alpe. Aktivnosti v letu 2016 so bile usmerjene v **zbiranje in analizo obstoječih kvantitativnih podatkov**(statistični in drugi podatki) **in kvalitativnih podatkov**(pridobljenih z anketiranjem) s poudarkom na območju TNP.

Kvantitativni podatki pridobljeni tekom raziskave:

- Podatki o turističnih prihodih in nočitvah v BO JA
- podatki o nočitvah v planinskih kočah na območju TNP (pridobljenih)
- podatki o obisku plačljivih naravnih in kulturnih vrednot/cest/centra Vogel
- podatki o posredovanju GRZS (število in vrste reševalnih akcij)
- podatki o obisku info mest TNP in nočitvah v kapacitetah TNP
- podatki o prometnih obremenitvah v BO JA
- podatki o številu prireditev na območju TNP

V analizi rezultatov terenskega in spletnega anketiranja, v kateri je bilo pridobljenih prek 1700 izpolnjenih vprašalnikov so bile opravljene enostavne statistične analize ter predstavitev podatkov, v nadaljevanju pa se načrtuje poglobljena statistična analiza ter podrobnejša interpretacija in predstavitev ugotovitev.

Pridobljeni podatki služijo kot podlaga za usmerjanje obiskovanja in rekreacije na območju, ki ne

ki ne ogroža prednostnih ciljev zavarovanega območja.

Karta najbolj obiskanih lokacij v Biosfernem obmoju Julijske Alpe kaže, da med najbolj priljubljena in oblegana območja v Triglavskem narodnem parku sodi območje Bohinja, konkretno Pokljuka, širše območje Bohinjskega jezera in Triglav z okoliškimi vrhovi.

Z vidika varovanja naravne in kulturne dediščine, je na teh območjih obisk načrtovano kontinuirano sistematično spremljanje obiska, sestavljeno iz zbiranja kvantitativnih podatkov na mesečni in letni ravni ter periodičnega zbiranja kvalitativnih podatkov v obdobju 5 let, s katerimi bo mogoče spremljati trende števila obiskovalcev nasploh ter obiskanost posameznih lokacij.

Spremljanje značilnosti obiska bo izvajano na daljše obdobje, s čimer bo možno spremljati razvoj različnih oblik rekreacije, privlačnost posameznih lokacij v parku ipd.

Analize bodo služile kot osnova za Akcijski načrt usmerjanja obiska, v katerem bodo predvideni trendi obiska in posledično okoljski pritiski ter načini, kako jih obvladovati.

V skladu z Upravljalnim načrtom TNP se preprečujejo vse oblike turizma in prostočasnih dejavnosti, ki zaradi svojega obsega, lokacije in načina izvajanja povzročajo nesprejemljive negativne posledice na naravo in kulturno dediščino.

Doživetja v naravi

2

Action			Details
<p>2.6. Doživetja v naravi Turizem spoštuje in ohranja naravo, živalstvo in rastlinstvo. Produkti doživljanja narave, živalstva in rastlinstva so pristni in odgovorni.</p>	✓	✓	<p>V skladu z Upravljalnim načrtom TNP se preprečujejo vse oblike turizma in prostočasnih dejavnosti, ki zaradi svojega obsega, lokacije in načina izvajanja povzročajo nesprejemljive negativne posledice na naravo in kulturno dediščino.</p> <p>Povsod, kjer je ustrezno, smiselno in obstaja podjetniški interes, se infrastrukturo (informativne točke, parkirišča, razgledišča) nadgradis turistično ponudbo, katere cilji so povečanje ozaveščenosti, izboljšanje ponudbe za turiste in obiskovalce ter omogočanje prihodkov in zaposlitve lokalnemu prebivalstvu.</p> <p>V narodnem parku se prednostno urejajo turistične kapacitete v obstoječih objektih, na novo se gradijo le taki z manjšimi nočitvenimi zmogljivostmi, npr. manjši hoteli in penzioni.</p> <p>Razvijajo se zeleni (trajnostni) turistični produkti, ki krepijo odgovornost lokalnega prebivalstva, turistov in obiskovalcev do narave, promovirajo spoznavanje, doživljanje in razumevanje narodnega parka.</p> <p>Eden od zelo pomembnih produktov doživljanja narave je Mednarodni festival alpskega cvetja, ki ga organizira Turizem Bohinj.</p> <p>Festival poteka vsako leto in traja dva tedna, namen pa je spodbujati promocijo kulture, narave in podeželja v Bohinju, ki je ekonomsko, socialno in okoljsko zelo občutljivo območje v Sloveniji.</p> <p>Alpsko cvetje je integralen del pokrajine v osrčju Triglavskega narodnega parka in alpskih travnikov Julijskih Alp. Naravno gnojeni pašniki, ki so še vedno del pokrajine z</p>

aktivnim kmetijstvom, so vedno redkejši na vseh območjih Evrope. V Bohinju je mnogo takšnih travnikov in medtem ko se načini kmetovanja spreminjajo, mlajše generacije pa so vedno manj neposredno vključene v upravljanje zemljišč, pa ima lokalno bohinjsko prebivalstvo še vedno izjemno željo promovirati in krepiti zavest javnosti o naravni in kulturni dediščini Bohinja.

Glavni cilj Mednarodnega festivala alpskega cvetja je »graditi trajnostno prihodnost za ljudi in naravo«. Alpsko cvetje igra zelo pomembno vlogo v lokalni kulturi, saj imajo v času spreminjajočih kmetijskih metod in vedno manjšega vključevanja mladih v upravljanje z zemljišči Bohinjci zelo veliko željo, da na ta način promovirajo in spodbujajo ozaveščenost o edinstveni naravni in kulturni dediščini Bohinja.

Festival ponuja velik izbor dogodkov, ki prikazujejo, da je Bohinj zelo bogat z alpskim cvetjem, in da je prav v Bohinju velika raznovrstnost habitatov (npr. travniki, hribi, gore, jezera in reke). Eden poglobljenejših namenov festivala je podaljšati turistično sezono tudi v čas izven glavne turistične sezone, ter ponuditi številne dogodke in dejavnosti za lokalne prebivalce in obiskovalce. S temi dogodki želi festival spodbujati ozaveščenost o širokem naboru okoljskih in kulturnih danosti na področju Bohinja in spodbujati spoštovanje naše dediščine planšarstva in visoke kakovosti našega okolja.

Pristop festivala s povezovanjem umetnosti, znanosti in domačega življenja z biotsko raznovrstnostjo na način, ki je privlačen in spodbuja sodelovanje in udeležbo obiskovalcev in vseh prebivalcev v skupnosti, je zelo inovativen in uspešen ne glede na to, da se je sam festival soočal z mnogimi konservativnimi pogledi posameznikov izven področja, ki so menili, da je alpsko cvetje last akademskih botanikov, ter da je namen festivalov spodbujati umetnost ali glasbo in ne okolja!

Večina Bohinja leži v številnih evropskih zaščitelih območjih (Natura 2000), področje samo pa vsebuje številne posebej zaščitene habitate in vrste. V preteklosti je bilo na

tem področju izvedenih veliko razvojnih pritiskov, še posebej s strani turistične industrije. Festival dokazuje, da sta tako biotska raznovrstnost kot tudi kultura pojma, ki podpirata našo uspešnost oziroma uspešnost Bohinja kot turistične destinacije. Z razumevanjem povezav med biotsko raznovrstnostjo, okoljem in turistično industrijo se številni poslovni subjekti vključujejo v promocijo in varovanje okolja in tako zagotavljajo, da bo razvoj v prihodnosti trajnosten. Ohranjanje habitatov in biotske raznovrstnosti bomo dosegli tudi s spodbujanjem ozaveščenosti glede pomembnosti teh danosti in razumevanjem prave vrednosti tradicionalnega kmetijstva (košnja in spravlanje sena, proizvodnja mlečnih izdelkov) in dejavnosti kot je čebelarstvo itd. Vse te dejavnosti imajo socialne, ekonomske in okoljske koristi. V preteklosti pa je bila prepogosto poudarjena pomembnost zgolj ekonomskih koristi.

Triglavski narodni park pokriva večino Bohinja, odnosi med lokalnimi prebivalci in Zavodom TNP pa niso bile vedno pozitivni. Kot v mnogih drugih državah se je zaščita biotske raznovrstnosti (narave) prepogosto obravnavala kot ovira za razvoj, zaposleni v tovrstnih zavodih (za zaščito področja) pa se mnogokrat niso bili pripravljeni (ali zmožni) odzvati na poglede in mnenja lokalnih prebivalcev itd. Kljub temu pa festival jasno pripomore k temu, da se Triglavski narodni park obravnava kot eden izmed glavnih danosti, na katerih v Bohinju lahko gradimo zelene turistične produkte, zato se odnosi med področjem in TNP-jem izboljšujejo. Izboljšali so se celo v tolikšni meri, da je festival v partnerstvu s TNP-jem proslavil predsedovanje Slovenije Alpski konvenciji 2009-2010 z organizacijo pomembne znanstvene konference »Narava, kmetijstvo in turizem na alpskih področjih«.

Leta 2010 je država Slovenija izbrala Mednarodni festival alpskega cvetja kot osrednji dogodek ob Mednarodnem letu biotske raznovrstnosti. Dogodki na nacionalni ravni so vključevali spektakularno otvoritveno slovesnost s ključnim govorom Ministra za okolje RS, Roka Žarnića. Konferenca je v okviru festivala z naslovom »Kultura, narava in biotska raznovrstnost kot osnova za razvoj podeželja« gostila mnoge eminentne govornike. Tekom festivala pa je potekalo mnogo dogodkov in dejavnosti, ki so bili pripravljeni in organizirani na temo "Biotska raznovrstnost je življenje".

2.7. Odnos do živali

Raba živali v turistične namene je učinkovito nadzorovana, s čimer se preprečuje nepotrebno trpljenje, bolezni in smrt.



Raba živali v kakršnekoli namene, sploh na območju TNP je učinkovito nadzorovana.

Ključni negativni vpliv na populacije divjadi na območju narodnega parka je vznemirjanje, ki ga povzročata celoletno obiskovanje narodnega parka in izvajanje različnih pristočasnih dejavnosti. Za omejevanje navedenega pritiska so oblikovana mirna območja na zimovališčih in dnevnih počivališčih divjadi, časovno so omejene tudi pristočasne dejavnosti.

Na območju narodnega parka se prednostno ohranjajo ekosistemi in naravni procesi, naravne vrednote, pestrost habitatov živalskih in rastlinskih vrst ter krajinske značilnosti. O pomenu se osvešča prebivalce in obiskovalce, da z dejavnostmi ne vznemirjajo pristoživečih živali in da ne hodijejo izven utrjenih in označenih poti.

Med moteče dejavnosti spada fotolov, hoja in rekreacija po brezpotjih in neoznačenih poteh, nabiranje gozdnih dobrin (zelišča, gozdni sadeži in gobe), nenadzorovana paša drobnice, sprehajalci s spuščeni psi, klataški psi, spremembe namembnosti objektov na osamljenih lokacijah, zračni promet, vožnja z motornimi sanmi in štirikolesniki, uporaba pirotehničnih sredstev, nezakonit ribolov in odvzem iz narave živali zavarovanih vrst ter neprimerno krmljenje divjadi v zimskem času s strani lokalnega prebivalstva.

Ohranjanje biotske raznovrstnosti vse zagotavlja predvsem z usmerjanjem načrtovanja rabe prostora in naravnih virov in izvajanjem spodbujevalnih ukrepov. Slednje se v narodnem parku uresničuje z varstvenimi ukrepi v okviru območij Natura 2000.

Z uveljavljanjem predkupne pravice do nakupa zemljišč in neposrednim nadzorom se zagotavlja doslednejše varstvo narave.

Krajina in slikovitost

1

Action			Details
<p>2.8. Krajina in slikovitost Destinacija varuje naravne in ruralne razglede ter skrbi za ohranjanje duha prostora. Učinkovito preprečuje propadanje krajine in širjenje mestnih območij na slikovito podeželje.</p>	✓	✓	<p>Bohinjska arhitekturna krajina je ena izmed desetih kulturnih krajin v gorenjski arhitekturni regiji, od katerih se loci po arhitekturni tipologiji, ki se odraža v arhitekturnih elementih (ganki, portal, okenski okvirji, okrasni detajli v lesenem opažu ter razmerjih arhitekturnih členov (vhodi, okenske odprtine, fasadne členitve).</p> <p>Izjemno kulturno in simbolno kakovost krajine v Bohinju izkazujejo številne planine (Voje, Zajamniki, Uskovnica, Blato, Jezero, Dedno polje). Z opuščanjem dejavnosti planšarstva se stanovi nezakonito spreminjajo v počitniške hiše.</p> <p>Strategija načrtovanja prostorskega razvoja občine Bohinj teži k omogočanju kakovostnega življenjskega okolja s takšno rabo prostora, ki ob upoštevanju dolgoročnega varovanja okolja, ohranjanja narave in trajnostne rabe naravnih dobrin in drugih virov ter celostnega ohranjanja kulturne dediščine omogoča zadovoljevanje potreb sedanjih prebivalcev ter ne ogroža zadovoljevanja potreb prihodnjih generacij.</p> <p>Občina Bohinj je del Julijskih Alp in je prepoznavna po arhitekturni identiteti podeželskih naselij, značilni kulturni krajini, ohranjeni naravi in velikem številu naravnih vrednot, bogastvu voda in gozdov, veliki biotski raznovrstnosti in raznovrstnosti naravnih procesov. Je tudi del Zgornje Gorenjske, zato razvojna vprašanja in pobude, ki so skupnega pomena za to območje, rešuje s sosednjimi občinami.</p> <p>Za zagotavljanje racionalne rabe prostora in ohranjanje prostorskih kakovosti občina dejavnosti, ki niso vezane na naravne vire, prvenstveno usmerja v obstoječa območja naselij. Izven naselij je dopustno umeščati prostorske ureditve, ki neposredno služijo kmetijstvu, gozdarstvu, izkoriščanju mineralnih surovin, urejanju voda, turizmu in rekreaciji, okoljski infrastrukturi ter komunalni in prometni infrastrukturi. Tako so območja na primer okoli Bohinjskega jezera večinoma nestavbna in tako novogradnja v večini primerov ni več mogoča.</p>

Osnova za postavitev ciljev prostorskega razvoja so temeljne značilnosti prostora, geografski položaj občine, ocena stanja, teženj in problemov v prostoru ter vizija prostorskega razvoja. Usmeritve prostorskega razvoja temeljijo na zavedanju, da je prostor omejena dobrina, zato njegovo načrtovanje mora biti dolgoročno naravnano in skrbno usklajeno. Poselitev se prvenstveno koncentrira znotraj naselja, usmeritve so predvsem v zaokrožitvi obstoječih naselij in sanaciji razpršene gradnje. Možnosti širitve naselij so predstavljeni v Analizi nezazidanih stavbnih zemljišč, kjer pa se možnost širitve ni preučila znotraj naselij Goreljek in Ukanc, kjer je prepoznano območje razpršene poselitve ter znotraj naselij Gorjuše, Podjelje, Koprivnik in Ravne, kjer se prepozna tradicionalno razpršeno poselitev in se širitev načrtuje mestoma, na podlagi izraženega interesa in izoblikovanja tradicionalnega vzorca razpršene poselitve. Priobalno zemljišče Bohinjskega jezera ni namenjeno novi pozidavi in se prvenstveno ohranja naravno in nedotaknjeno.

Občina z določanjem načina gradnje v prostorskem načrtu varuje tudi izgled krajine – varuje razglede na ključne točke v vasi (npr. cerkve) tako, da s prostorskim aktom določa največjo višino objektov po etažah ali z omejitvijo na velikost gabaritov objekta, ki ne preseže sosednjih objektov. S tem se zagotavlja vizualno neizstopajoče objekte, posegi pa morajo zagotoviti oblikovno homogenost in identiteto območja ter se prilagoditi kakovostnim in tradicionalnim oblikovnim značilnostim okoliških objektov in ureditev (sestava, merilo in razmerja stavbnih volumnov, oblikovanost strehe, oblikovanja in razmerja fasad, barva in tekstura streh in fasad, uporaba materialov, arhitekturni elementi, višina objektov, regulacijske črte, način ureditve odprtega prostora, urbana oprema in druge kakovostne oblikovne značilnosti prostora. Občina je pripravila tudi študijo Stavbne tipologije, katere namen je prepoznati elemente stavbne dediščine, podrobneje prikazati kakovostne stavbne prvine ter pridobiti podlago za kakovostnejšo umeritev za izvedbo gradnje z upoštevanjem stavbnih tipoloških značilnosti Bohinja ter vzdrževanje tradicionalne identitete krajine.

Urbanistični razvoj naselja sledi upoštevanju zgodovinske nepretrganosti, značilnosti prostora, naselbinski dediščini, arhitekturnim posebnostim in trajnostni gradnji z upoštevanjem inovativnosti posameznih rešitev. OPN predstavlja tudi koncept prostorskega razvoja za posamezna središča ter krajinske enote na podlagi svoje vloge, zasnove ter razvojnih potreb.

Občina je prav tako pristopila k izdelavi Kataloga urbane opreme, ki služi kot dokument, na podlagi katerega se na javne površine umešča enotno urbano opremo, ki je zasnovana celovito z upoštevanjem značilne arhitekture in tipologije ter tradicionalnega stila.

Občina Bohinj je pripravila (*opomba: je v fazi potrjevanja*) Strategijo razvoja planin, ki opredeljuje koncept razvoja planin in umeščanje tradicionalnih dejavnosti za nadaljnjo ohranjanje in oživljanje planin. Pašništvo močno zaznamuje kulturno krajino Julijskih Alp. Iz te dejavnosti se je razvila arhitektura, ki je del naše kulture in kulturne dediščine. Z ohranjanjem značilne tipologije objektov na bohinjskih planinah prenašamo dediščino na prihodnje rodove in krepimo kakovost in prepoznavnost bohinjskih planin. Strategija predstavlja ključne smernice za vzdrževanje in obnovo posameznih objektov.

DOKUMENTI:









- Odlok o občinskem prostorskem načrtu Občine Bohinj (Uradni vestnik Občine Bohinj št. 4/16, 11/16, 4/17) (v nadaljevanju: OPN)
- Strateški koncept trajnostnega razvoja planin v Občini Bohinj
- Katalog urbane opreme za območje občine Bohinj
- Bohinj – Stavbna tipologija
- Analizi nezazidanih stavbnih zemljišč

3. Okolje in podnebje

20

Raba zemlje in onesnaženje

5

Action			Details
3.1. Okoljska tveganja Destinacija ustrezno naslavlja okoljska tveganja. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".			
3.2. Onesnaženje zraka Destinacija ustrezno naslavlja onesnaženje zraka. Pri tem se naslanja na tveganja in vplive turizma na kakovost zraka, identificirane v analizi vplivov turizma (1.7).			Onesnaževanje zraka je regulirano z določili upravljanja zavarovanega območja. Veliko pozornost posvečamo usmerjanju prometa in zeleni mobilnosti.
3.3. Hrup Destinacija ustrezno regulira in minimizira hrup. Pri tem se naslanja na tveganja in vplive turizma, identificirane v analizi vplivov turizma (1.7). Destinacija podjetja in obiskovalce spodbuja k minimizaciji hrupa.			Regulacija hrupa je urejena z upravljalnim prostorskim načrtom in Upravljalnim načrtom Triglavskega narodnega parka. Veliko pozornost se namenja mirnim območjem, območjem izjemnega pomena za varstvo in ohranjanje živalskih in rastlinskih vrst ter habitatnih tipov v ugodnem stanju (na posebnem območju varstva SI5000019 Julijci in drugih varovanih in zavarovanih območjih). Na mirnih območjih so obiskovanje (hoja zunaj utrjenih in označenih poti, planinstvo) in različne dejavnosti (zračni promet, turno smučanje, jadralno padalstvo, fotolov, kolesarstvo, gozdarstvo, kmetijstvo) časovno in prostorsko prilagojene tako, da so motnje čim manjše. Na vseh gozdnih cestah, ki potekajo skozi mirna območja so nameščene učinkovite cestne zapore (zapornice) skupaj z obvestili o mirnem območju. Na navedenih gozdnih cestah je prepovedano tudi kolesarjenje in urejanje tekaških prog, na mirnih območjih pa nabiralništvo, pohodništvo, krpljanje ter vse druge dejavnosti.

Z letali in helikopterji ni dovoljeno preletavati mirnih območij.

Oskrbo planinskih koč se organizira na čim bolj racionalen način, tako da se zmanjša količina potrebnih helikopterskih letov.

Od 1. marca do 15. julija ni dovoljeno vzletanje in pristajanje na vzletišču za helikopterje na Rudnem polju ter preletati območja gornjega platoja Pokljuke, razen za potrebe obrambe, varstva pred naravnimi nesrečami, intervencije in reševanja. Izjema je čas od 15. junija do 15. julija, ko se za potrebe oskrbe planinskih koč dovoli vzletanje in pristajanje helikopterjev na območju Rudnega polja pod sledečimi pogoji: dovoli se vzletanje in pristajanje helikopterjev le med 8 in 17. uro; pogosta vzletanja in pristajanja helikopterjev v času intenzivnega oskrbovanja koč ne smejo potekati dva dni zapored.

Med 1. marcem in 1. julijem se na območju ne izvaja javnih prireditev, tekmovanj in/ali drugih organiziranih aktivnosti ali shodov, razen rednih treningov in z njimi povezanih manjših tekmovanj tekačev in biatloncev ter prireditev Slovenske vojske brez ozvočenja.

Na območje se lahko umeščajo le tisti posegi in dejavnosti, kjer ob upoštevanju kumulativnih vplivov raven hrupa na mirnih območjih od sončnega zahoda do sončnega vzhoda ne presega 40 dB(A) ter da od sončnega vzhoda do sončnega zahoda hrup ne presega 50 dB(A).

Gradbena dela se ne smejo izvajati med 1. januarjem in 1. julijem, oziroma izven tega obdobja, v kolikor je območje zasneženo (ne glede na debelino snežne odeje). Izjemoma so dovoljena nujna sanacijska dela v primeru izrednih dogodkov.

Prostorski prikaz prireditev na območju TNP (na podlagi izdanih soglasij s strani JZ TNP) pokaže, da je največja gostota prireditev na območju Pokljuke, sledi območje Bohinjskega jezera.

Mejne vrednosti kazalcev hrupa, ki so s posebnimi predpisi določene za posamezne stopnje varstva pred hrupom, so lahko presežene za javne prireditve, javne shode ali druge dogodke, na katerih se uporabljajo zvočne ali druge naprave, za kar je treba pridobiti soglasje pristojnega organa.

Na Pokljuki izstopajo prireditve v okviru Športnega centra Pokljuka. V primeru organizacije svetovnega prvenstva ali svetovnega pokala, ki je predviden v mesecu februarju, se ob morebitni vložitvi kandidature predhodno pripravi nabor ukrepov varstva okolja in ohranjanja narave, ki se jih uskladi z ZRSVN in TNP. Z vidika hrupa so glede na populacije divjega petelina potrebni dodatni omilitveni ukrepi.

Na območju Triglavskega narodnjega parka je prepovedana uporaba pirotehničnih sredstev v naravnem okolju. Ta zajema ob izstrelišču tudi polje dometa izstrelkov in vplivno območje (zaradi hrupa, svetlobe, drugih emisij ...).

Merila za izdajo soglasja za izvedbo prireditev, shodov in tekmovanj, ki ne povzročajo čezmerne obremenitve s hrupom in nimajo

neugodnih vplivov na cilje narodnega parka, v prvem in drugem varstvenem območju so zlasti:

- trase/lokacije prireditev so sprejemljive le na območjih, kjer obremenitev ne bo imela

neugodnih vplivov na naravo (npr. zunaj mirnih območij ...);

- prireditev mora potekati na trasi/lokaciji, ki je navedena v zahtevku;

- trajni posegi v prostor na lokaciji/trasi prireditve niso dovoljeni;
- glasnost na prireditvi ne sme presegati zakonsko predpisanih ravni hrupa oziroma se glede nanaravne vrednosti območja določijo mejne vrednosti hrupa ter potrebni omilitveni ukrepi in ureditve;
- vozila udeležencev prireditve morajo biti parkirana na urejenih parkiriščih, parkiranje v naravnem okolju ni dovoljeno;
- organizator mora v 24 urah po koncu prireditve odstraniti vse odpadke in oznake, ki jih je postavil za potrebe prireditve;
- organizator mora zagotoviti ustrezne sanitarne pogoje (postavitve sanitarij, praznjenje in čiščenje) in odvoz odpadkov;
- če je predvidena zapora ceste, je treba pridobiti soglasje upravljavca ceste (Direkcija RS za ceste za državne ceste, občina za lokalne ceste);
- če je predvidena uporaba gozdnih prometnic, mora organizator obvestiti pristojno območno enoto ZGS;
- pri izvedbi prireditev in športnih tekmovanj je treba upoštevati Okoljevarstveni in naravovarstveni kodeks.

Na celotnem območju Bohinja mora organizator javne prireditve, na kateri uporabljajo zvočne naprave in presegajo mejne ravni določene z Uredbo o mejnih vrednosti kazalcev hrupa v okolju, morajo pridobiti dovoljenja za začasno čezmerno obremenitev okolja s hrupom v skladu z drugim odstavkom 94. člena Zakona o varstvu okolja.

Način uporabe zvočnih naprav ureja Uredba o načinu uporabe zvočnih naprav, ki na shodnih in prireditvah povzročajo hrup. Organizator javne prireditve mora za pridobitev dovoljenja priložiti poročilo o emisiji hrupa v okolje, načrt prireditvenega prostora in njegove neposredne okolice v merilu 1:1000 in dokumentacijo o nazivni električni moči in številu zvočnih naprav. Zvočne naprave pa se lahko uporabljajo na prireditvi brez pridobitve dovoljenja, če je njihova uporaba skladna z 12. členom Uredbe. V tem primeru je potrebno uporabo zvočnih naprav prijaviti lokalni skupnosti.



Z občinskim prostorskim načrtom varstva pred hrupom so kot območja z II. stopnjo

		<p>varstva pred hrupom določena za območja stanovanj (SSe, SSv, SB, SP), območja centralnih dejavnosti (površine za zdravstvo v neposredni okolici bolnišnic, zdravilišč in okrevališč) in posebna območja (BT).</p>
<p>3.4. Svetlobno onesnaženje Destinacija ustrezno naslavlja vplive svetlobnega onesnaženja na živalstvo, rastlinstvo in izkušnjo gostov. Pri tem se naslanja na tveganja in vplive turizma, identificirane v analizi vplivov turizma (1.7).</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>Postavljanje in uporaba virov svetlobe za usmerjeno osvetljevanje naravnega okolja na območju Bohinja ni dopustna.</p> <p>Postavitev naprav, ki z laserskim žarkom osvetljujejo nebo ali pobočja, ni dopustna.</p> <p>Pri razsvetljavi cest, javnih površin in drugih zunanjih površin se upoštevajo določbe predpisov v povezavi s preprečevanjem svetlobnega onesnaženja. Uporabljajo se energetske varčne sijalke, ki ne svetijo v UV spektru in čim manj svetijo v modrem delu spektra (npr. visokotlačne natrijeve sijalke, nikakor pa ne LED ali živosrebrove). Svetilke morajo biti nepredušno zaprte in usmerjene v tla, tako da ni sevanja svetlobe nad vodoravnico. Javne površine so opremljene z javno razsvetljavo skladno s funkcijo in pomenom posamezne površine ter okoliških objektov. Oblikovanje oziroma tip svetilke mora biti skladen z oblikovanjem ostale urbane opreme, odprtega prostora in pozidave v območju.</p> <p>Pri osvetljevanju objektov se upošteva ukrepe za zmanjševanje emisije svetlobe v okolje, ki jih določajo predpisi s področja svetlobnega onesnaženja okolja.</p> <p>Dodatna javna razsvetljava se lahko namesti le v primeru, da iz načrta javne razsvetljave občine Bohinj v skladu s predpisi o svetlobnem onesnaževanju sledi, da ciljna vrednost porabe električne energije za javno razsvetlavo na prebivalca še ni presežena in da ne bo presežena niti z izgradnjo nove razsvetljave; v nasprotnem primeru je treba izdelati ali dopolniti načrt javne razsvetljave Občine Bohinj, tako da bo vsebuje ustrezne ukrepe za zmanjšanje porabe električne energije za javno razsvetlavo na območju celotne občine.</p> <p>Svetilke javne razsvetljave morajo biti nameščene tako, da na oknih objektov z varovanimi prostori ne presegajo mejnih vrednosti po predpisih o mejnih vrednostih svetlobnega onesnaževanja okolja, kar je se preverja z meritvami.</p>

			<p>Svetilke javne razsvetljave morajo biti nameščene tako, da na oknih objektov z varovanimi prostori ne presego mejnih vrednosti po predpisih o mejnih vrednostih svetlobnega onesnaževanja okolja, kar je potrebno preveriti z meritvami.</p> <p>Svetle pločevinaste kritine, ki ne oksidirajo in imajo močan odsev, glazirane svetle pločevinaste in prosojne barvaste kritine ter kritine s trajno odbojnim svetlobnim učinkom niso dopustne.</p> <p>Na območju občine Bohinja ni dopusten naslednji tip objektov za oglaševanje in obveščanje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • utripajoči svetlobni objekti ter drugi elektronski objekti, • zvočni objekti, • zelo veliki objekti za oglaševanje (jumbo plakati).
<p>3.5. Raba zemlje in prostorsko načrtovanje Pri načrtovanju novih razvojnih in infrastrukturnih projektov destinacija presodi vplive na okolje, ekonomijo in družbo. Stremi k optimizaciji vplivov v vseh fazah: fazi načrtovanja, oblikovanja, gradnje in rušenja. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".</p>	✓	✓	

Upravljanje z vodami



Action			Details
<p>3.6. Vodni viri Destinacija ustrezno upravlja z vodnimi viri in spremlja rabo vode. Zagotavlja, da raba vode v turističnih podjetjih ne ogroža potreb po</p>			

vodi lokalnega prebivalstva. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".	✓	✓	
3.7. Spremljanje kakovosti vode Destinacija ustrezno spremlja kakovost pitne vode in kopalnih voda. Podatki so javni. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".	✓	✓	
3.8. Odpravljanje težav s kakovostjo vode Če pride do težav s kakovostjo vode, obstaja v destinaciji ustrezen sistem za odpravljanje težav. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".	✓	✓	
3.9. Ravnanje z odpadnimi vodami Ravnanje z odpadnimi vodami je ustrezno urejeno in regulirano na način, da so vplivi na ljudi in okolje čim manjši.	✓	✓	<p>Glavni cilj na področju oskrbe z vodo je ustrezna zaščita in varovanje vseh vodnih virov pred onesnaženjem in neustreznimi posegi, zagotovitev ustrezne vodooskrbe vsem naseljem v občini in spodbujanje varčne ter smotrne rabe pitne vode.</p> <p>Zagotavlja se primeren način odvajanja in čiščenja odpadne vode za vsa gospodinjstva in gospodarske subjekte. V območjih strnjene pozidave se ureja odvajanje odpadne vode preko kanalizacijskega sistema do ustrezne čistilne naprave, v oddaljenih manjših naseljih pa se kontrolirajo lokalni načini odvajanja in čiščenja odpadne vode. Sanacija dotrajanih ali preobremenjenih kanalizacijskih sistemov se prednostno izvaja na občutljivih in vodovarstvenih območjih.</p> <p>V območju naselij Ukanc, Ribčev Laz, Stara Fužina in Bohinjska Bistrica je dograjen kanalizacijski sistem, nanj pa se priključujejo objekti. Sistem v omenjenih naseljih je vključen v centralni sistem s centralno čistilno napravo pri Bohinjski Bistrici. V centralni sistem so poleg vseh naselij ob Savi Bohinjki do naselja Nomenj vključene tudi vasi Stara Fužina, Studor, Srednja vas v Bohinju, Bohinjska Češnjica, Jereka, Koprivnik, Goreljek in Ravne.</p> <p>Na območju Nemškega Rovta je lokalni kanalizacijski sistem s čistilno napravo, ki se lahko dolgoročno rekonstruira ali poveže s centralnim sistemom. Lokalni kanalizacijski sistem s čistilno napravo je predviden za območje Rudnega Polja, Gorjuš, Uskovnice in hotelsko območje na Voglu.</p> <p>Ob nadgradnjah na čistilnih napravah Bohinjska Bistrica in Nemški Rovt se učinek</p>

		<p>čiščenja poveča z dodatnim odstranjevanjem dušika in fosforja (terciarno čiščenje).</p> <p>V manjših oddaljenih naseljih, kjer gradnja kanalizacijskega sistema ni predvidena, na planinah in v planinskih kočah, je predvidena uporaba individualnih sistemov odvajanja in čiščenja odpadne vode, za katera se vzdržuje evidenca ter stalni nadzor. Priporočena je uporaba malih komunalnih čistilnih naprav, ki morajo z zmogljivostjo in izbrano tehnologijo čiščenja ustrezati specifičnosti območja (še posebej v visokogorju in na planinah) in zadostiti okoljskim zahtevam.</p> <p>Na območjih, kjer je načrtovana gradnja kanalizacijskega omrežja ali le-to že obstaja, morajo biti vsi objekti praviloma priključeni na javno kanalizacijsko omrežje, v kolikor na območju ni dovoljena tudi uporaba individualnih sistemov odvajanja in čiščenja odpadne vode. Če kanalizacijsko omrežje še ni zgrajeno, gradnja novih objektov ni možna, razen, če se hkrati z gradnjo novih objektov gradi tudi javno kanalizacijsko omrežje.</p> <p>Mešani sistem za odvajanje odpadnih vod se na območjih, kjer je to ekonomsko sprejemljivo, postopoma nadgrajuje v ločen sistem.</p> <p>Vse odpadne vode so pred iztokom očiščene skladno z zakonskimi predpisi.</p>
--	--	---

Trajnostna mobilnost

4

Action			Details
3.10. Mehka mobilnost Destinacija ima izdelano strategijo mehke mobilnosti, v kateri so opredeljeni ukrepi za minimizacijo vplivov transporta iz analize vplivov turizma (1.7). Spodbujata se pešačenje in kolesarjenje.	✓	✓	Bohinj ima izdelanih več dokumentov vezanih na mehko mobilnost. Je podpisnik mednarodne pogodbe "Alpske konvencija" (Konvencija o varstvu Alp) s katero se zavezuje k trajnostnemu razvoju in varovanju alpskega sveta. S projektom »Parkiraj & doživi naravo!«, ki je sofinanciran s strani Finančnega mehanizma Evropskega gospodarskega prostora 2009-2014, smo v Bohinju uvedli

celovito okolju prijazno mobilnost, ki bo prispeva k ohranitvi našega edinega narodnega parka in omogoča pravo doživljanje narave.

V sklopu projekta so bili zamenjani parkomati ob Bohinjskem

jezeru z omogočeno uporabo Sistema inteligentnega transporta (ITS) z mobilno aplikacijo, ki podaja informacije o zasedenosti parkirišč, o javnem prevozu, programih za doživljanje naravnih vrednot itd.

Na bohinjski Bistrici in v Stari Fužini smo vzpostavili dve izposojevalnici koles s skupno 14 treking kolesi in dodatno opremo (čelade, otroška sedeža) za obiskovanje ter doživljanje narave Bohinjskega jezera.

V Centru Triglavskega narodnega parka Bohinj v Stari Fužini pa smo uredili info točko z zaslonom na dotik, animiranim filmom, interaktivnim zemljevidom in drugimi vsebinami, ki vabijo obiskovalce k ogledu info točk ter informirajo obiskovalce o trajnostni mobilnosti in o vplivu prometa na naravo.

V letošnjem letu (2017) smo postali tudi član združenja Alpine Pearls, ki združuje najbolj trajnostno usmerjene občine v Alpah. Gre za mrežo manjših občin v Italiji, Švici, Avstriji in Sloveniji, ki si želijo mehkega pristopa k turizmu in se zavedajo, da je promet ena od tistih dejavnosti, ki preveč posega v prostor, zato spodbujajo uporabo javnega prevoza. S tem razlogom je treba za vstop v to družbo izpolnjevati tudi pogoje, predvsem možnost dostopa z vlakom in usklajenost javnega prevoza.

Občina Bohinj je v zadnjih letih uspela izpeljati številne aktivnosti tako imenovane mehke /trajnostne mobilnosti in sicer na različnih področjih. Na področju informiranja o namenih lokalne skupnosti na temo umirjanja prometa in spodbujanja ter promocije alternativnih oblik naravi prijazne mobilnosti je bila že pred več kot 20 leti uvedena kartica Gost Bohinja. Z začetne ponudbe brezplačnega parkiranja in drugimi popusti je z leti kartica postala kartica mobilnosti. Danes tako kartica gost Bohinja imetniku omogoča popolno mobilnost in sicer brez uporabe lastnega avtomobila.

V zadnjih letih je občina preko Turizma Bohinj dodatno nadgradila ponudbo javnih prevozov in sicer z uvedbo dodatnih avtobusov v poletni turistični sezoni (Hop on Hop off na Pokljuko, avtobus po Zgornji Bohinjski dolini do slapa Savice, Ski bus). Lokalna skupnost tudi redno sodeluje s Slovenskimi železnicami in sicer predvsem na področju vzpostavitve turističnih produktov, ki vključuje vožnjo z vlakom, recimo Bohinj-Ski vlak. Turizem Bohinj skrbi za opremo in vzdrževanje pohodniških poti v Bohinju, in ponudbo električnih koles.

Občina Bohinj je tudi na področju infrastrukture izvedla pomembne investicije. Tako je bila zgrajena nova kolesarska pot od Bohinjske Bistrice do Srednje vasi, v letu 2016 še do Bohinjske Češnjice, s tem bo zaključena pentlja okrog Bohinja, zgrajen je bil most v Danici, ki je Bohinjsko Bistrico neposredno povezala s kolesarsko potjo, uvedeno je bilo začasno parkirišče pred Bohinjskim jezerom z možnostjo brezplačnega prevoza do jezera (Shuttle bus). V okviru izvajanja projekta Parkiraj&doživi naravo pa je v letu 2016 vzpostavila 2 novi izposojevalnici koles (Park&Bike), zasnovala in vzpostavila Sistem inteligentnega transporta, ki bo omogočal informiranje in promocijo obiskovanja z mehko mobilnostjo in prenovila parkirni sistem.

Vse zgoraj naštetu so opazili tudi v omrežju Alpskih občin, in nas povabili k sodelovanju oziroma vključitvi v to elitno družbo občin, ki jih primarno povezuje prav odločitev za trajnostno mobilnost. Različne pripravljalne aktivnosti so potekale skoraj dve leti. Na strani Alpskih biserov je aktivnosti usklajeval župan občine Werfenweng g. Brandauer na strani občine Bohinj pa Klemen Langus, direktor Turizma Bohinj. Po zadnjem ocenjevanju destinacije in poročilu je skupščina omrežja Alpskih biserov potrdila vstop Bohinja v mrežo.

Vstop občine pomeni priznanje za aktivnosti na področju trajnostnega turizma. Pomeni pa tudi dodatne promocijske aktivnosti v družbi najboljših, izmenjave primerov dobrih praks, izobraževanja in sodelovanje pri različnih projektih. Menimo, da bo Bohinj z vstopom v omrežje Alpskih biserov utrdil svojo podobo destinacije z jasno zavezo trajnostnemu razvoju, ki domačinom omogoča kakovostno življenje, obiskovalcem pa kakovostno doživljanje območja. Na drugi strani pa z vstopom Bohinja pridobijo tudi člani omrežja, saj je Bohinj v zadnjih letih razvil primere dobrih praks, za katere se že zanimajo občine članice omrežja. Takšen primer je recimo Festival alpskega cvetja in blagovna znamka Bohinjsko/From Bohinj.

3.11. Javni prevoz

Javni prevoz je ustrezno organiziran. Destinacija spodbuja rabo javnih prevoznih sredstev.



V zadnjih letih je občina preko Turizma Bohinj uspela izpeljati številne aktivnosti tako imenovane mehke /trajnostne mobilnosti in sicer na različnih področjih.

Dodatno je nadgradila ponudbo javnih prevozov in sicer z uvedbo dodatnih avtobusov v poletni turistični sezoni (Hop on Hop off na Pokljuko, avtobus po Zgornji Bohinjski dolini do slapa Savice) in zimski ski bus, ki vozi od železniške postaje po zgornji in spodnji dolini do smučišč Vogel, Pokljuka in Soriška planina.

V sodelovanju z Voglom in Avtobusno postajo Ljubljana smo vzpostavili paketno ponudbo »popoln dan«, ki za ugodno ceno združuje povratno vozovnico za avtobus Ljubljana – Bohinj, vožnjo z ladjico po jezeru, vozovnico za gondolo na Vogel in kosilo.

Turizem Bohinj redno sodeluje s Slovenskimi železnicami in sicer predvsem na področju vzpostavitve turističnih produktov, ki vključuje vožnjo z vlakom, recimo paket Bohinj-Ski vlak (vozovnica za vlak, smučarska karta, kosilo). V sodelovanju z železnicami smo uvedli tudi dodatni avtovlak na relaciji Bohinjska Bistrica – Nova Gorica in dodatni vagon za kolesa.

Na področju informiranja o namenih lokalne skupnosti na temo umirjanja prometa in spodbujanja ter promocije alternativnih oblik naravi prijazne mobilnosti je bila že pred več kot 20 leti uvedena kartica Gost Bohinja. Z začetne ponudbe brezplačnega parkiranja in drugimi popusti je z leti kartica postala kartica mobilnosti. Danes tako kartica gost Bohinja imetniku omogoča popolno mobilnost in sicer brez uporabe lastnega avtomobila.

Kartico Bohinj lahko kupijo gostje, ki v Bohinju prenočijo vsaj **dve noči** in so nastanjeni pri ponudnikih namestitev, ki imajo s Turizmom Bohinj sklenjeno partnersko pogodbo.

S kartico spodbujamo trajnostno mobilnost, saj omogoča:

- brezplačni prevozi z avtobusi Alpetour po Bohinju
- brezplačni poletni hop-on, hop-off avtobus na Pokljuko
- brezplačna vožnja s panoramsko ladjo
- brezplačni ogled muzejev v Bohinju

- brezplačni ogled Slapa Savica in korit Mostnice
- 50 % popusta na **avtobusno vozovnico** Potovalne agencije Alpetour iz Občine Bohinj do vseh postajališč na relaciji do Ljubljane in v obratni smeri (popust se upošteva samo kadar je vstopna ali izstopna postaja na območju Občine Bohinj)
- 50 % na ceno **vozovnice za vlak** na relaciji Ljubljana-Jesenice-Bohinjska Bistrica-Most na Soči-Nova Gorica in obratno
- 20 % popust na povratno vožnjo **z nihalko na Vogelza** individualne goste.

Turizem Bohinj skrbi za opremo in vzdrževanje pohodniških poti v Bohinju, in ponudbo električnih koles.

REDNA AVTOBUSNA LINIJA Ljubljana – Bohinj- Ljubljana

Avtobus vozi vsak dan, odhod avtobusa iz bohinja in Ljubljanje je navadno vsako polno uro.

- ozni redi v Julijskih Alpah 2017 :
<http://www.cipra.org/sl/cipra/slovenija/aktivnosti-v-teku/vozniredi>

POLETNI AVTOBUS BOHINJ

- vozi od 1. julija do 31. avgusta
- brezplačen za imetnike Kartice mobilnosti Gost Bohinja
- relacija: Bohinjska Bistrica (železniška postaja) – Slap Savica

HOP ON HOP OFF NA POKLJUKO

- relacija Bohinj – Pokljuka
- vozi v času poletne sezone (vsako soboto in nedeljo)
- brezplačen za imetnike Kartice mobilnosti Gost Bohinja
- [vozni red in dodatne informacije hop on hop off avtobusa](#)

ZIMSKI SKI BUS BOHINJ



		<ul style="list-style-type: none"> • prevoz na smučišča (Vogel, Pokljuka in Soriška planina) • brezplačen za vse občane Bohinja • brezplačen za imetnike Kartice mobilnosti Gost Bohinja • vozni red in dodatne informacije
<p>3.12. Potovanja in podnebje Destinacija ima izdelano strategijo, kako meriti in minimizirati ogljični odtis obiskovalcev.</p>	<p>✓</p>	<p>— Turizem Bohinj in Občina Bohinj si že nekaj let prizadevata z spodbujanjem javnega potniškega prometa zmanjšanjem prometne obremenitve Bohinja. Ogljičnega odtisa zaenkrat ne izračunavamo, vendar so vse dejavnosti v destinaciji usmerjene v zmanjševanje ogljičnega odtisa.</p> <p>To se kaže v spodbujanju uporabe javnega prevoza, mehke mobilnosti, izgradnjo kolesarske poti, izposojevalnice koles, električne ladjice, zagotavljanja kratkih dobaviteljskih verig (prek znamke Bohinjsko/from Bohinj), usmerjanja promocije na območje Slovenije in okoliških držav (Avstrija, Italija, Hrvaška) ter usmerjanju na promocijo in izvedbo aktivnosti (prireditve, festivali) v izvensezonskih mesecih.</p> <p>Sodelujemo v projektih vezanih na mehko mobilnost. Bohinj je podpisnik Alpske konvencije (Konvencija o varstvu Alp), mednarodne pogodbe, s katero se podpisnice zavezujejo k trajnostnemu razvoju in varovanju alpskega sveta. Konvencija sestoji iz 13 protokolov, od katerih vsi, razen Protokola o reševanju sporov, vsebujejo določila in ukrepe za sonaraven razvoj fizičnih in družbenih pokrajnotvornih sestavni. Osnovni cilji delovanja je zagotavljanje stalnega preverjanja in dopolnjevanja okoljske politike, okoljevarstveno osveščanje krajevnega prebivalstva in stalna izmenjava izkušenj in sodelovanje med z občinami, članicami Omrežja občin in vsemi alpskimi občinami.</p> <p>Z letošnjim letom smo vstopili v članstvo mreže Alpine pearls. Glavni namen združevanja, ki se je začelo leta 2006, so projekti trajnostne mobilnosti. Gre za majhne občine v Italiji, Švici, Avstriji in Sloveniji, ki si želijo mehkega pristopa k turizmu in se zavedajo, da je promet ena od tistih dejavnosti, ki preveč posega v prostor, zato spodbujajo uporabo javnega prevoza. S tem razlogom je bilo potrebno za vstop v to družbo izpolnjevati tudi pogoje, predvsem možnost dostopa z vlakom in usklajenost javnega prevoza.</p> <p>Ogljičnega odtisa se ne meri, vse aktivnosti v destinaciji pa so usmerjene v</p>

		<p>zmanjševanje ogljičnega odtisa.</p> <p>V letu 2017 je bila izvedena tudi obsežna analiza Turističnega obiska biosfernega območja Julijske Alpe s predlogom optimizacije spremljanja obiska.</p>
<p>3.13. Izravnava ogljičnega odtisa Destinacija meri ogljični odtis obiskovalcev in spodbuja ukrepe za njegovo izravnavo.</p>	<p>✓</p>	<p>— V destinaciji se ogljični odtis meri posredno preko prometa in preko spremljanja števila obiskovalcev.</p> <p>Na območju Bohinja so nameščen 3 avtomatski števcji prometa (Direkcija RS za infrastrukturo – podatki javno dostopni)</p> <p>V letu 2016 so bili v sklopu Izvajanje Monitoringa obiskovalcev v TNP izvedene kvantitativne meritve</p> <ul style="list-style-type: none"> -nočitve, -nočitve v planinskih postojankah, -število obiska znamenitosti (slap Savica, Mostnica), -število uporabnikov ceste Stara Fužina – Blato/Vogar -prepeljani potniki na Vogel, <p>V 2017 pa se je izvedel popis vpisnih knjig v najpomembnejših planinskih postojankah.</p> <p>Analiza zbranih podatkov je predstavljena v strokovnem gradivu: Turistični obisk biosfernega območja Julijske Alpe.</p>

		<p>Vse aktivnosti v povezane s trajnostno mobilnostjo, ki jih izvaja Občina Bohinj, Turizem Bohinj, ter javni zavod TNP so usmerjene k uporabi zelenih transportnih sredstev.</p> <ul style="list-style-type: none"> -točka trajnostne mobilnosti v TNP Bohinjka, -Hop on Hop off javni prevoz v poletnem času, -subvencioniranje javnih prevozov v Bohinj, -avtovlak/vlak spodbujanje uporabe, -promocija turistične ladje (električni pogon/javni prevoz), -projekt izposojevalnice koles (Eagrants-Bohinjka/hike and Bike), -ozaveščevalne akcije in promocija trajnostne mobilnosti, -izgradnja in promocija kolesarskih poti, -občinski redarji uporabljajo električno vozilo, -električno kolo-rikša, ki promovira trajnostno mobilnost
--	--	---

Odpadki in njihova predelava

3

Action	 	Details
3.14. Zmanjševanje količine trdnih odpadkov V destinaciji se spremljajo količine trdnih odpadkov. Odpadki se		Cilji programa gospodarjenja s komunalnimi odpadki za območje občine, ki nakazuje osnove za doseganje ciljev na področju ravnanja z odpadki tako na medobčinski kot

ločujejo in predelujejo. Destinacija ima zastavljene kvantitativne cilje za zmanjševanje količin trdnih odpadkov, s poudarkom na zmanjševanju embalaže.



tudi republiški ravni, so usmerjeni k zmanjševanju količin odpadkov za končno odlaganje ter povečevanje deleža odpadkov za snovno in energetska izrabo. Koncept ravnanja z odpadki se izvaja z vzpostavitvijo ekoloških otokov ter ločenim zbiranjem frakcij odpadkov. Sistem ločenega zbiranja in prevzema odpadkov je lokalno urejen, odvoz in nadaljnje ravnanje z odpadki pa zagotavlja usposobljeno podjetje. Nadaljnji koncept ravnanja z odpadki v občini bo temeljil na preprečevanju in zmanjševanju nastajanja odpadkov, ki ga bo občina dosegla predvsem z osveščanjem prebivalcev in obiskovalcev ter zagotavljanjem ustreznega nivoja uslug.

Občina je vključena v projekt CERO Gorenjska, v okviru katerega je predvidena gradnja centra za ravnanje z odpadki 1. reda. V sodelovanju z drugimi občinami si občina prizadeva za ekonomsko, okoljsko in prostorsko sprejemljivo razporeditev objektov in naprav za ravnanje z odpadki, boljši nadzor in zmanjševanje prostorskih in okoljskih tveganj pri ravnanju z odpadki.

Izvajalec javne službe v sredstvih javnega obveščanja in na druge krajevno običajne načine redno, najmanj 2 krat letno obvešča in na druge načine seznanja uporabnike, da naj:

- izločijo iz komunalnih odpadkov čim več ločenih frakcij in jih prepuščajo na prevzemnih mestih, zbiralnicah ločenih frakcij ali zbirnih centrih,
- izločijo iz komunalnih odpadkov nevarne frakcije in jih oddajajo v zbirnih centrih ali premičnih zbiralnicah nevarnih frakcij,
- prepuščajo ločene frakcije, ki so onesnažene z nevarnimi snovmi ali v katerih so zmešani nevarni odpadki, kot nevarne frakcije,
- hranijo ločene in nevarne frakcije varno in neškodljivo za okolje, dokler jih ne prepuščajo ali oddajo izvajalcu javne službe,
- ne mešajo ločenih ali nevarnih frakcij z drugimi komunalnimi odpadki tako, da jih ni možno izločati pri razvrščanju komunalnih odpadkov v sortirnici,

- ne mešajo bioloških kuhinjskih odpadkov z drugimi komunalnimi odpadki,
- prepuščajo odpadna zdravila, odpadna olja ali druge ločene ali nevarne frakcije, za katere je zbiranje s predpisom urejeno na poseben način, tako kot je predpisano,
- prepuščajo kosovne odpadke in opremo, ki se uporablja v gospodinjstvih in vsebuje nevarne snovi, na prevzemnih mestih ali v zbirnih centrih,
- razstavijo kosovni odpadek večjih dimenzij tako, da posamezni kos vsebuje pretežno eno ločeno frakcijo in ni pretežak ali prevelik za ročno nakladanje na vozilo za prevoz kosovnih odpadkov,
- da je prepovedano mešanje bioloških odpadkov z drugimi komunalnimi odpadki, vključno z zelenim vrtnim odpadom,
- izločajo vse biološko razgradljive kuhinjske odpadke in zeleni vrtni odpad iz komunalnih odpadkov in jih obvezno prepuščajo izvajalcu javne službe kot ločeno zbrano frakcijo,
- o možnosti lastne predelave v kompost v hišnih kompostnikih.

Problemi zbiranja trdnih odpadkov nastajajo predvsem v poletni turistični sezoni, zaradi enodnevnih gostov, ki ne upoštevajo navodil o ravnanju z odpadki.

Z namenom varovanja okolja in osveščanja obiskovalcev so bili iz obremenjenega dela jezerske obale odstranjene vse zbiralne posode za odpadke in ob parkirišču nameščen večji zbiralnik z možnostjo ločenega zbiranja odpadkov.

Komunalni odpadki (kg/preb)

3.15. Ločevanje odpadkov

V destinaciji so na voljo zmogljivosti za ustrezno ločevanje občinskih in industrijskih odpadkov.



Koncept ravnanja z odpadki v občini Bohinj temelji na ločenem zbiranju komunalnih odpadkov pri izvoru nastanka, preprečevanju in zmanjševanju nastajanja odpadkov ter preprečevanju neorganiziranega odlaganja odpadkov. To bo občina dosegla z osveščanjem prebivalcev in obiskovalcev. Občina spodbuja ločeno zbiranje odpadkov pri izvoru nastanka in njihovo ponovno uporabo ter upošteva načelo »stroške plača povzročitelj«.

Načrtuje se skupno odlagališče trajnih in posebnih odpadkov skupaj s sosednjimi občinami. Vsa nelegalna odlagališča se trajno sanira in prepreči prihodnje nelegalno odlaganje odpadkov izven urejenih odlagališč.

Zbiranje podatkov o količinah trdnih odpadkov poteka preko informacijskega sistema ravnanja z odpadki, ki ga vodi in vzdržuje ARSO kot del informacijskega sistema okolja v skladu z Zakonom o varstvu okolja, za zagotavljanje sledljivosti pošiljk odpadkov ter spremljanje nastajanja odpadkov in ravnanja z njimi.

V občini se odpadki zbirajo na več načinov/tehnologij, odvisno od vrste in lastnosti odpadkov ter značilnosti naselij:

- zbiranje komunalnih odpadkov po sistemu »od vrat do vrat«
- zbiranje odpadkov v zbiralnicah ločenih frakcij
- akcija zbiranja odpadkov je tehnologija enkratnega zbiranja odpadkov, ki lahko temelji na tehnologiji zbiranja »od vrat do vrat« ali premični zbiralnici ločenih frakcij
- zbiranje odpadkov v zbirnem centru

V skladu s predpisi s področja varstva okolja je obvezno ločevanje odpadkov na izvoru – pri uporabnikih.

Za mešane odpadke uporabniki najamejo različno velike kontejnerje za odlaganje odpadkov. Za zbiranje embalaže v gospodinjstvu uporabniki brezplačno prevzamejo vreče za zbiranje odpadne embalaže. Odvoz kosovnih odpadkov je urejen na način da uporabniki sami dostavijo odpadni material na zbirališče, enkratletno pa je zagotovljen odvoz kosovnih odpadkov na poziv.

Na območju občine se zagotavljajo naslednji načini ločenega zbiranja odpadkov:

- zbiranje mešanih komunalnih odpadkov, ločeno zbrane mešane embalaže in biološko razgradljivih kuhinjskih odpadkov po sistemu »od vrat do vrat«
- zbiranje steklene in papirne embalaže v zbiralnicah ločenih frakcij,
- zbiranje kosovnih odpadkov in zelenega vrtnega odpada na prevzemnih mestih po naročilu,
- zbiranje papirja in kartona ter papirne, kartonske in steklene embalaže pri drugih uporabnikih na prevzemnih mestih,
- zbiranje v zbirnem centru

Zbiranje mešanih komunalnih odpadkov in zbiranje mešane embalaže na zbirnih mestih uporabnika je obvezno za vsa gospodinjstva in vse druge uporabnike.

Ločevanje biološko razgradljivih kuhinjskih odpadkov je za uporabnike obvezno, pri čemer uporabnik odloži odpadke v lastnem kompostu ali ga odda izvajalcu na prevzemnem mestu.

Zbiranje odpadkov v zbirnem centru je tehnologija zbiranja vseh vrst odpadkov. Uporabnik sam pripelje odpadke v zbirni center in jih razvrsti v ustrezno označene zabojnike.

V zbirnem centru se zbirajo predvsem naslednje vrste odpadkov:

- papir, karton, lepenka, papirna in kartonska embalaža vseh oblik in velikosti,
- mešana embalaža,
- les, vključno z odpadno embalažo iz lesa,
- odpadki iz kovin, vključno z odpadno embalažo iz kovin,
- steklena embalaža,
- embalaža iz tekstila,
- embalaža, ki vsebuje ostanke nevarnih snovi ali je onesnažena z nevarnimi snovmi,
- kovinska embalaža, ki vsebuje nevaren trden oklop, vključno s praznimi tlačnimi zabojniki,
- izrabljene gume,
- steklo,
- biorazgradljivi kuhinjski odpadki in zeleni vrtni odpad,
- oblačila in tekstil,
- odpadne nagrobne sveče,
- topila,
- kisline,
- alkalije,
- fotokemikalije,

- pesticide,
- fluorescentne cevi in drugi odpadki, ki vsebujejo živo srebro,
- zavržena oprema, ki vsebuje klorofluorogljike,
- jedilno olje in maščobe,
- barve, tiskarske barve, črnila, lepila, kite in smole, ki ne vsebujejo nevarne snovi,
- čistila, detergenti, ki ne vsebujejo nevarnih snovi,
- zdravila,
- baterije in akumulatorji,
- odpadna električna in elektronska oprema,
- plastika,
- kosovni odpadki,



Ločeno zbrane komunalne odpadke izvajalec prepelje v zbirni center in jih pretovori v večje zabojnike ter pripravi za prevoz in predajo zbiralcem, obdelovalcem ali odstranjevalcem.

V primeru začasnega skladiščenja, se ločeno zbrane frakcije komunalnih in drugih odpadkov zbirajo, skladiščijo in predajajo skladno s predpisi.

3.16. Ravnanje z odpadki Ravnanje s trdnimi odpadki, ki niso namenjeni ponovni uporabi ali predelavi, je varno in trajnostno. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".	✓	✓	

Energija in podnebne spremembe

2

Action			Details
3.17. Spremljanje rabe energije Destinacija prebivalce in obiskovalce spodbuja k varnemu in racionalnemu zmanjševanju rabe energije. V ta namen sprejema potrebne ukrepe.	✓	✓	<p>Za območje občine je izdelan LEK - Lokalni energetski koncept občine Bohinj, ki opredeljuje izhodišča za učinkovito rabo energije, preverja razvojne vire in omrežja za oskrbo z energijo ter sprejema ključne strateške odločitve in akcijske programe za uresničitev energetske zasnove kot trajnega strateškega dokumenta tako na lokalnem kot tudi na regionalnem nivoju.</p> <p>Osnovni cilj lokalnega energetskega koncepta (v nadaljevanju: LEK) je oblikovanje temeljnega dokumenta za energetske strategijo, povezano z okoljsko politiko občine, ki je osnova za delovanje na energetske področju v občini. LEK je še posebej pomemben za pripravo izvajanja konkretnih ukrepov na področjih učinkovite rabe energije, uvajanja oziroma večje izrabe obnovljivih virov energije ter decentralizirane oskrbe z energijo.</p> <p>Pri načrtovanju energetskih sistemov imajo prednost sistemi, ki omogočajo izrabo obnovljivih virov energije. Prednostno se načrtuje energetske sisteme, ki omogočajo hkratno proizvodnjo toplotne in električne energije oziroma izrabljajo obnovljive vire</p>

energije.

Oskrba z električno energijo je zagotovljena po 110 in 20 kV vodih iz RTP Moste. Izboljšanje oskrbe z električno energijo na območju občine se je zagotovilo z izgradnjo 110 in 20 kV daljnovoda RTP Bohinjska Bistrica – RTP Železniki, ki je zaključil visokonapetostno 110 kV elektroenergetsko zanko Gorenjske RTP Okroglo - RTP Moste - RTP Bohinj - RTP Železniki - RTP Škofja Loka - RTP Okroglo.

Za pridobivanje električne energije se prioriteto obnavlja, posodablja, ekološko sanira oziroma nadomešča obstoječe proizvodne enote z novejšimi in učinkovitejšimi proizvodnimi objekti. Pri načrtovanju razvoja in obnov elektroenergetskega omrežja se predvideva zamenjava prostozračnih vodov za kableske, izgradnja novih ali zamenjava obstoječih kabelskih povezav ter zamenjava neprimernih in okolju neprijaznih transformatorskih postaj.

Pri obnovi energetskih virov na planinskih postojankah in na sirarnah na planinah se naftne in bencinske generatorje nadomešča z obnovljivimi energetskimi viri.

Proizvodnja električne energije v malih hidroelektrarnah je urejena s koncesijami. Izraba energetskega potenciala je usklajena z drugimi interesi v prostoru ter upošteva naravna in kulturnovarstvena izhodišča.

Pri vseh novogradnjah mora investitor preučiti, ali je možno iz obnovljivih virov energije zagotoviti vsaj 80 % delež vseh potreb po energiji v posamezni stavbi ali v skupini stavb. Skupinski in daljinski sistemi ogrevanja imajo prednost pred individualnim, zato je pri vseh novogradnjah potrebno preučiti možnosti tovrstne oskrbe z energijo (novi skupinski in daljinski sistemi, priključitev na obstoječe sisteme). Pri vseh novih sistemih je potrebno preučiti tudi možnosti za soproizvodnjo toplote in energije ali trigeneracije z visokim izkoristkom.

Občina Bohinj je v letu 2015 uspešno zaključila dva projekta energetskih sanacij občinskih stavb. Sanirani sta bili Osnovna šola Dr. Janeza Mencingerja na Bohinjski Bistrici ter Podružnična osnovna šola v Srednji vasi. Operacijo je delno financirala Evropska unija iz Kohezijskega sklada.

		<p>Operacija se je izvajala v okviru operativnega programa razvoja okoljske in prometne infrastrukture za obdobje 2007-2013, 6. razvojne prioritete »Trajnostna raba energije«, 1. prednostne usmeritve »Energetska sanacija javnih stavb«.</p> <p>Namen energetskih sanacij stavb je bilo zmanjšanje porabe energije.</p> <p>V Bohinjski Bistrici pričela izvedba energetskih sanacij stavb v letu 2014, ko je bil izdelan nov ovoj stavbe ter zamenjano stavbno pohoštvo, v letu 2015 pa je sledila še izolacija strehe ter zamenjava termostatskih ventilov. Skupna vrednost investicije je znašala 996.905,05 evra, od česar je bilo upravičenih stroškov investicije 805.461,81 evra. Prispevek Evropske skupnosti je znašal 85 % upravičenih stroškov investicije, preostala sredstva pa je prispevala Občina Bohinj.</p> <p>Tudi na Podružnični šoli v Srednji vasi je bil na novo izdelan ovoj stavbe, zamenjan del stavbnega pohoštva, izolirana streha ter zamenjani termostatski ventili. Investicija je bila ocenjena na 116.960,70 evra, od katerih je bilo upravičenih stroškov 77.346,90 evra. Tako kot na Bohinjski Bistrici je tudi tukaj prispevek Evropske skupnosti znašal 85 % upravičenih stroškov investicije.</p> <p>V prihajajoči finančni perspektivi Evropske skupnosti za obdobje 2014-2020 je prav tako predvidenih 234 milijonov evrov za področje energetike. Občinska uprava tako že pripravlja vso potrebno dokumentacijo za prijavo na prihajajoče razpise, prvi izmed njih naj bi bil objavljen že v prvi četrtini novega leta. Prioritetne občinske stavbe, kjer zaznavamo neracionalno porabo energije, so Zdravstveni dom z lekarno, Kulturni dom Joža Ažmana ter stavba Občine Bohinj.</p> <p>Obiskovalce k zmanjševanju rabe energije osveščamo preko obvestil pri posameznih ponudnikih - ugašajte luči, obesite brisače itd.</p>
<p>3.18. Zmanjševanje odvisnosti od fosilnih goriv V destinaciji obstajajo ustrezni ukrepi in pobude za zmanjševanje odvisnosti od fosilnih goriv in spodbujanje rabe obnovljivih virov energije.</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>Zagotovitev trajnostne in okolju prijazne oskrbe z energijo je eno od temeljnih vodil upravljanja z energetskimi viri. Naravna lega občine Bohinj ima zaradi gozdno bogatega območja zelo dobro izhodišče za sonaravno izkoriščanje tovrstnih energetskih virov. Ob tem je zelo pomembno pravilno načrtovanje trajnostnega razvoja in povezovanje različnih dejavnikov v skupno korist.</p>

Občina Bohinj je sprejela lokalni energetske koncept (LEK), ki vključuje smernice razvoja na področju preskrbe z energijo in rabe energije v občini in tudi ukrepe za učinkovito rabo energije. Za občane pomeni osnovo za ravnanje pri prenovi kurilnic, pri izvedbi novogradenj, pri proizvodnji električne energije iz obnovljivih virov.

Glavni cilji energetskega koncepta so znižanje specifične rabe energije v stanovanjih do leta 2020 za približno štirideset odstotkov, zmanjšanje porabe fosilnih goriv in povečanje porabe obnovljivih virov energije. To pomeni predvsem uporabo lesne biomase za ogrevanje ter spodbujanje proizvodnje električne energije iz obnovljivih virov (sonce, vodna energija). V okviru izdelave energetskega koncepta je bila opravljena analiza obstoječega stanja. Pri tem je bilo ugotovljeno, da se še vedno 46,5 odstotka sodelujočih v anketi ogreva na les, kar je bilo glede na zalogo lesne biomase v Bohinju, pričakovano. Pri podjetjih je bila situacija podobna, vendar predvsem na račun družbe LIP Bohinj, ki ima po moči veliko kotlovnico in uporablja les kot gorivo. Drugi imajo neprimerno manjše, vendar kot kurivo v glavnem uporabljajo kurilno olje ali utekočinjeni naftni plin. V javnih zgradbah se za ogrevanje večinoma uporablja kurilno olje. Poraba električne energije se nekoliko povečuje, izjema je javna razsvetljava, kjer poraba konstantno pada, predvsem na račun nadomeščanja obstoječih žarnic z varčnejšimi.

Izgradnja sistema daljinskega ogrevanja je bila omogočena leta 2014 s podelitvijo koncesije družbi Petrol za dobo 20 let. Vir ogrevanja oziroma toplote zagotavlja družba LIP Bohinj, d. o. o., ki ima v sklopu svojih proizvodnih virov predvidene zadostne kapacitete za napajanje celotnega naselja Bohinjska Bistrica.

Na daljinsko ogrevanje je v prvi fazi opravljen priklop javnih stavb; Osnovne šole dr. Janeza Mencingerja, vrtca, zdravstvenega doma, stavbe občine, Kulturnega doma Joža Ažmana, društvenega doma in gasilskega doma. Interes za priklop obstaja tudi pri večstanovanjskih stavbah ter nekaterih turističnih objektih. Možni bodo še priklopi drugih stavb, ki se nahajajo ob trasi toplovoda.

Bistvena prednost priklopa na sistem daljinskega ogrevanja je nižja cena toplote, ki je sicer sestavljena iz fiksnega in variabilnega dela toplote. Stroške za vzdrževanje ogrevalnega vira za posamezno odjemno mesto (toplovod, vgradnja toplotne postaje in števca) prevzema koncesionar in jih zaračunava prek fiksnega dela. Ti stroški so znani

vnaprej. Na variabilni del cene toplote izhodiščno vpliva vhodni energent (lesna biomasa) oz. cena dobavljene toplote s strani družbe LIP Bohinj. Zelo majhen vpliv na ceno ima tudi poraba električne energije za distribucijo toplote po omrežju.

Prednosti ogrevanja na lesno biomaso so predvsem:

Gospodarsko – finančne

možnost izrabe različnih virov lesne biomase iz gozda, grmišč, zaraščajočih

kmetijskih površin sadovnjakov, parkov, ob infrastrukturnih objektih (ceste...)

možnost izrabe neetatne lesne biomase iz gojitvenih in varstvenih del, ki so subvencionirana

možna izraba lesa vseh drevesnih vrst ter lesnih ostankov domače predelave lesa

potrebna je manjša količina lesa za ogrevanje

kratke transportne poti

Okoljske

manjše emisije škodljivih snovi zaradi boljšega izgorevanja

obnovljiv in CO₂ nevtralen energetski vir





prispeva k nujnemu čiščenju gozdov

Spreminjanje cene toplote je zakonsko regulirano. Obstoječe cene toplote se ob upoštevanju energenta kurilno olje ter najmanj 10 let stare ogrevalne naprave gibljejo

		<p>med 110 in 130 €/MWh, kar pomeni, da priklop na daljinsko ogrevanje pomeni precejšnji prihranek.</p> <p>Izgradnja toplovoda je potekala od prevzemnega mesta na industrijskem področju LIP Bohinj, ob glavni cesti do centra naselja Bohinjska Bistrica ter po zahodni strani naselja mimo vrtca do osnovne šole – v skupni dolžini približno 2,5 km. Skupno je predvidena priključitev 30 večjih objektov ob glavni trasi in priključkov z letnim odjemom toplote v višini do 4.500 MWh.</p>
--	--	--

Prilagajanje na podnebne spremembe

2

Action			Details
<p>3.19. Odgovori na podnebna tveganja Destinacija prilagajanju na podnebne spremembe namenja vso potrebno pozornost, pri čemer se naslanja na analizo vplivov turizma (1.7).</p>			<p>Decembra 2014 se je zaključil mednarodni projekt C3-Alps – Uporaba znanja o opodnebnih spremembah za prilagajanje na Območju Alp. Del aktivnosti projekta se je navezoval na Gorenjsko regijo: pripravljene so bili scenariji, strategija in akcijski načrt za prilagajanje poselitve in prometne infrastrukture regije podnebnim spremembam. V povezavi s tem so bile izvedene tri delavnice, na katerih so sodelovali tudi deležniki iz regije.</p> <p>Ocena ranljivosti prostora Gorenjske regije za podnebne spremembe je pokazala, da sta med pomembnimi sistemi regije najbolj ranljiva poselitev in prometna infrastruktura. V procesu iskanja primernih predlogov prilagajanja omenjenih sistemov na podnebne spremembe so bili oblikovani trije možni scenariji: scenarij spontanega prilagajanja, scenarij umika in scenarij poudarjenega varovanja. Na osnovi rezultatov delavnice je bil kot osnova za naslednje korake, to je pripravo zasnove, strategije in akcijskega načrta prilagajanja, izbran scenarij poudarjenega varovanja.</p>

Temeljna predpostavka in obenem izhodišče zasnove ter strategije prilagajanja poselitve in prometne infrastrukture Gorenjske regije na vplive podnebnih sprememb je, da je za doseganje zaželenje visoke stopnje prilagojenosti obravnavanih sistemov potrebno uresničevanje dveh ključnih pogojev:

Udejanjanje policentričnega urbanega sistema, v katerem obstaja med naselji in njihovimi gravitacijskimi zaledji učinkovita delitev gospodarskih in družbenih dejavnosti, ki so povezane v funkcionalno celoto, znotraj katere poteka trajnostna dnevna mobilnost prebivalcev, temelječa pretežno na sredstvih javnega potniškega prometa.

Postopno zgoščevanje mest in naselij z namenom doseganja bolj učinkovite rabe neobnovljivih virov ter izboljšanja pogojev za razvoj zaposlitvenih, oskrbnih in storitvenih dejavnosti; izbiro med različnimi stanovanjskimi tipi; razvoj trajnostnih oblik mobilnosti; dvig kakovosti življenja za vse skupine prebivalstva; vzpostavljanje prilagodljivosti na izjemne vremenske pojave in vplive podnebnih sprememb.

Leta 2017 je bil sprejet Sklep o pristopu Občine Bohinj h konvenciji županov za podnebne spremembe in energijo.

Podnebne spremembe so obravnavane tudi v Študiji možnosti zapor v Triglavskem narodnem parku. V obsežni anketi je bil v zadnji del vprašalnika namenjen zaznavanju okoljskih sprememb v parku in morebitnim spremembam vzorca obiskovanja parka, ki jih le te lahko sprožijo. Rezultati so pomembni za bodoče spremljanje obiska parka.

Med okoljskimi spremembami vprašani najbolj zaznavajo bolj spremenljivo vreme, višje temperature in več neurij. 86 % jih meni, da okoljske spremembe na njihovo obiskovanje parka ne vplivajo. V primeru, da bodo temperature zlasti v polentem času vse višje, pa jih 43 % meni, da TNP ne bodo obiskali pogosteje, 23 % je odgovorilo pritrdilno, 34 % pa je neodločenih.

Anketirani zaznavanje okoljskih sprememb opazijo kot:

- Bolj spremenljivo vreme

		<ul style="list-style-type: none"> • Višje temperature • Več neurij • Spremenjeno vedenje prostoživečih živali • Spremenjen čas cvetenja alpskega cvetja <p>V narodnem parku prevladuje alpsko podnebje z mrzlimi zimami in kratkimi poletji. Doline na južni oziroma jugozahodni strani, ki so odprte proti severnemu Sredozemlju, imajo blažje podnebne značilnosti od dolin na severovzhodu, na katere vpliva ostrejša celinsko podnebje. Podobno kot v večjem delu sveta meritve v Sloveniji kažejo, da se podnebje ogreva. Hkrati s tem pa se spreminjajo druge podnebne spremenljivke (padavine, snežna odeja), ki pomembno vplivajo na vodni režim ter s tem na biotsko raznovrstnost in številne človekove dejavnosti.</p> <p>Alpe in s tem tudi območje narodnega parka se zaradi globalnega segrevanja ozračja soočajo z izzivom spremenjenih lastnosti vodnih virov, in obstaja nevarnost, da se bo alpski hidrološki sistem izrazito spremenil. Dosedanje analize trenda površinskega odtoka vode na posameznih merilnih mestih iz obrobne območja narodnega parka že potrjujejo te spremembe. V tem smislu je območje narodnega parka lahko pomemben nacionalni referenčni vodnobilančni prostor za ugotavljanje učinka podnebnih sprememb v naravnih procesih hidrološkega cikla, ki dolgoročno lahko vplivajo tudi na biotsko raznovrstnost ter ogroženost zaradi naravnih nesreč v narodnem parku in širšem prostoru.</p> <p>http://c3alps.uirs.si/.</p>
<p>3.20. Ozaveščanje o podnebnih spremembah Prebivalci, turistična podjetja in obiskovalci so o podnebnih spremembah ustrezno obveščeni.</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>Podnembne spremembe so aktualna tema v bohinju, saj je turizem zelo odvisen od vremenskih razmer - v poletni in zimski sezoni.</p> <p>Zima brez snega ali slabo poletno vreme sta tema pogovorov s posameznimi deležniki, saj že dolga leta delamo na dodatni ponudbi v primeru slabih vremenskih razmer.</p> <p>Klimatske spremembe pa na vplivajo le na prihod turistov, temveč je v zadnjih letih tudi</p>

precej naravnih katastrof - stoletne poplave, ko se gladina jezera in hudourniških potokov dvigne čez običajno gladino. Prav v lanskem letu nas je prizadel močan veter in poplave, ko so bile neprehodne vse prometne povezave izven Bohinj.





Podnebne spremembe so tema sestankov z deležniki v turizmu, občinskih aktov in upravljanja destinacije. S strokovnega stališča pa so tej tematiki posvečene vsebine, konference in strokovna predavanja v času Mednarodnega festivala alpskega cvetja.

4. Kultura in tradicija

5

Kulturna dediščina

3

Action			Details
4.1. Ohranjanje kulturne dediščine Destinacija stanje, avtentičnost in estetski videz kulturne dediščine, kot so znamenitosti in grajena dediščina, tipična ali tradicionalna arhitektura, dizajn mest, kulturni utrip, urbani razgledi in arheološka najdbišča, ohranja v skladu z mednarodno priznanimi standardi.			<p>Bohinj je območje, ki je z vidika kulturnega in simbolnega pomena krajine pomembno na nacionalni ravni. Za zagotavljanje konkurenčnih potencialov Bohinja je bistvenega pomena, da se v nadaljnjem prostorskem razvoju varuje, ohranja in vzdržuje naravna in kulturna dediščina, ki predstavlja njegove najprepoznavnejše značilnosti (npr. Bohinjsko jezero, Triglav, slap Savica, cerkev sv. Janeza Krstnika, gručasta stara vaška jedra, obdana s sadovnjaki, skupine kozolcev, planine s stanovi in grbinastimi travniki, ledeniško rečne reliefne oblike v okolici jezerske sklede in v dolini Save Bohinjke).</p> <p>Občina ohranja kulturno dediščino tako, da poskuša preprečiti negativne posege, ki bi lahko poškodovali, uničili ali razvrenotili neko kulturno dediščino. Stremi k ohranjanju kulturnih spomenikov in njihova vplivna območja, varstvena območja dediščine, registrirana kulturna dediščina ali njihova vplivna območja. Občina varuje že obstoječo kulturno dediščino ali pa z aktom razglasi nek objekt, spomenik ali območje za kulturno dediščino. Več kot 65 % občine Bohinja pokrivajo varovana območja kulturne dediščine – stavbna, naselbinska, kulturna in zgodovinska krajina, arheološko najdišče, memorialna dediščina ter vrtnoarhitekturna dediščina. Varovanje upošteva predvsem ustrezno umeščanje objektov v prostor, ohranjanje značilnih arhitekturnih oblikovanj, varuhe značilno stavbno dediščino s tem, da ohranja vrednote, kot so zasnova (gabariti) objektov, material, zunanji izgled objektov, stavbno pohištvo ter pojavnost v prostoru in vedute, naselbinsko zasnovo, prvine znotraj naselja ipd. Občina sodeluje s pristojnim zavodom za varstvo kulturne dediščine za ustrezno zagotavljanje varovanja kulturne dediščine. Občinski prostorski načrt (OPN) podaja usmeritve za zagotavljanje varstva kulturne dediščine, podrobnejše strategije, ki med drugimi obravnavajo ustrezne ukrepe in usmeritve pa so na področju planin Strateški koncept trajnostnega razvoja planin v</p>

Občini Bohinj, ki opredeljuje ohranjanje kulturne dediščine na planinah in Stavbna tipologija Bohinja, ki opisuje značilno arhitekturo in umeščanje objektov v prostor v posameznih vaseh v zgornji dolini.

Posebno območje prepoznavnosti in zavarovano območje je Triglavski narodni park, katerega varstvena območja, varstvene režime, način upravljanja in pravila ravnanja določa zakon o narodnem parku. Nosilci kulturne dediščine so ozaveščeni o njenem pomenu in tudi s

pomočjo spodbud dejavno sodelujejo pri njenem ohranjanju. Z usklajevanjem razvojnih in varstvenih interesov se zagotavlja skladna namenska raba prostora, ki omogoča ohranjanje kulturne krajine.

V narodnem parku so kot izjemne krajine, pomembne za prostorsko prepoznavnost, določene: Bohinjsko

jezero, planine Viševnik, Javornik, Laz, Dedno polje, Zajamniki ter naselji Studor s toplarji in Stara Fužina. Poleg teh z vidika pestre prostorske zgradbe, značilne rabe tal, naselbinskega vzorca in stavbnih členov in/ali prizoriščne vrednosti izstopata planini Voje in Vodični ter manjša prostorsko zaokrožena območja ostalin bojnih in zalednih območij iz prve svetovne vojne v Ukancu, ambientcerkve sv. Janeza Krstnika s kamnitim mostom ob obali Bohinjskega jezera v Ribčevem Lazu).

Posegi, dejavnosti in raba prostora, ki v narodnem parku bistveno prispevajo k spreminjanju

krajine, se načrtujejo in izvajajo tako, da se ohranjajo značilnosti izjemnih krajin, ne spreminjajo ali razvrednotijo značilni krajinski vzorci³ ter ohranjajo naravni krajinski gradniki

in vzdržujejo ustvarjeni krajinski gradniki.

Pri gradnjah znotraj in na robu naselij (npr. širitev stavbnih zemljišč) se ohranjajo

značilni

poselitveni vzorec⁵, prostorska razmerja in merilo naselja; varujejo se značilni robovinaselja (npr. reliefne stopnje, pas kozolcev na robu vasi, sadovnjaki).

Med dediščinskimi kulturnimi krajinami prevladujejo kmetijske kulturne krajine. Označujejo jih zgodovinsko pogojen razvoj, tradicionalna kmetijska raba, simbolni pomen in visoka doživljajska vrednost. S strategijo prostorskega razvoja Slovenije je Bohinj opredeljen kot krajinsko območje nacionalne prepoznavnosti.

Kulturna dediščina ne območju Bohinja se ne zapostavlja, temveč se ohranja, vzdržuje in obnavlja, z uporabo in oživljanjem pa se preprečujeta degradacija in ogroženost dediščinskih in spomeniško zavarovanih lastnosti za sedanje in prihodnje rodove. K sodelovanju pri varstvu in ohranjanju dediščine se spodbuja lokalno prebivalstvo

Preprečujejo se posegi, s katerimi bi se utegnile spremeniti lastnosti, vsebina in oblike

dediščine ter s tem njena vrednost. Z vključevanjem kulturne dediščine v programe za trajnostni razvoj podeželja in druge strateške dokumente (kulturni turizem, možnosti samozaposlitve) se zagotavlja njeno dejavno varstvo.

Večja pozornost se namenja pašnim planinam narodnega parka z ohranjanjem večstopenjske

planinske paše in kulture predelave mleka.

Posebne usmeritve za nepremično kulturno dediščino:

- Razvojne dejavnosti se usmerjajo tako, da posegi in raba ne povzročajo negativnih vplivov na kakovostne in zavarovane prvine kulturne dediščine.
- Varstvo dediščine se izvaja tako, da ne vključuje le posameznih spomenikov, ampak celoto (npr. s pripravo prenovitvenih načrtov za vaška naselja).
- Prenova objektov kulturne dediščine se načrtuje tako, da je ob varstvu zagotovljena tudi ustrezna raba v skladu s sodobnimi potrebami in načinom življenja.
- Arheološka dediščina se varuje pred posegi ali uporabo, ki bi lahko poškodovali arheološke ostaline. Pri vseh večjih posegih v prostor so potrebne predhodne arheološke raziskave (npr. širitev smučišč na Voglu).
- Izvajanje sistematičnih (nedestruktivnih) predhodnih arheoloških raziskav na pašnih planinah.
- Za ohranjanje naselbinske dediščine so pomembni: lega naselja v prostoru, zasnova naselja, razmerja med posameznimi stavbami ter razmerja med stavbami in odprtim prostorom (npr. v naseljih na Pokljuki je treba omejevati prehajanje razpršene poselitve v razpršeno gradnjo objektov), naravne prvine znotraj naselja (drevesa, vodotoki), robovi naselja, podoba naselja (vedute in pogledi iz njega), stavbno tkivo in urbana oprema. Stavbna dediščina se ohranja z varovanjem stavbne mase objektov (gabariti), arhitekturnega oblikovanja, gradiva, funkcionalne zasnove notranjščine, stavbnega pohištva in notranje opreme, pojavnosti in vedut (predvsem pri prostorsko izpostavljenih stavbah). Ob dediščinskih objektih se z enakovredno skrbnostjo obravnavajo tudi druge kakovostne starejše grajene ali kako drugače ustvarjene prostorske prvine. Načeloma se ohranja primarna raba objektov.
- Na planinah so ohranjajo vse vrste objektov (bivalni objekti za sirarja in pastirje, hlevi,

sirarne ...) skladno s krajevno značilnimi stavbarskimi prvinami (bohinjski, zgornjesavski,

bovško-trentarski in kobariško-tolminski stavbni tip).

- Pri memorialni dediščini se ohranjajo avtentičnost lokacije, objekti ali deli

objektov, simbolni pomen in prostorska razmerja. Pri dediščinskih, zgodovinskih kulturnih krajinah se varujejo krajinska zgradba in prepoznavna prostorska podoba (naravne in kulturne prvine), avtentična lokacija prizorišč in pomnikov, parcelacija, tradicionalna raba zemljišč, tipologija krajinskih prvin in lokalnega stavbarstva (kozolci, seniki, hlevi, stanovi, prestaje, kašče ...) in grajene prvine v odprtem krajinskem prostoru (terase, kašte, miri, brvi, apnenice, mulatjere, znamenja ...).

- Za krajinska območja nacionalne prepoznavnosti (Bohinj) je pomembno ohranjati načine tradicionalnega gospodarjenja, ki so blizu tudi sodobnim konceptom urejanja

prostora, to je sonaravnemu gospodarjenju in varstvu virov za zagotavljanje trajne vitalnosti prostora v vseh njegovih pomenih.

- Pri posebnih oblikah kulturne dediščine (npr. tehnične naprave, znamenja in kapelice,

razvaline in ruševine dediščinskih objektov – ostanki fužin v Stari Fužini, se

pri načrtovanju prostorskih posegov varujejo avtentičnost lokacije, fizična pojavnost objekta ali naprave, prostorska razmerja in merilo.

- **Strateški koncept trajnostnega razvoja planin v Občini Bohinj**

- **Bohinj – Stavbna tipologija**

- **OPN**

- **UN TNP**

<p>4.2. Zaščita artefaktov in fosilov Destinacija ustrezno regulira prodajo, razstavljanje in poklanjanje zgodovinskih in arheoloških artefaktov. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".</p>	✓	✓	
<p>4.3. Upravljanje turističnih vplivov na kulturo Destinacija turizem, ki je kakor koli povezan s kulturnimi znamenitostmi, grajeno dediščino, kulturno pomembnimi krajinami, rabo zemlje ali krajevnim utripom, pozorno načrtuje in upravlja ter s tem preprečuje negativne vplive. Če kljub temu pride do škode, uničenja ali propadanja, destinacija to zazna in ustrezno ukrepa.</p>	✓	✓	<p>Prostorski koncept razvoja turizma je urejen z občinskim prostorskim načrtom in je zasnovan na policentričnosti in širitvi ter dekoncentraciji turistične ponudbe v prostoru. Omrežje naselij se razvija kot turistično območje, ponudba se načrtno locira tudi v lokalnih središčih. Na ta način se zagotavlja pestrejšo ponudbo nastanitev, večjo privlačnost celotnega območja ter se obenem krepi družbena in gospodarska središča.</p> <p>Turizem temelji na naravnih in kulturnih posebnostih prostora, zato se ga razvija na način, ki the značilnosti ne ogroža ali degradira. Tovrsten razvoj je na primer z vidika varovanja okolja usmerjen v razbremenjevanje obale jezera oziroma v dvigovanje kakovosti prostorskih ureditev na obstoječih rabah, v spodbujanje in ohranjanje tradicionalne rabe tal z alternativnimi oblikami kmetovanja ipd.</p> <p>Z vzpostavljenim celostnim konceptom trženja in predstavitve destinacije si Bohinj prizadeva za optimalno koriščenje prostorskih potencialov in ustvarjanja celostne podobe in podobe posameznih naselij.</p> <p>Varovanje, vzdrževanje in predstavitve kulturne dediščine ima prednost pred drugimi vidiki razvoja (npr. na območjih cerkve Sv. Janeza Krstnika, bohinjske železnice s predorom, kozolcev pod vasjo Studor, Zoisove graščine in gradu s parkom, planin in starih vaških jeder z domačijami, kaščami, sirarno v Stari Fužini, ki je danes muzej ipd.).</p> <p>Prednostne naloge pri razvoju poselitve so:</p> <p>krepitev občinskega središča in notranji razvoj lokalnih središč,</p>

krepitev značilne identitete naselij in ohranjanje kulturne krajine,
prenova območij, ki so zavarovana kot naselbinska kulturna dediščina,
- zaokroževanje naselij z večjimi sklopi parcel in omejevanje širitev na razpršenih posameznih parcelah.

Vsi novi posegi v prostor na območju občine morajo biti načrtovani tako, da ohranjajo regionalno identiteto ter podpirajo in krepijo značilne kakovosti naselij in kulturne krajine v občini. Značilnosti tipologije kmetijskih in pomožnih kmetijskih objektov v posameznih območjih občine se opišejo v posebnem katalogu, ki bo podlaga za kakovostno izvedbo prenov in gradenj.

Kulturna krajina v Bohinju in na planinah se ohranja z nadaljnjo kmetijsko rabo, v Bohinju tudi z ustreznim notranjim razvojem naselij. Ohranjajo se morfološka zgradba krajine, robovi poselitve, nespremenjeno količinsko razmerje med tradicionalnimi kulturami, parcelna struktura in prostorska razmerja, preprečuje se zaraščanje in ohranja se tradicionalna stavbna dediščina oziroma gospodarska poslopja razmeščena v krajini, kot so kozolci, seniki in stanovi, v njihovi izvorni postavitvi, velikosti ter rabi.



Na ohranjanje in regulacijo kulturne dediščine v prostoru vpliva tudi Upravljalni načrt Triglavskega narodnega parka. V njem je kot dolgoročni cilj opredeljeno ohranjanje kulturne dediščine kot pomemben del identitete in prepoznavnosti območja narodnega parka.

Dolgoročni cilj se prednostno dosega z dobrim poznavanjem in spremljanjem stanja posameznih vrst nepremične, premične in žive kulturne dediščine, s krepitvijo

		<p>prepoznavnosti z izobraževalnimi in ozaveščevalnimi aktivnostmi, z vključevanjem varstva kulturne dediščine v prostorske akte (zagotovitev celovitosti prostorskega načrtovanja, ohranjanje skladne rabe podeželja, upoštevanje naselbinskih vzorcev in prostorske identitete) in različne razvojne programe (trajnostni turizem), z vsestranskim sodelovanjem z Ministrstvom za kulturo in Zavodom za varstvo kulturne dediščine Slovenije ter izobraževalnimi in muzejskimi ustanovami, strokovnimi društvi, lastniki zbirk</p> <p>in nosilci tradicionalnih znanj, z usmerjanjem in svetovanjem pri ohranjanju in spoštovanju stavbnega izročila (npr. pomoč pri kandidiranju na razpise, vzpostavitev varstvenega sklada, primeri dobrih praks, priročnik z vodili ravnanj), z ohranitvijo živih planin in pašnih objektov, z zagotavljanjem pogojev za ohranjanje in obnavljanje kulturnih spomenikov in objektov nepremične kulturne dediščine ter vzdrževanje dediščinske kulturne krajine, z ohranjanjem predmetov in zbirk premične kulturne dediščine (tudi v zasebni lasti), spodbujanjem prenosa tradicionalnih znanj (tečaji, delavnice, prireditve) ter (so)organizacijo kulturnih prireditev in razstav.</p> <p>V praksi to pomeni, da je za kakšenkoli poseg v prostor potrebno pridobiti dovoljenje Javnega zavoda Triglavski narodni park, oben pa mora biti usklajen tudi z občinskim OPN.</p>
--	--	--

Ljudje in tradicija

2

Action		Details
4.4. Nesnovna dediščina Odnos do nesnovne kulturne dediščine je spoštljiv. Dediščina je	 	Nesnovna kulturna dediščina na območju Bohinja obsega predvsem ustno izročilo in ljudsko slovstvo, uprizoritve in predstavitve, šege in navade, znanje o naravi in okolju,

ustrezno zaščiten.



gospodarska znanja in veščine. Je nedeljivo povezana z nosilci (posamezniki, skupinami in skupnostmi), materialnimi prvinami (predmeti, orodji, izdelki) in prostorom, na katerem se ta dediščina predstavlja, ustvarja ali izraža.

Ohranjanje nesnovne dediščine obsega prepoznavanje, dokumentiranje, raziskovanje, zaščito, spodbujanje, izboljševanje in oživitve različnih vidikov te dediščine. Konkretnije varstvene usmeritve se določijo na podlagi stanja oziroma ohranjenosti pojava dediščine, ki se deli na nepretrgano, rekonstruirano in izginulo dediščino.

Nesnovna kulturna dediščina Bohinja je zelo bogata, vendar pa le deloma strokovno raziskana. Izsledki so objavljeni v strokovnih publikacijah (avtorji: Cvetek, Novak, Dolžan Eržen...). V register nesnovne kulturne dediščine so s področja Bohinja vpisane enote:

- *Otepanje v Bohinju*, evidenčna številka 2-00014 (http://www.mk.gov.si/fileadmin/mizks.gov.si/pageuploads/Kulturna_dediscina/REGISTER/RZD/Rzd-02_00014.pdf)

- *Priprava bohinjskega mohanta*, evidenčna številka 2-00025 (http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Razvidi/RKD_Ziva/Rzd-02_00025.pdf)

- *Skodalstvo*, evidenčna številka 2-00059 (http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Razvidi/RKD_Ziva/Rzd-02_00059.pdf), kjer pa kot nosilec ni vpisan nihče od izdelovalcev skodel iz Bohinja, kar je lahko izziv za bližnjo prihodnost.

Skrb za nesnovno kulturno dediščino je s predpisi določen pooblaščenim institucijam, v primeru Bohinja so to Gorenjski muzej, Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije, Območna enota Kranj in Triglavski narodni park.

4.5. Spoštovanje avtentičnosti

Turizem spoštuje živo kulturo in tradicijo ter podpira njun obstoj. Odnos turizma do kulture in tradicije je spoštljiv in pristen. Kultura in

tradicije, ki so del turističnega produkta, se zaradi tega ne spreminjajo, temveč ohranjajo avtentičnost. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".















5. Socialna klima

22

Človekove pravice



7

Action			Details
5.1. Lastniške pravice Lastniške in vodne pravice so ustrezno urejene in zaščitene. Zakoni se spoštujejo in so podvrženi javni razpravi. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".			
5.2. Preseljevanje Preseljevanje prebivalcev je mogoče le ob predhodnem soglasju in primernem nadomestilu. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".			
5.3. Pravice prebivalstva Staroselci in lokalno prebivalstvo imajo zakonsko pravico do dostopa in obiska naravnih in kulturnih znamenitosti (razen v primeru, ko bi takšno dostopanje imelo resne posledice za trajnost v destinaciji). MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".			
5.4. Zaščita intelektualne lastnine Intelektualna lastnina staroselcev in lokalnega prebivalstva je učinkovito zaščiten z zakoni. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".			
5.5. Zaščita oseb Destinacija vse osebe, predvsem pa otroke, mladostnike, ostarele, osebe s posebnimi potrebami, ženske in pripadnike manjšin, zakonsko in učinkovito ščiti pred vsemi oblikami izkoriščanja in nadlegovanja, predvsem komercialnega in seksualnega.			Občina Bohinj izvaja številne ukrepe na tem področju; zagotavlja enkratne denarne pomoči za socialno šibke, izvaja preventivne programe za mlade – letovanje otrok in izvaja program odkrivanja in preprečevanja vseh vrst zlorab, izvaja preventivne programe za druge družbene problem, ki jih predstavljajo že odrasli mladostniki in skupine, ki za svojo socializacijo ali rehabilitacijo potrebujejo vključitev v različne programe in se ne financirajo z drugih proračunskih področij (zdravljeni alkoholiki,

			brezdomci...). Sofinancira dejavnost humanitarnih in invalidskih organizacij, izvaja program javnih del za reševanje brezposelnosti težje zaposljivih oseb, zagotavljanje njihove socialne varnosti in opravljanje družbeno potrebnega dela. Občina Bohinj je soustanovitelj Varne hiše, ki je namenjena žrtvam nasilna v družini, dela pa prav tako na področju preprečevanja odvisnosti različnih oblik, katere aktivnosti se izvajajo predvsem v mesecu novembru – mesecu boja proti odvisnosti. S programom želimo informirati in ozaveščati lokalno skupnost o prednostih zdravega življenja, aktivni izrabi prostega časa in predvsem o pozitivni samopodobi mladih. Program je sestavljen iz nagradnega natečaja, predavanj, delavnic, športnih, kulturnih in družabnih prireditev, razstav, ..
5.6. Javna objava zakonov Zakonska in učinkovita zaščita ljudi pred izkoriščanjem in nadlegovanjem je javno objavljena in tako dostopna vsem, tudi (potencialnim) prestopnikom. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".	✓	✓	
5.7. Spremljanje spoštovanja človekovih pravic Destinacija ustrezno spremlja, ali in v kolikšni meri so spoštovane univerzalne človekove pravice. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".	✓	✓	

Sodelovanje s skupnostjo

5

Action			Details
5.8. Vključevanje prebivalstva v načrtovanje Proces oblikovanja osnovnih razvojnih smernic ter managementa in razvoja destinacije je odprt za javne deležnike.	✓	✓	Skupno poslanstvo destinacije Bohinj je povezano s poslanstvi posameznih deležnikov destinacije Bohinj. Destinacijo Bohinj sooblikujejo naslednje skupine deležnikov:

- Zasebni sektor - ponudniki nastanitvenih (hoteli, hostli, penzioni, zasebne sobe, apartmaji, počitniške hiše, kampi, počitniški domovi, planinski domovi in kočje idr.), prehrambenih (restavracije, gostilne, okrepčevalnice, turistične kmetije, planinske kočje, planine idr.), športno-rekreativnih, doživljajskih, idr. zmogljivosti – lastniki in zaposleni v turizmu in z njim povezanih panogah (kmetijstvo, gozdarstvo, obrt idr.);
- Javni sektor - naravovarstvene, kulturne in druge organizacije, občina, TIC-i – akterji destinacije Bohinj;
- Vodstvo destinacije – Turizem Bohinj s svojimi organi in partnerji;
- Civilni oz. društveni sektor - turistična, športna, kulturna, planinska idr. društva;
- Lokalna skupnost - domačini, ki živijo v destinaciji Bohinj;
- Obiskovalci - turisti, ki obišejo destinacijo Bohinj;
- Vikendaši – lastniki počitniških hiš - drugih domov v Bohinju;
- Druge turistične destinacije - konkurenčne turistične destinacije in destinacije dobre prakse;
- Naravno okolje - smernice varstva in ohranjanja narave - ZRSVN, TNP;
- Kulturno in družbeno okolje - smernice za ohranjanje in gradnjo kakovosti življenja v lokalnem okolju destinacije Bohinj – ZVKDS, TNP idr.

Deležniki destinacije Bohinj imajo različne interese, kar pomeni, da različno dojemajo, vplivajo in s tem prispevajo k uresničevanju ciljev razvoja in trženja destinacije Bohinj v obdobju 2012-2016. Njihovi interesi in prispevek k destinaciji Bohinj so podrobneje predstavljeni v dokumentu Strategija: Razvojne in tženjske usmeritve destinacije Bohinj.

Poslanstvo destinacije Bohinj je skozi *soorganiziranost* in mreženje deležnikov za povezovanje dobrin, ljudi, znanj idr., oblikovati *inovativno in kakovostno podeželsko alpsko destinacijo Bohinj v Triglavskem narodnem parku*, ki bo skozi integralni *trajnostni razvoj, družbeno odgovornost in strpnost* ter *nišno oblikovano in trženo ponudbo* neponovljivih doživljajskih PTK za ciljne skupine obiskovalcev, na mednarodnem turističnem trgu, dosegla večjo *privlačnost, odličnost* ter *konkurenčnost* in s tem večjo/e: *prepoznavnost, povpraševanje, sinergične učinke* (rast, razvoj in

inovacije) in posledično *zadovoljstvo in blagostanje* vseh deležnikov Bohinja.

Interesi zasebnega sektorja in prispevek k prepoznavnosti destinacije Bohinj

- organizirana in pomrežena destinacija - celovito urejena, vzdrževana in privlačna javna in turistična infrastruktura ter objekti za aktivnosti, atrakcije narave in kulturne dediščine, signalizacija, informiranje idr.;
- učinkovita promocija, še predvsem za manjše ponudnike;
- trženjska platforma za boljšo predstavitev posameznih ponudnikov;
- jasen razvojni trženjski koncept s prepoznano destinacijsko/ kolektivno znamko;
- dober imidž destinacije za doseganje cenovne pozicije ponudbe;
- kakovostna informacijska mreža - spletni portal, TIC-i, mediji promocije;
- kakovostne informacije skozi analize in raziskave za sprejemanje odgovornih odločitev na katerih trgih in preko katerih kanalov in orodij nagovarjati, katere produkte razvijati idr.;
- kakovostno in spodbudno podporno okolje za hitrejšo realizacijo zastavljenih poslovnih konceptov.

Interesi javnega sektorja in prispevek k prepoznavnosti destinacije Bohinj

- partnerski pristop med javnim, zasebnim in civilnim sektorjem;
- jasen razvojni in trženjski koncept, ki pritegne in motivira vključene deležnike k sodelovanju;
- učinkovita in dolgoročna partnerstva z namenom, ki omogočajo sinergične učinke;
- imidž kakovostne, konkurenčne in organizirane destinacije;
- pozitivna gospodarska rast in razvoj območja;
- urejena splošna in turistična javna infrastruktura;
- urejeno okolje in izkoriščanje naravnih virov po načelih trajnostnega razvoja;
- nova delovna mesta in podjetniška iniciativa v turizmu in v z njim povezanih dejavnostih;
- pozitivni fiskalni učinki;
- trajnostno načrtovan, usklajen in obvladljiv prostorski razvoj.

Interesi vodstva destinacije in njegov prispevek k uspešnosti destinacije Bohinj

- kakovostna partnerstva z namenom in sodelovanje deležnikov na vseh ravneh delovanja destinacije;
- optimalno pridobivanje sredstev - dovolj velik budžet (iz različnih virov) za izvajanje ciljanih aktivnosti;
- učinkoviti procesi upravljanja destinacije s sinergičnimi učinki;
- odlični rezultati, ki prispevajo k imidžu destinacije ter dojemu vodstva kot sposobnega tima managerjev;
- stimulatивно plačilo za delo;

zadovoljni, motivirani, predani in lojalni zaposleni.

Interesi civilnega sektorja in njegov prispevek k prepoznavnosti Bohinja

- prispevati h gradnji imidža turistično razvite, tržno privlačne in prijazne destinacije;
- s povezovanjem ponudnikov zasebnih nastanitvenih kapacitet in posredniškimi promoviranjem ter trženjem njihove ponudbe ter turističnih paketov vplivati na kakovost doživetij v destinaciji;
- z organizacijo prireditev povečati dogajanja ter skrbeti za ohranjanje običajev in promovirati kulturno identiteto območja;
- z upravljanjem turistične infrastrukture skrbeti za atraktivna doživetja narave in kulturne dediščine;
- dobiček iz opravljanja turistične dejavnosti vračati v razvoj ponudbe;

entuziastično delovati na prostovoljni bazi (neprofitna društva) za blaginjo deležnikov in destinacije.

Interesi lokalne skupnosti in prispevek domačinov k prepoznavnosti Bohinja

- prispevek turizma in z njim povezanih dejavnosti k razvoju in blaginji Bohinja;
- kakovostne zaposlitve v turistični in s turizmom povezanih dejavnostih;

- dodatni vir zaslužka v turizmu skozi oddajanje zasebnih nastanitvenih kapacitet, turističnih, športnih in planinskih vodenj ipd.;
- vlaganje prihodkov od turizma nazaj v razvoj destinacije;
- s pozidavo in arhitekturo turističnih objektov ne degradirati okolja, temveč ustvarjati dodano vrednost območja;
- soupravljati destinacijo tako, da ne prihaja do negativnih učinkov turizma kot so prometni kaos, onesnaževanje okolja, hrup, množičnost idr.;
- pritegniti obiskovalce, ki spoštujejo naravno okolje in kulturno dediščino alpskega prostora sredi Triglavskega narodnega parka;

vključevanje v načrtovanje razvoja turizma in z njim povezanih dejavnosti.

Pomen skladnega ravnanja s smernicami naravnega in kulturnega okolja za konkurenčnost Bohinja

Udejanjanje trajnostnega koncepta razvoja, ki:

- ohranja in gradi kakovost življenja v lokalni skupnosti;
- spoštuje in krepi kulturno identiteto Bohinja;
- ohranja in povečuje kakovost naravne in kulturne krajine Bohinja;
- zavaruje, ohranja in povečuje kakovost elementov kulturne dediščine snovne in nesnovne narave ter skozi prireditve obuja tradicionalne običaje;
- zavaruje, ohranja in povečuje kakovost naravnih vrednot in območij, biodiverzitete in ekosistemov rastlin in živali ter jih skozi prireditve in neponovljiva doživetja približa sodobnemu človeku;

skrbi za čim manjše negativne vplive učinka turizma in z njim povezanih dejavnosti na naravno, kulturno in socialno okolje ob relativno velikih ekonomskih učinkih.

Zadovoljitev motivov skupnega sodelovanja – pričakovanj lokalne skupnosti in obiskovalcev

Tudi Mednarodni festival alpskega cvetja ne bi deloval brez lokalnih partnerstev. Prav to tesno vključevanje lokalnih društev doda pestrost in energijo mnogih dejavnostim, ki potekajo v okviru festivala. Turizem Bohinj (kot glavni organizator festivala) se po vseh močeh trudi, da ni izključena prav nobena lokalna skupina, zato naš obseg partnerstev vsebuje tako lokalne čebelarje, umetniške in gledališke skupine, skupine vaših žensk, skupine, ki delujejo na področju dejavnosti za otroke, kot tudi lokalna poslovno-turistična združenja:

- **Občina Bohinj** je glavni ustanovitelj letnega festivala in preko organizacije Turizem Bohinj omogoča upravljavsko strukturo za vodenje dogodkov. Občina prav tako omogoča uporabo lokacij, ki so v lasti oziroma v upravljanju lokalnih skupnosti
- **Triglavski narodni park** – zaposleni in sodelavci zavoda TNP nudijo pomembno podporo pri individualnih dejavnostih in dogodkih. TNP prav tako organizira odlične poučne delavnice in izobraževalne dejavnosti na področju okolja.
- **Osnovna šola dr. Janez Mencinger** in vrtec: lahko rečemo, da sta ključna partnerja pri organizaciji in razvoju festivala. Najboljši produkt festivala cvetja je vsekakor Zlatorogova pravljичna dežela, ki na inovativen način (preko pravlјic) omogoča spoznavanje dediščine Bohinja in krepi enega osnovnih poslanstev festivala. Osnovna šola pa je festival uvrstila v svoj program dela. Z vsakoletno soorganizacijo festivala (razstava in proslava v šoli, tržnica in prodaja izdelkov inp) krepi prepoznavnost festivala med mladimi, in posledično odnos do okolja, v katerem živimo.
- **Turistično društvo Bohinj** nudi podporo festivalu v obliki foruma, kjer se predstavljajo in razpravljajo ideje, prav tako pa nudi informacije in podporo dejavnostim v okviru festivala preko informacijskih centrov in na ostalih lokacijah.
- **Lokalni hoteli/ponudniki storitev** so ključni partnerji festivala, saj promovirajo in nudijo tako lokacije ter storitve v okviru dejavnosti festivala, kar jim omogoča tudi povečanje prihodkov in izpostavljenost.

- **Društva in organizacije (folklor, čebelarji, pevski zbori, kmečke žene, inp)** so od začetka festivala vključeni v programe festivala in pomembno prispevajo k raznolikosti in drugačnosti festivala.

- **Posamezniki:** razvoj festivala ne bi bil možen brez sodelovanje posameznikov, ki se na tak ali drugačen način ukvarjajo z dediščino Bohinja, ki je vezana na alpsko cvetje. Ivan Veber, Marija Cvetek, Mišo Serajnik, Marjeta Keršič Svetel, Polona in Peter Strgar, Brane Zupan, Nežka Košnik, Majda Vojvoda, so samo nekateri, ki dajejo festivalu strokovno trdnost in so vir idej ter glasniki pomembnosti festivala za kulturno okolje Bohinja.

- **Vladne agencije in ministrstva** – partnerstvo med festivalom in slovensko vlado je ključnega pomena za organizacijo dogodkov festivala. Država, Ministrstva in agencije nudijo strokovno in znanstveno podporo dejavnostim in dogodkom, prav tako pa festivalu omogočajo dostop do nacionalnih in mednarodnih stikov. V okviru festivala so organizirane delavnice in seminarji, ki združujejo državo, javne in zasebne sektorje, ki se dogovarjajo o skupnih interesih.

- Ljudje so vključeni v kulturne dejavnosti, razvoj kulturne infrastrukture, kulturne produkte in identiteto

- Pospješevanje dobrih praks na lokalni, regionalni, nacionalni in mednarodni ravni

Sodelovanje je pomembna lastnost MFAC. Festival namreč podpirajo lokalni prebivalci, ki vložijo svoj čas v načrtovanje in izvajanje dogodkov festivala. V času festivala (dva tedna) je organiziranih veliko različnih rokodelskih, umetniških, plesnih in drugih dejavnosti, dodatno pa tudi družinski dogodek v Ukancu, ki ga lahko izpostavimo kot izjemno sodelovalen dogodek, ki povezuje Bohinj in njegovo skupnost.

- Lokalni prebivalci so izredno ponosni na festival, saj po njihovem mnenju pozitivno spreminja podobo Bohinja.
- Bohinj je postal bolj medijsko prepoznaven in promocija poteka na vseh medijskih platformah.
- Raven ozaveščenosti o okolju in varstvu okolja se je bistveno povišala med lokalnim prebivalstvom in obiskovalci.

		<ul style="list-style-type: none"> • Priljubljenost festivala ter moč skupnosti, ki festival podpira, se zrcalita v komentarjih v družbenih in ostalih medijih ter na spletnih platformah, kot je TripAdvisor. • Festival vzdržuje duh medgeneracijskega vključevanja in sodelovanja. • Obiskovalci izražajo izjemno pozitivne izkušnje z lokalnim prebivalstvom, cenijo njihov čut za skupnost, upoštevanje naravnega okolja ter njihovo gostoljubje, pomoč in prijaznost. • Prostovoljci delajo povprečno 1100 ur za festival, kar je ocenjeno na 11.000 EUR.
<p>5.9. Osveščanje prebivalstva o turizmu Destinacija prebivalce redno vključuje v razprave o priložnostih in izzivih (trajnostnega) razvoja turizma.</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>Destinacija prebivalce redno vključuje v razprave o priložnostih in izzivih (trajnostnega) razvoja turizma.</p> <p>Tovrstno delovanje predvideva Strategija razvoja turizma destinacije Bohinj 2012 -2016 in 2017-2021.</p> <p>Lokalni prebivalci so močno vpeti v razprave in priložnosti o izzivih trajnostnega razvoja turizma v Bohinju. Vsebine, priprava in oblikovanje končnega dokumenta Strategije razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012-2016 temelji na delavnicah z lokalnimi prebivalci.</p> <p>Deležniki na več delavnicah širše delovne skupine za oblikovanje Strategije razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012-2016, so proučili najpomembnejše elemente vizije Bohinja do leta 2020, v katerem so Bohinj opredelili kot :</p> <p>Bohinj, počasna in živahna, meditativna in adrenalinska, skrivnostna in drugačna, domačna in multidoskopna, podeželska destinacija v Julijskih Alp in Triglavskem narodnem parku, vabi pristnih in sproščujočih doživetij sposobne sanjave in pustolovske radovedneže, ki želijo celovito, obzirno in spoštljivo začutiti čudeže prvinske narave, alpske kulturne dediščine, gastronomije in prireditev ter načina sonaravnega življenja v Alpah.</p> <p>Zelo pomemben stavek, v viziji pa se glasi: "Bohinjecem prijeten Bohinj naj ostane obiskovalcem oaza pristnih in sproščujočih presenečenj".</p>

Gre za vzpostavitev *trajnostno naravnane razvojne procesa* v okviru katerega družbena odgovornost in strpnost omogoča *sinergične učinke in blagostanje* skozi rast, razvoj in inovacije, vsem vključenim.

Udejanjanje trajnostnega koncepta razvoja:

- ohranja in gradi kakovost življenja v lokalni skupnosti;
- spoštuje in krepi kulturno identiteto Bohinja;
- ohranja in povečuje kakovost naravne in kulturne krajine Bohinja;
- zavaruje, ohranja in povečuje kakovost elementov kulturne dediščine snovne in nesnovne narave ter skozi prireditve obuja tradicionalne običaje;
- zavaruje, ohranja in povečuje kakovost naravnih vrednot in območij, biodiverzitete in ekosistemov rastlin in živali ter jih skozi prireditve in neponovljiva doživetja približa sodobnemu človeku;

skrbi za čim manjše negativne vplive učinka turizma in z njim povezanih dejavnosti na naravno, kulturno in socialno okolje ob relativno velikih ekonomskih učinkih.

Prav zato se poslanstvo destinacije Bohinj glasi:

»Poslanstvo destinacije Bohinj je skozi *soorganiziranost* in mreženje deležnikov za povezovanje dobrin, ljudi, znanj idr., oblikovati *inovativno in kakovostno podeželsko alpsko destinacijo Bohinj v Triglavskem narodnem parku*, ki bo skozi integralni *trajnostni razvoj, družbeno odgovornost in strpnost* ter *nišno oblikovano in trženo ponudbo* neponovljivih doživljajskih PTK za ciljne skupine obiskovalcev, na mednarodnem turističnem trgu, dosegla večjo *privlačnost, odličnost ter konkurenčnost* in s tem večjo/e: *prepoznavnost, povpraševanje, sinergične učinke* (rast, razvoj in inovacije) in posledično *zadovoljstvo in blagostanje* vseh deležnikov Bohinja«.

Le poznavanje pričakovanj vseh deležnikov in skupna jasna opredelitev motivov za njihovo sodelovanje v destinaciji lahko vodi Bohinj k uresničevanju zapsanega poslanstva in prinaša koristi vsem vključenim deležnikom Bohinja.

Tudi vizija, poslanstvo in cilji destinacije Bohinj 2012-2016 so nastali z veliko *soudeležbo deležnikov destinacije Bohinj*, ki so sodelovali na *deležniki na delavnicah*

za oblikovanje študije.

Skupni interesi deležnikov destinacije Bohinj do leta 2020:

- *po razvoju kakovostnega, kreativnega, trajnostno in pozitivno naravnega okolja*, ki bo prijetno za bivanje, delo, raziskovanje, obisk in bo dolgoročno stimuliralo razvoj turizma in z njim povezanih dejavnosti na območju podeželske alpske destinacije Bohinj,
- *po razvoju prepoznavne kakovostne, sodobne in odlično organizirane podeželske alpske destinacije z jasno identiteto na mednarodnem trgu*, ki je *privlačen turistični cilj za pristnih in sproščujočih doživetij sposobne sanjave in pustolovske radovedneže*;
- *po ponudbi kakovostnih storitev ter prilagajanju potreb pričakovanjem in željam izbranih ciljnih skupin (niš)*, ki bodo skozi doživljajske produktne tržne kombinacije (PTK) – zgodbe Bohinja, presenečene (preseženo zadovoljno) doživele unikatnost podeželske alpske destinacije Bohinj;
- *po večji rasti, razvoju, inovativnosti in kreativnosti*, ki se bodo odražale v večjem obisku, daljšem zadrževanju, večji potrošnji ob doslednem uresničevanju trajnostnega razvojnega koncepta podeželske alpske destinacije Bohinj.

Iz skupnih interesov deležnikov Bohinja izhaja poslanstvo destinacije Bohinj.

Civilni oz. društveni sektor - turistična, športna, kulturna, planinska idr. društva; lokalna skupnost - domačini, ki živijo v destinaciji Bohinj; in tudi vikendaši – lastniki počitniških hiš - drugih domov v Bohinju; so vpeti v načrtovanje politik in vabljeni na skupne delavnice.

Iz delavnic z lokalnim prebivalstvom je izšla tudi ideja za ustanovitev blagovne znamke Bohinjsko/from Bohinj, ki temelji na inovativnem modelu medsektorskega povezovanja ki temelji na ljudeh, ki so iz lokalnega okolja – ker imajo drugačen odnos do teh vsebin, ker živijo z njimi in ker do njih čutijo ljubezen. Navdih se išče v lokalnem, projekt pospešuje lokalno gospodarsko menjavo in tudi materiali prihajajo iz lokalnega okolja – in učinke vrača v lokalno okolje.

		<p>Tudi priprava Strategije trajnostnega razvoja občine Bohinj 2020+ je temeljila na prepoznavanju ključnih potreb lokalnih prebivalcev in njihovega videnja razvojnih priložnosti. V sklopu priprave Strategije trajnostnega razvoja občine Bohinj 2020+ so bile izvedene delavnice s ključnimi skupinami: s turističnim gospodarstvom, kmetijami, sobodajalci, gospodarstvom, mladimi.</p> <p>Med lokalnimi prebivalci je bila izvedena tudi obsežna anketa.</p> <p>V vabilu so zapisali:</p> <p>"Vzemite si čas in se pridružite na pogovoru o razvojnih priložnostih naše občine. Le na ta način bomo lahko danes prepoznali potrebe vseh krajev v občini in različnih skupin prebivalcev ter oblikovali enotno smer razvoja in prednostne projekte za delovanje občine v prihodnjih letih, so sporočili iz občine.</p> <p>Občanke in občane, mlade in starejše, podjetnike in kmete na občini vabijo, da pomagata pri odločanju o prioritetah razvoja".</p>
<p>5.10. Prispevek deležnikov Destinacija podjetjem, obiskovalcem in širši javnosti nudi priložnosti za prostovoljne ali finančne prispevke izbranim družbenim in trajnostnim iniciativam.</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>RUŽINSKI VIKEND V UKANCU – Zlatorogova pravljica dežela</p> <p>Tematska izobraževalna pravljica pot je speljana po travnikih v Ukancu.</p> <p>Po krožni poti vas vodi knjižica s pravljičami, zemljevidom in prostorom za štampiljke.</p> <p>Zlatorogova pravljica dežela se v zadnjem majskem vikendu spremeni v pravo pravljico doživetje. Vse točke pravljice dežele so bogato dopolnjene s tematskimi animacijami in izkustvi, oživijo pa tudi pravljici junaki.</p> <p>Ta dogodek privablja širok krog ljudi in uživa izjemno veliko podporo prostovoljcev.</p> <p>Animacijo na posameznih točkah prostovoljno izvaja več kot 70 prostovoljcev, vse točke pa so postavljene v sodelovanju vrtca, sole, staršev in podjetij. Z animacijo sodelujejo lokalna društva s predstavitvijo dejavnosti, vzgojiteljice, učiteljice in učenci iz bohinjkega vrtca in osnovne šole, starši in dijaki srednjih vzgojiteljskih šol.</p>

Zlatorogova pravljica dežela oziroma U'konc sveta so pravljice doma je projekt Enot vrtec Bohinj, ki deluje pri Osnovni šoli dr. Janeza Mencingerja Bohinjska Bistrica. Nastal je v okviru projekta *Turizem in vrtec* ter že od začetka poteka v sodelovanju s Turizmom Bohinj in Mednarodnim festivalom alpskega cvetja v Bohinju.

Mednarodni festival alpskega cvetja

Sodelovanje je pomembna lastnost MFAC. Festival namreč podpirajo lokalni prebivalci, ki vložijo svoj čas v načrtovanje in izvajanje dogodkov festivala. V času festivala (dva tedna) je organiziranih veliko različnih rokodelskih, umetniških, plesnih in drugih dejavnosti, dodatno pa tudi družinski dogodek v Ukancu, ki ga lahko izpostavimo kot izjemno sodelovalen dogodek, ki povezuje Bohinj in njegovo skupnost.

Prostovoljci – lokalni prebivalci – vsako leto opravijo za festival več kot 1100 ur.

POSVOJITE BOHINJSKO KLOP

Na območju Bohinja obiskovalci in ljubitelji bohinja lahko posvojijo klop.

Dogovor o posvojitvi klopi se podpiše za tri leta. Vsaka klop ima nameščeno posebno ploščico, na katero posvojitelj zapiše svojo misel, ime ali posvetilo. Lokacije klopi so na območju TNP vnaprej določene izven območja pa predmet dogovora in uskladitve z opčinskim prostorskim načrtom.

Vsa sredstva od posvojitve klopc bomo Občina Bohinj, Krajevna skupnost Stara Fužina-Studor, Turistično društvo Bohinj in javni zavod Turizem Bohinj namenili postavitvi in vzdrževanju klopi ter urejanju in ohranjanju poti okoli jezera.

Postavitev klopi stane 300 evrov, letna najemnina v naslednjih dveh letih pa 50 evrov.

Avtorji Bohinjske klopi so pri zasnovi klopi upoštevali lesarsko in fužinarsko tradicijo

		<p>okolja ter spoštovanje do narave.</p> <p>Tako so osnova debeli plohi iz macesna na nosilni konstrukciji iz tankega ploščatega železa ("flohajzen"), kar omogoča, da klopi neagresivno posežejo v tla in skoraj dajejo vtis lebdenja v naravi. Premišljena je tudi funkcionalna oblika, tako da klopi dajejo udoben in stabilen občutek počitka več osebam hkrati.</p> <p>https://www.bohinj.si/informacije/posvoji-bohinjsko-klop/</p> <p>Zeleni vikend v Bohinju</p> <p>Zeleni vikend v Bohinju je t.i. čistilna akcija, ki je namenjena vsem, ki na Zeleni vikend v Bohinju pripotujejo z vlakom in se udeležijo organiziranega krajšega izleta, namenjenemu čiščenju okolice.</p> <p>V zameno za čiščenje ponudniki Bohinja omogočijo brezplačno ali 50 % znižano nastanitev, kjer organizirajo tudi brezplačen avtobusni prevoz do namestitev.</p> <p>https://www.bohinj.si/paketi/zeleni-vikend/</p>	
<p>5.11. Zadovoljstvo prebivalstva Destinacija redno spremlja zadovoljstvo prebivalcev s turističnim razvojem in destinacijskim managementom. Aktualni podatki so javno objavljeni.</p>	✓	✓	Anketa je bila izvedena v sklopu Strategije trajnostnega razvoja občine Bohinj 2020+. V njej so predstavljeni pogledi občanov na razvoj Občine Bohinj.
<p>5.12. Opolnomočenje skupnosti Destinacija v management virov zavestno vključuje člane lokalne skupnosti, ki s tem postajajo glasniki destinacije. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".</p>	✓	—	

Lokalna ekonomija

Action			Details
<p>5.13. Optimizacija doprinosa zasebnega sektorja Destinacija sprejema ukrepe, s katerimi skuša optimizirati doprinos zasebnega sektorja k lokalni ekonomiji. Poseben poudarek in podpora sta namenjena lokalnim malim in srednje velikim podjetjem.</p>	✓	✓	<p>Turizem Bohinj je kot krovna turistična organizacija za turistično območje občine Bohinj razvijalec oziroma usmerjevalec, pospeševalec in povezovalac med različnimi gospodarskimi družbami in lokalnim obrtniki ter ustvarjalci.</p> <p>Turizem Bohinj – Center za kakovost je hkrati tudi razvijalec oziroma usmerjevalec, pospeševalec vseh vsebin (proizvodov in storitev), ki se tržijo pod krovno znamko Bohinjsko/From Bohinj – ni pa hkrati tudi proizvajalec pridelkov in izdelkov (ne upravlja proizvodnega procesa oziroma ne proizvaja samih proizvodov).</p> <p>Kolektivna znamka BOHINJSKO/From Bohinj deluje kot znamka, ki označuje in pod katero se predstavlja ponudba izdelkov in produktov iz Bohinja in hkrati deluje kot znamka za certificiranje kakovosti – predvsem pa je to razvojna platforma za razvojih novih proizvodov in storitev, v tesni povezanosti s številnimi lokalnimi deležniki.</p> <p>V prvi vrsti gre za POVEZOVANJE lokalnega gospodarstva in spodbujanje lokalnih prebivalcev k ohranjanju tistega, kar je v Bohinju tradicionalno, pristno in v sozvočju z naravnim in družbenim okoljem ter – zelo pomembno – za spodbujanje prebivalcev k PODJETNIŠKIM IZZIVOM in s tem SPODBUJANJE LOKALNEGA GOSPODARSTVA, v prvi vrsti pa za POVEZOVANJE, GENERIRANJE POVEZUJOČIH SKUPNIH IZDELKOV IN STORITEV MED NJIMI.</p> <p>Center za kakovost, ki deluje pod okriljem DMC centra Turizem Bohinj je v sklopu delovanja in podeljevanja certifikata kakovosti Bohinjsko/from Bohinj razvil model medsektorskega povezovanja, pod katerim se povezujejo, razvijajo, povezujejo in s tem skupaj promovirajo proizvodi in storitve, ki nastajajo v okviru različnih gospodarskih družb iz različnih sektorjev.</p> <p>BOHINJSKO/From Bohinj je kolektivna tržna znamka</p>

na ravni turistične destinacije Bohinj, pod katero se razvijajo, povezujejo in s tem skupaj promovirajo proizvodi in storitve z označenim geografskim poreklom in visoko kakovostjo, z jasno izraženo trajnostno komponento (s poudarjeno skrbjo, da so proizvedeni in predelani na naravi in ljudem prijazen način, s čim manjšim vplivom na okolje in naravo).

Podeljevanje certifikata in kolektivna blagovna znamka Bohinjsko/from Bohinj ni omejena le na certificiranje izdelkov, temveč predstavlja platformo za povezovanje lokalnega gospodarstva in spodbujanje lokalnih prebivalcev k ohranjanju tistega, kar je v Bohinju tradicionalno, pristno in v sozvočju z naravnim in družbenim okoljem ter – zelo pomembno – za spodbujanje prebivalcev k podjetniškimi izzivom in s tem spodbujanje lokalnega gospodarstva, v prvi vrsti pa za povezovanje, generiranje povezujočih skupnih izdelkov in storitev med njimi.

Z vzpostavitvijo modela medsektorskega povezovanja in z realiziranimi primeri dobre prakse, spodbujamo razvoj vrhunskih nišnih produktov, ki konkurenčno krepijo produktno košarico destinacije. Z realizacijo primera dobre prakse predelave lesa v visokozahteven produkt in povezovanja s turističnim gospodarstvom, krepimo in razvijamo tržno produktne mreže in zagotavljamo povezovanje panog za trajnostni razvoj, ki temelji na tradiciji lokalnega okolja.

Center za kakovost si prizadeva:

- V turistično ponudbo vključiti produkte proizvodnih podjetij, ki ostajajo v ozadju in ne izkoriščajo potenciala obiskovalcev (potencialnih kupcev) destinacije, prav tako destinacija ne izkorišča priložnosti za promocijo preko visoko kakovostnih produktov proizvodnih podjetij.

- Doseči močno prepoznavnost medsektorskih produktov (po konkretni ponudbi in zgodbah, ki jo pripoveduje) na domačem trgu in na tujih trgih, ki so ciljni trgi destinacije– cilj je, da vsak gost v času svojega obiska destinacije spozna/kupi vsaj en izdelek/koristi vsaj en izdelek tržno produktne mreže,
- Da se proizvodi promovirajo preko promocije destinacije in destinacija preko promocije izdelkov
- **Zagotoviti konstantnost inovativnih idej/projektov/izdelkov** ter njihova uspešna realizacija in trženjska valorizacija. Projekt je inovativen, ker združuje medsektorsko navidez nezdržljive panoge.

Gre za izrazito MEDSEKTORSKI PRISTOP, za medsektorsko povezovanje in razvoj tržno produktivnih mrež, ki je v slovenskem turizmu nov in lahko služi kot primer dobre prakse tudi za druge destinacije. Turizem se skozi model medsektorskega povezovanja povezuje s pridelovalci lokalnih pridelkov, z različnimi industrijami, obrtni in tradicionalnimi znanji in v vlogi povezovalca (povezuje partnerje iz različnih sektorjev in vsebine valorizira za bolj učinkovito pozicioniranje, za ustvarjanje nove vrednosti in razlikovanje), proizvajalca kot tudi pospeševalca gospodarske menjave (nudi dostop do kupcev in odpira nove distribucijske kanale – hkrati pa z novimi, medsektorskimi vsebinami večja privlačnost osnovnega turističnega produkta).

Ključne značilnosti modela medsektorskega povezovanja so:

- **SPOŠTOVANJE DO TRADICIJE LOKALNEGA OKOLJA:** Spoštovanje in ohranjanje tistega, kar je na območju Bohinja tradicionalno, avtentično – in ohranjanje tega. Gre za iskanje navdiha v preteklosti, tradiciji in na inovativen način prenos tega v sedanost.
- **SPOŠTOVANJE DO LOKALNEGA:** v okviru medsektorskega povezovanja nastajajo resnično zgolj izdelki in produkti, ki imajo geografsko poreklo na Bohinjskem Poleg tega pa – to je izredno pomembno – pri razvoju izdelkov/storitev in pri proizvodnji sodelujejo le »lokalci« - domačini, domači proizvajalci, podjetja iz lokalnega okolja, lokalni arhitekti ... , torej zgolj ljudje, ki so iz lokalnega okolja – ker imajo drugačen odnos do teh vsebin, ker živijo z

njimi in ker do njih čutijo ljubezen. Navdih se išče v lokalnem, projekt pospešuje lokalno gospodarsko menjavo in tudi materiali prihajajo iz lokalnega okolja – in učinke vrača v lokalno okolje.

- **OHRANJA NARAVNO IN DRUŽBENO OKOLJE – TRAJNOSTNI VIDIK:**
Temeljna identiteta vsega, kar razvijamo v okviru medsektorskega povezovanja, temelji na trajnostnih načelih in pokriva vse tri stebre trajnostnega razvoja. Skrb za naravno in družbeno okolje je vpeta v samo bistvo znamke – tako s poudarjeno skrbjo, da so izdelki proizvedeni in predelani na naravi in ljudem prijazen način, s čim manjšim vplivom na okolje in naravo, kot tudi s spoštovanjem in poslanstvom ohranjanja dediščine Bohinjskega. Ekonomski steber pa nagovarjamo skozi dejstvo, da medsektorsko povezovanje hkrati pospeševalec novih podjetniških izzivov in platforma za promocijo in prodajo
- **PROMOCIJA IN POVEZOVANJE** Pri razvoju produktov medsektorskega povezovanja se poudarja, izvor in kakovostna izdelava, kaj nudimo in od kod to prihaja. Vse produkte pa bomo nadgradili s certifikatom Bohinjsko/from Bohinj, ki se uporablja za različne kategorije pridelkov, storitev in doživljajskih programov. Ne obstajajo različne produktne znamke oziroma različne variante poimenovanja. Želeli smo preprosto in s tem močan sistem.
- **CELOSTEN PRISTOP:** Ne gre zgolj za certificiranje (sistem kakovosti), ampak v veliki meri za vzpostavljanje partnerskih povezav, medsektorsko povezovanje, spodbujanje novih podjetniških idej in usmerjanje razvoja novih izdelkov in storitev.
- **MEDSEKTORSKI PRISTOP:** Gre za izrazito medsektorski pristop – za

medsektorsko povezovanje in razvoj tržno produktivnih mrež, pristop, ki je v slovenskem turizmu nov in lahko služi kot primer dobre prakse tudi za druge turistične destinacije. Turizem se skozi znamko Bohinjsko/From Bohinj povezuje z različnimi industrijami (kot so npr. prehrabna, pohištvana, tekstilna, kreativna idr.) in je hkrati tako v vlogi povezovalca (povezuje partnerje iz različnih sektorjev in vsebine valorizira za bolj učinkovito pozicioniranje, za ustvarjanje nove vrednosti in razlikovanje), proizvajalca kot tudi pospeševalca gospodarske menjave (nudi dostop do kupcev in odpira nove distribucijske kanale – hkrati pa z novimi, medsektorskimi vsebinami veča privlačnost osnovnega turističnega produkta). Gre dejansko za »produktno košarico podeželja/destinacije«, v katero vključujemo produkte z območja Bohinja, z namenom promocije in trženja ter pospeševanja gospodarskega razvoja – v košarico vključujemo tudi produkte proizvodnih podjetij, ki sicer pogosto ostajajo v ozadju in ne izkoriščajo potenciala obiskovalcev (potencialnih kupcev) destinacije, prav tako destinacija ne izkorišča priložnosti za promocijo preko visoko kakovostnih produktov proizvodnih podjetij. Bohinjsko ta pristop združuje.

- *skrbi za INOVACIJE*: Inovativnost je vpeta v samo srce projekta. Ne inovativnost zaradi inovativnosti, temveč inovativno prenašanje dediščine preteklosti v sodobnost – pogosto skozi združevanje panog in elementov, ki so na prvi hip nezdružljivi.
- *ima MOČNE, STRATEŠKE OSNOVE – DOLGOROČNA NARAVNANOST IN VZDRŽNOST*: Projekt razvoja izdelkov in produktov medsektorskega povezovanja ima močne temelje v aktualni razvojni strategiji turizma za Bohinj. Njegova implementacija valorizira temeljne prednosti destinacije, odpravlja številne pomanjkljivosti in izkorišča trend »zelenega«. Zato je projekt sam po sebi tudi trajnosten (dolgoročno naravnan in zastavljen na način, da je dolgoročno vzdržen). Ne gre torej za projekt kratkega obdobja, temveč za enega najbolj temeljnih projektov v Občini Bohinj. Hkrati Turizem Bohinj kot

verodostojen partner v slovenskem turizmu jamči njegovo uspešno izvedbo.

nudi RAZVOJNO-TRŽENJSKO PLATFORMO za NOVE PODJETNIŠKE IDEJE:
Gre za model, skozi katerega lahko udeležijo svoje poslovne zamisli številni podjetniki, ponudniki iz različnih panog, posamezniki, domačini – ljudje in podjetja iz lokalnega okolja – kar jim sicer morda ne bi uspelo, ker jim manjka znanj, promocijskih in distribucijskih kanalov ali zgolj ideje, volje. Ne gre za posamezen, omejen projekt, temveč za široko platformo, v kateri se lahko najdejo vsi. Hkrati predstavlja enoten in prepoznaven, vizualno zelo dodelan koncept komuniciranja tega, kar nudi tudi Bohinjsko – s čemer je tako s skupno prodajno platformo kot tudi garancijo kakovosti izredno prijazna platforma za obiskovalca/kupca. Ta lažje najde tisto, kar nudi Bohinj, hkrati pa mu znamka daje garancijo kakovosti in vzbuja zaupanje. Dodana je tudi zgodba, kar je danes zelo v trendu.

Znamka Bohinjsko/from Bohinj dejansko predstavlja inovativno, podjetniško ustvarjalno razvojno in trženjsko platformo – in ni nekaj statičnega.

- RAZVOJNO: zato, ker skozi proces aktivnega dela z različnimi proizvajalci in ponudniki spodbujamo razmišljanje in proces nastajanja novih vsebin, novih produktov in novih inovativnih pristopov, ki izražajo spoštovanje in ohranjanje dediščine Bohinjskega.
- TRŽENJSKO: zato, ker skozi znamko povezujemo tako obstoječe kot tudi nove inovativne izdelke in produkte, ki sicer pogosto ostanejo razdrobljeni, v manjšem obsegu proizvodnje in prodaje, saj nimajo promocijskih in distribucijskih kanalov.

Bistvo kolektivne znamke BOHINJSKO je povezovanje lokalnih ponudnikov, proizvodov jedi in pijač, ki jamčijo geografsko poreklo, visoko kakovost in trajnostni pristop. Center za kakovost potencialnim prijaviteljem za pridobitev certifikata in imetnikom certifikata Bohinjsko/from Bohinj nudi:

- Pomoč pri razvoju in realizaciji podjetniških idej: Turizem Bohinj kot nosilec nudi celoten servis osnovni dejavnosti oziroma ideji: pri prijavi za pridobitev certifikata (znamke) spodbujamo ljudi k prijavi in jim pomagamo, da oblikujejo in naredijo dober, drugačen izdelek, zanimiv z vidika destinacije in temelječ na lokalnih resursih, tradiciji, dediščini in zgodbi;
- Razvoj novih, inovativnih idej (in njihova implementacija ter lansiranje v prodajno mrežo): Povezovanje partnerjev iz različnih sektorjev za razvoj novega izdelka/storitve;
- Certificiranje: Na osnovi sistema kakovosti so ponudniki ocenjeni in podeli se jim pravica do uporabe kolektivne znamke Bohinjsko/From Bohinj;
- Skupno trženje in nastop na trgu, pod kolektivno znamko Bohinjsko/From Bohinj z doseganjem sinergij s kolektivno destinacijsko znamko BOHINJ.

Temeljne značilnosti modela medsektorskega povezovanja:

- Z inovativnim pristopom POVEZUJE NAVIDEZ NEZDRUŽLJIVE GOSPODARSKE PANOGE
- Temelji na SPOŠTOVANJU in LJUBEZNI DO TRADICIJE.
- Temelji na SPOŠTOVANJU in LJUBEZNI DO LOKALNEGA.

		<ul style="list-style-type: none"> • OHRANJA NARAVNO IN DRUŽBENO OKOLJE – TRAJNOSTNI VIDIK. • Udejanja CELOSTEN PRISTOP. • Udejanja MEDSEKTORSKI PRISTOP. • Stalno skrbi za INOVACIJE. • Ima MOČNE, STRATEŠKE OSNOVE – dolgoročna naravnost in vzdržnost. • Vzpostavlja oziroma nudi RAZVOJNO-TRŽENJSKO PLATFORMO za NOVE PODJETNIŠKE IDEJE. • Vzpostavlja DOBER in PRENOSLJIV POSLOVNI MODEL. <p>Turizem Bohinj je kot krovna turistična organizacija za turistično območje občine Bohinj razvijalec oziroma usmerjevalec, pospeševalec in povezovalec med različnimi gospodarskimi družbami in lokalnim obrtniki ter ustvarjalci.</p>
<p>5.14. Promocija lokalnih produktov in storitev Destinacija podpira pravično vključevanje lokalnih obrtnikov, proizvajalcev, pridelovalcev in storitvenih dejavnosti v turistično verigo vrednosti. Promovira lokalne in trajnostne produkte, kot so hrana in pijača, izdelki, kmetijski proizvodi ipd., ki podpirajo lokalno naravo, kulturo, identiteto in ekonomijo.</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>Poslanstvo destinacije Bohinj je skozi soorganiziranost in mreženje deležnikov za povezovanje</p> <p>dobrin, ljudi, znanj idr., oblikovati inovativno in kakovostno podeželsko alpsko destinacijo Bohinj</p> <p>sredi Triglavskega narodnega parka , ki bo skozi trajnostni razvoj, družbeno odgovornost in strpnost</p> <p>ter nišno oblikovano ter trženo ponudbo neponovljivih doživljajskih PTK za ciljne skupine</p> <p>obiskovalcev, na mednarodnem turističnem trgu, dosegla večjo privlačnost, odličnost ter</p> <p>konkurenčnost in s tem večjo/e: prepoznavnost, povpraševanje, sinergicne ucinke (rast, razvoj in inovacije) in posledicno zadovoljstvo in blagostanje vseh deležnikov Bohinja.</p>

V sklopu tradicionalne prireditve 5. Mednarodni festival alpskega cvetja, Bohinj 2011 je bila izvedena delavnica z naslovom 'Pridelano v Bohinju' – predstavitev primerov dobre prakse in vodeno delavnično delo v skupinah. Vabljeni so bili vsi deležniki Bohinja, ki jih proučevana problematika zanima, še predvsem ponudniki bohinjskih pridelkov in izdelkov in turistična podjetja, ki bi lahko te pridelovalce vključila na listo dobaviteljev ter iz prvovrstnih kulinaričnih pridelkov in drugih izdelkov oblikovala kulinarične in druge užitke za obiskovalce / goste Bohinja.

Ugotovili so, da

- pridelovalci v Bohinju niso organizirani in ne sodelujejo (niso povezani), zato je prepoznavnost skupne ponudbe slaba, saj ni skupnih marketinških aktivnosti, skupne znamke in prodaje, čeprav izdelki dosegajo relativno visoke cene glede na konkurenčne izdelke drugih območij, ki celo posnemajo bohinjske izdelke in uporabljajo tudi ime 'Bohinj', čeprav ne prihajajo iz Bohinja;
- majhna kritična masa zaradi naravnih razmer - proizvodnja je zadostna za bohinjske potrebe, male kmetije pa ne omogočajo viškov tudi za druge trge;
- kot samozadostni pridelovalci poslujejo z višjimi stroški in se določenih aktivnosti, ki se ne tičejo njihove stroke, lotevajo neprofesionalno, sami;
- ni zaznati skupnega interesa na trgu temveč mnogokrat bojazen kot konkurenco v panogi;
- ni povezovanja s kupci – hotelirji / restavracijami / gostilnami / ponudniki zasebnih prenočišč v Bohinju, da bi pridobili prepoznavne jedi iz lokalno pridelanih živil.

Problem je predstavil neprepoznavnost pridelkov pridelanih v Bohinju, ki je kot kraj dobro prepoznaven in dosega unikatno vrednost kot središče Triglavskega narodnega parka, kjer obstaja dolga tradicija turistične dejavnosti, ki vključuje celo vrsto malih in srednje velikih podjetij, kmetij in zasebnih ponudnikov, ki se ponašajo s trajnostnim razvojem (kmetovanja, gozdarjenja idr.), unikatnim doživljanjem narave in organiziranjem odličnih in dobro prepoznavnih prireditev (npr. Kravji bal, Festival cvetja idr.). Pridelki so tradicionalni, kakovostni in dosegajo relativno visoko vrednost na trgu; proizvodnja je količinsko omejena; samozadostnost jim ne omogoča sinergičnih učinkov povezanosti in skupnega znamčenja, ki bi jim prinesli nove trge, boljše donose in bolj trajnostno rast.

Pojavila se je potreba po celoviti znamki, ki bi predstavljala tako destinacijo Bohinj iz turističnega vidika, kakor tudi znak kakovosti za pridelke, izdelke, storitve in programe doživetij. Porodila se je ideja o destinacijski / kolektivni znamki, ki bi z vzpostavljenim sistemom podeljevanja znaka kakovosti pod skupno znamko destinacije Bohinj vplivala na večjo prepoznavnost Bohinja v mednarodnem okolju.

V načrtu razvoja turizma v Bohinju jev posledično kot eno pomembnih strateških aktivnosti opredeljena vzpostavitev Centra kakovosti Bohinj (v sklopu DMC Turizem Bohinj), ki izvaja:

- certificiranje,
- nagrajevanje kakovosti,
- promocijo in spodbuja
- prodajo lokalnih pridelkov/izdelkov/jedi in pjač z višjo dodano vrednostjo alpskega prostora,

ki skozi destinacijsko kolektivno znamko Bohinj zagotavlja višjo kakovost in s tem konkurenčnost ponudbe in destinacije kot celote.

BOHINJSKO/From Bohinj je kolektivna tržna znamka

na ravni turistične destinacije Bohinj, pod katero se razvijajo, povezujejo in s tem skupaj promovirajo proizvodi in storitve z označenim geografskim poreklom in visoko kakovostjo, z jasno izraženo trajnostno komponento (s poudarjeno skrbjo, da so proizvedeni in predelani na naravi in ljudem prijazen način, s čim manjšim vplivom na okolje in naravo).

Znak Bohinjsko/From Bohinj zagotavlja geografsko poreklo in visoko kakovost proizvodov in storitev. Destinacijsko kolektivna znamka BOHINJ je znak priznanja

dosežene kakovosti in porekla.

Kolektivna znamka BOHINJSKO je znak zaupanja, kakovosti in porekla ter pridelave in/ali predelave na sonaraven način, s katerim proizvajalci in ponudniki (ki so pridobili pravico do uporabe destinacijske kolektivne znamke) zagotavljajo poreklo in kakovost izdelkov.

Kolektivna znamka Bohinjsko/From Bohinj zagotavlja, da imajo proizvodi in storitve:

- nadpovprečno kakovost,
- izvor mora biti z območja Bohinja (razen za predmete zavarovanja, za katere je s posebnim pravilnikom določeno drugače),
- ustrezati morajo zakonsko predpisanim zahtevam,
- prehrambni in kmetijsko predelovalni proizvodi morajo biti proizvedeni in predelani na naravi in ljudem prijazen način, s čim manjšim vplivom na okolje in naravo.

V mrežo ponudnikov je trenutno vključenih 44 imetnikov certifikata Bohinjsko/from Bohinj.

S certificiranjem izdelkov se gradi register ponudnikov in viša kakovost izdelkov.

Izdelki in storitve pod kolektivno blagovno znamko Bohinjsko/From Bohinj so najmočnejši in najbolj avtentični ambasadorji promocije destinacije Bohinj in hkrati temeljni gradnik povezovanja lokalnih ljudi, lokalnih podjetij in lokalnih resursov v Bohinju.

Center za kakovost skozi celoten proces dela s ponudniki/posamezniki/domačini/podjetji v destinaciji (razvoj izdelkov, priprava izdelkov za prodajo, mreženje med ponudniki, itd.) izvaja izredno pomembno ozaveščevalno in izobraževalno delo na področju trajnostnega razvoja.

Na ta način se deležniki poučijo o tem, kaj vključuje trajnostni razvoj, zakaj je pomemben in te vidike zaradi kriterijev kolektivne znamke Bohinjsko/From Bohinj tudi vključijo v svojo zgodbo/idejo/izdelek/storitev.

		<p>Ponudba izdelkov in storitev Bohinjsko/From Bohinj je del vseh promocijskih aktivnosti na ravni destinacije (ki jih koordinira Turizem Bohinj) in ponudnikov v njihovih odnosih, aktivnostih in transakcijah s svojimi partnerji.</p> <p>Znak Bohinjsko/from Bohinj se trenutno podeljuje za naslednje proizvodne/storitvene kategorije:</p> <ul style="list-style-type: none"> • prehranski pridelki in izdelki z bohinjskih kmetij, • priprava in ponudba hrane in pijač, • proizvodi ter izdelke domače in umetne obrti, • proizvodi industrijske proizvodnje, <p>Razvijajo pa se še certificiranja za</p> <ul style="list-style-type: none"> • nastanitve in bivanja, • turistične prireditve, • storitve vodenja, doživljajske programe in interpretacije narave. <p><i>Strateške usmeritve za doseganje zastavljenih razvojnih in trženjskih ciljev destinacije Bohinj se glasijo:</i></p> <p><i>Nadgraditi Center kakovosti destinacije Bohinj (v sklopu DMC Turizem Bohinj) - certificiranje, nagrajevanje kakovosti, promocija in prodaja lokalnih pridelkov / izdelkov / storitev (procesov) / doživljajskih programov z višjo dodano vrednostjo alpskega prostora, ki skozi destinacijsko znamko Bohinj in kolektivno blagovno znamko Bohinjsko / From Bohinj zagotavlja višjo kakovost (zelena destinacija v mreži Alpskih biserov) in s tem konkurenčnost ponudbe in destinacije kot celote.</i></p>
<p>5.15. Spremljanje ekonomskih učinkov Destinacija na letni ravni spremlja posredni in neposredni prispevek turističnega sektorja k lokalni ekonomiji. Podatki vključujejo porabo obiskovalcev, RevPAR (prihodek na razpoložljivo sobo), zaposlovanje in investicije.</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>V destinaciji Bohinj Turizem Bohinj na letni ravni spremlja posredni in neposredni prispevek turističnega sektorja k lokalni ekonomiji.</p> <p>Spremljanje posrednega in neposrednega prispevka turističnega sektorja k lokalni ekonomiji je načrtovano v letnem planu Turizma Bohinj in zapisano v strategiji razvoja turizma destinacije Bohinj.</p>

Tam je med trženjskimi cilji zapisano:

Povečanje *obsega turistične potrošnje* oz. povpraševanja po posameznih produktih – *dnevnega obiskovalca* za 30 % glede na leto 2011 (iz 30 do 50 EUR na 36 do 65 EUR leta 2021) in za 30 % *stacionarnega gosta* (iz 50 do 100 EUR na 65 do 130 EUR leta 2021).

Ocena porabe v letu 2017 je znašala:

poraba dnevnih obiskovalcev: ca 40 EUR in stacionarnih obiskovalcev stacionarni med 70 in 100 EUR.

PORABA

Rezultati ankete, izvedene v letih 2015 – 2016 so takile. Niso pa tukaj ločeni dnevni obiskovalci od stacionarnih.

RevPAR merijo posamezni turistični subjekti, na ravni destinacije pa teh podatkov (še) nimamo zbranih.

Turizem predstavlja v Bohinju najbolj perspektivno panogo.

Čeprav turizem in gostinstvo neposredno prispevata le 20 % delovnih mest v občini, gre za panogo z najvišjo rastjo. Potrošnja turistov posredno pozitivno vpliva tudi na dodano

		<p>vrednost drugih gospodarskih dejavnosti, ki dobavljajo proizvode za turistične dobrine (t. i. multiplikator).</p> <p>S turizmom in gostinstvom se v Bohinju ukvarja 56 gospodarskih družb in s. p.-jev s sedežem v občini Bohinj ter prek 100 sobodajalcev, ki imajo v več kot 150 objektih na voljo 6.501 ležišč.</p> <p>Z 1,27 ležišča na prebivalca se Bohinj po gostoti namestitev v slovenskem merilu uvršča na drugo mesto, takoj za Bovcem, medtem, ko je koncentracija postelj v primerljivih alpskih središčih višja.</p> <p>111 bohinjskih gospodarskih družb in 232 samostojnih podjetnikov je leta 2015 ustvarilo 58,9 mio EUR prihodkov, med njimi 43 % v predelovalni dejavnosti (prevladujoči panogi sta lesna in kovinska predelava), 20 % v turizmu in gostinstvu, 3 % v kmetijstvu in gozdarstvu in 33 % v ostalih dejavnostih.</p>
<p>5.16. Socialno-ekonomski razvoj Destinacija promovira socialno-ekonomski razvoj. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".</p>	<p>✓ —</p>	

Družbeni vplivi

3

Action		Details
<p>5.17. Optimizacija družbenih vplivov Destinacija ustrezno spremlja vpliv turistov na lokalno skupnost in sprejema ukrepe, s katerimi skuša optimizirati njihov prispevek k lokalni ekonomiji.</p>	<p>☰ ✓</p>	<p>Obiskovanje in doživljanje narodnega parka in Bohinja, na način, ki je v skladu z varstvenimi cilji območja, je ob varstvu narave, ohranjanju krajine in kulturne dediščine, raziskovanju ter okoljski vzgoji in izobraževanju eden od ciljev narodnega parka. Zaradi naraščajočega obsega pristočasnih dejavnosti in vse večjega zanimanja za obisk se za</p>

✓	✓	<p>informiranje in ozaveščanje obiskovalcev ter za usmerjanje in spremljanje obiska izvaja in oblikuje oblikovati in izvajati celovit – vsebinsko, prostorsko in časovno naravn – pristop.</p> <p>Bohinj kot turistična destinacija v zavarovanem območju narave, se sooča z vse večjim obiskom, kar predstavlja svojevrsten izziv upravljavcem, ki morajo zagotavljati ugodno stanje narave in kulturne dediščine, hkrati pa obiskovalcem omogočiti prijetno izkušnjo ob obisku. Z vidika upravljanja se vzpostavlja sistematično spremljanje obiska, ki bo pripomoglo k prepoznavanju specifičnih konfliktov (<i>hot spots</i>) v prostoru, reševanju teh konfliktov in postavljanju smernic za sistematično usmerjanje obiska, kot npr. smernice za vzpostavitev usmerjevalne in informacijske infrastrukture ter drugih orodij.</p> <p>V letu 2016-2017 so bile opravljene oobsežne ankete in podana analiza rezultatov značilnosti obiskovanja Triglavskega narodnega parka , ki služi za pripravo akcijskega načrta za spremljanje in usmerjanje obiska.</p> <p>V Bohinju beležimo v letu 2017 več kot 500.000 nočitev, kar predstavlja 18% turističnih prihodov na celotnem območju Biosfernega območja Julijske Alpe. Po podatkih Turizma Bohinj, je na območju TNP ustvarjenih 62,64 % vseh turističnih nočitev v občini. Od tega največ na območju Ukanca (19,97 %), Ribčevega Laza (18,59 %) in Stare Fužine (9,33 %).</p> <p>Po pridobljenih podatkih planinske postojanke na območju Triglava in doline Triglavskih jezer predstavljajo najbolj obiskane postojanke na območju TNP. 7 postojank (v preglednicioznačenih z zeleno barvo) izmed 22 ustvari skupno 34.314 nočitev, kar predstavlja 65 % vseh nočitev na območju TNP.</p> <p>Slap Savico letno obiše 72.000 obiskovalcev, Vogel 105.000, po cesti na Vogar in Planino Blato pa se letno pelje več kot 7000 avtomobilov.</p>
---	---	---

V prometu (meritveni postaji Ribčev Laz) so opazna zelo izrazita sezonska nihanja in tedenska nihanja (delovnik/vikend), ki vrhunec dosežejo v poletnih mesecih.

V Bohinju se soočamo z prometnimi obremenitvami v poletni sezoni in za smučanje primernih zimskih vikendih. Množičen obisk Bohinja in prometna obremenitev so povod za vzpostavitev prometnih ukrepov.

Prometno je najbolj obremenjen dostop do jezerske sklede, cesta na Voje in planino Blato ter območje Rudnega Polja, Goreljka in planine Zajavornik.

Narašča tudi obisk gore Triglav, ki je v letošnjem letu preegtel možnosti zagotavljanja varnosti pohodnikov in varovanje narave.

TIPOV IN VRST SPREMLJANJE STANJA BIOTSKE RAZNOVRSTNOSTI IN GEODIVERZITETE SPREMLJANJE STANJA KULTURNE DEDIŠČINE

Analiza rezultatov značilnosti obiskovanja Triglavskega narodnega parka je pokazala, pokaže, da je TNP tipičen gorski park, kjer je osrednja oblika rekreacije pohodništvo. Določena območja v zavarovanem območju, Bohinj so izpostavljena velikemu pritisku.

V kontekstu reševanja lokalne problematike območij z velikim številom obiskovalcev se v Bohinju osredotočamo k trajnostnim rešitvam (okolju prijazne oblike mobilnosti, omejitve obiska v prostorskem in časovnem smislu).

Na področju umirjanja in usmerjanja prometa je bil v letošnjem letu prenovljen parkirni režim z novimi parkirnimi avtomati in parkirišči opremljenimi z zapornicami. Vsa parkirišča v Bohinju pa so označena s tablam, opremljenimi z barvnimi simboli. Zelena

gori takrat, kadar so na parkirišču še prosti parkirni prostori, rdeča pa, ko so vsi zasedeni.

Pomemben in uporaben produkt je tudi interaktivni zemljevid za območje Julijskih Alp. Ta obiskovalcem že med načrtovanjem pomaga s koristnimi informacijami o prostih in brezplačnih parkiriščih, sporoča nam, kje so najbližje avtobusne in železniške postaje, kolesarske in pohodniške poti, pa tudi, kje si na lahko izposodimo kolo.

Pomembno vlogo pri umirjanju prometa ima tudi kartica mobilnosti, s katero skušamo podaljšati bivanje v destinaciji in uporabo javnega prevoza.

S tovrstnimi ukrepi umirjamo promet in omogočamo trajnostno mobilnost, da bi obiskovalcem zagotovili kakovostno doživetje ne glede na to, ali pridejo le za en dan ali dlje. Obenem želimo domačinom z umirjanjem prometa zagotoviti kar se da običajno življenje.

Ker je prometna obremenitev v poletnih mesecih izredno visoka in močno vpliva na življenje prebivalcev, se na podlagi predhodnih raziskav intenzivno iščejo rešitve za usmerjanje obiska in uporabo brezplačnih parkirišč izven obremenjenih območij v kombinaciji z javnim prevozom.

Na življenje lokalnih prebivalcev pa ne vpliva le povečan promet v destinaciji temeč tudi povečan promet na cestah ki vodijo proti Bohinju – ozko prometno grlo z zastoji – je namreč cesta skozi Bled.

Akcijski načrt za spremljanje in usmerjanje obiska se intenzivno pripravlja za sezono 2018 na podlagi priloženih dokumentov.

<p>5.18. Izkoriščanje nepremičnin Destinacija ustrezno spremlja vpliv nepremičninskih in gradbenih projektov na lokalno skupnost ter sprejema ukrepe, s katerimi skuša optimizirati njihov prispevek k lokalni ekonomiji. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".</p>	✓	✓	
<p>5.19. Sezonskost Destinacija išče načine, kako razvijati turizem prek vsega leta in se izogibati sezonskosti. Pri načrtovanju ukrepov upošteva potrebe lokalne ekonomije, skupnosti, kulture in okolja.</p>	✓	✓	<p>V preteklosti se je Bohinj »preživljal« s kratkimi vendar zelo dejavnimi poletnimi in zimskimi sezonami. Vendar pa se je izkazalo, da je ta oblika turizma z ekonomskega, socialnega in okoljskega vidika nevzdržna, saj je velik pritisk na gradnji in delovanju hotelov z velikimi kapacitetami in zaposlenimi, ki delajo na sezonski ravni, kar pomeni, da večina prihodkov ne ostane v Bohinju.</p> <p>Prav tako trenutni trendi na področju globalnega segrevanja kažejo, da postaja slovenska zimska turistična (smučarska) sezona nezanesljiva, prav tako je njeno trajanje zelo vprašljivo. To pa predstavlja vedno večji razvojni pritisk na povečanje poletnih kapacitet, vendar pa se je bohinjska skupnost iz preteklih napak veliko naučila in tako danes gradi nove razvojne strategije trajnostnega turizma. Glavna značilnost teh strategij je zmanjšati sezonskost s podaljšanjem sezone, in sicer v pomladne in jesenske mesece, ter izboljšati kakovost in zmanjšati obseg turističnih produktov, ki so povezani z izjemnimi okoljskimi danostmi (narava, podeželje in kultura) na tem področju.</p> <p>Doseči ciljano povpraševanje izven glavne sezone in minimizirati vpliv sezone v destinaciji je eno izmed osmih glavnih trženjskih ciljev udejanjanja vizije destinacije Bohinj 2017-2021</p> <p>V strategiji se predvideva 4 % odstotna letna rast nočitev mednarodnih turistov leta 2021 glede na leto 2016 (leta 2011 205.536 mednarodnih nočitev, načrtovano za leto 2016 250.060 nočitev, ustvarjeno 313.499 nočitev, kar za 25 % več kot načrtovano), še</p>

predvsem v izven sezonskih mesecih (maj, junij, september, oktober) – 381.420 mednarodnih nočitev.

In obenem ohraniti dobo bivanja 2,68 dni iz leta 2016 pri domačih turistih tudi v letu 2021 (načrtovano iz 3 dni leta 2011 na 3,5 dni leta 2016, kar ni bilo doseženo), in sicer doseči 70.360 domačih turistov in 183.420 domačih nočitev in rast dobe bivanja pri mednarodnih turistih - 2,9 dni mednarodni turisti leta 2021, in sicer doseči 132.773 prihodov mednarodnih turistov in 381.420 mednarodnih nočitev, še predvsem izven glavne sezone (julij - avgust, ko je bilo ustvarjenih 245.730 nočitev, kar je več kot 51 % vseh nočitev, oz. izven poletne sezone junij-september, ko je bilo ustvarjenih 68,5% nočitev v letu 2016).

Cilje podaljševanja sezone se udejanja z mreženjem ponudnikom, organizacijo Mednarodnega festivala alpskega cvetja (maj-junij) in festivala pohodništva (sept –okt)

Mednarodni festival alpskega cvetja v Bohinju je ključen pri dokazovanju dejstva, da zanimiva področja, ki so izredno sezonsko usmerjena, lahko podaljšujejo turistično sezono in pritegnejo nišna tržišča višjih vrednosti.

Podaljšanje sezone na vse letoje ključnega pomena za Bohinj. Majski Mednarodni festival alpskega cvetja je vzorčni primer vpeljave produkta, ki cilja na specifično ciljno skupino v mrtvi sezoni in obenem izhaja iz lokalnega okolja. Festival povezuje tri vidike, ključne za trajnostni razvoj destinacije: v dogajanje je aktivno vključeno lokalno prebivalstvo, aktivnosti temeljijo na naravni in kulturni dediščini ter jo ohranjajo, zanemarjena pa ni niti ekonomska komponenta. Da je pristop inovativen in uspešen, dokazujejo tudi odzivi iz tujine.

Naloga Festivala alpskega cvetja je v tem smislu najbolj vidna zaradi vpliva na turizem. Do sedaj je festival prispeval k prepoznavnosti Bohinja kot destinacije, k povečanju števila turistov izven sezone, in sicer v maju in juniju, ter k oblikovanju dodatne ponudbe za turiste, ki Bohinj obiščejo iz drugih razlogov.

Jesenski dnevi pohodništva temeljijo na enaki strukturi kot festival cvetja in z

dogajanjem pomembno prispevajo k obisku v izvensezonskem času.

Učinki družbeno odgovornega destinacijskega trženja Bohinja



Mreženje ponudnikov z namenom podaljšanja sezone na vse leto je povečalo obisk v Bohinju v spomladanskem in jesenskem času in tako se je doba bivanja v Bohinju podaljšala iz 3 dni leta (2011) na 4,2 dni leta (2020);

Kartica Gost Bohinja ponuja obiskovalcem, ki prenočijo v Bohinju več kot dva dni izven glavne sezone gratis parkirišče, uporabo javnih prevoznih sredstev, ogled ene predstave in ene naravne oz. kulturne znamenitosti, pri ostalih pa lahko koristijo različne popuste do 50 %. Kartica Gost Bohinja ponuja izletnikom parkiranje na eko parkirišču v Bohinjski Bistrici (oz. v dolini), gratis uporabo javnih prevoznih sredstev ter porcijo odličnih bohinjskih žgancev v eni od Gostiln Bohinja. Izletniki, ki želijo z lastnim prevoznim sredstvom do Bohinjskega jezera in drugih znamenitosti Bohinja, plačajo parkirnino in ekološki prispevek za vsako uro parkiranja v osrčju Julijskih Alp, zato pa so deležni brezplačnega vodenja po razstavah Centra narave in kulturne dediščine Bohinj.

Ključni cilji in usmeritve strategije produktov destinacije Bohinj sovzpostaviti doživljajske produktno tržne kombinacije s katerimi bo moč doseči prepoznavnost ter povečano prodajo konkretnih programov preko celega leta (s poudarkom na mesecih nizke sezone ter pred in posezone) ter spodbujati razvoj in trženje produktno tržnih kombinacij, ki so drugačni od konkurenčnih, gradijo imidž destinacije Bohinj in pomembno širijo turistično sezono na celo leto.

Zdravje in varnost

3

Action			Details
5.20. Zdravje in varnost - preprečevanje in odzivi			

<p>Destinacija ustrezno preprečuje in se odziva v primeru kriminalnih dejanj, varnostnih tveganj in zdravju nevarnih pojavov. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".</p>	✓	✓	
<p>5.21. Zdravje in varnost - spremljanje Destinacija ustrezno spremlja kriminalna dejanja, varnostna tveganja in zdravju nevarne pojave. Podatki so javni. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".</p>	✓	✓	
<p>5.22. Ukrepanje v nesrečah Destinacija ima sprejet ustrezen in veljaven načrt ukrepanja v primeru naravnih in drugih nesreč (identificiranih v analizi stanja). Načrt je javen. Zaposleni, obiskovalci in prebivalci so z njim seznanjeni in so ustrezno usposobljeni.</p>	✓	✓	<p>Občina Bohinj ima sprejet Občinski načrt zaščite in reševanja ob potresu za občino Bohinj, Občinski ukrepi zaščite in reševanja ob železniški nesreči za občino Bohinj, Ocena ogroženosti zaradi naravnih in drugih nesreč na območju občine Bohinj.</p> <p>Načrti so javno dostopni na spletni strani Občine Bohinj, prav tako imajo možnost vpogleda v načrte in ocene na občinske upravi Občine Bohinj.</p> <p>Usposobljeni za ukrepanje v primerih nesreč so civilna zaščita, ustanovljena kot organ občine ter posamezne gasilske enote vseh prostovoljnih gasilskih društev Bohinja. Prav tako se izvajajo občinske vaje v primeru naravnih nesreč (npr. vaja potres) ter druge medobčinske kakor tudi mednarodne vaje. Zaposleni na občinski upravi ter zaposleni po drugih podjetjih se izobražujejo kot to določa zakonodaja – npr. varstvo pri delu.</p> <p>Vse večje gospodarske družbe in zavodi imajo izdelane načrte zaščite in reševanja (npr. Osnovna šola, Zavod Sv. Martina, Podjetje LIP).</p> <p>Občina ureja sistem zaščite in reševanja v občini, Občina je ustanovila štab Civilne zaščite, ki v primeru naravne ali druge nesreče void, koordinira in nadzoruje reševanje. Obveščanje in aralmiranje o nevarnostih se na krajevno običajen način – radio, obvestila na domu, gasilska sirena ob večjih nevarnostih ... Občina poskrbi za elektronske komunikacije v primeru naravnih in drugih nesreč preko štaba Civilne zaščite preko telefona, elektronski, prav tako imajo prenosne telefone vse ključne osebe</p>

		<p>krajevnih skupnosti, civilne zaščite in občinske uprave. Občina Bohinj zagotavlja sredstva za opremljanje in organiziranje enot za zaščito in reševanje – civilna zaščita, tudi za gasilske enote. Za začasno nastanitev v primeru naravnih in drugih nesreč občina zagotavlja opremo za začasno nastanitev in ima določene prostore za začasno nastanitev – dvorana Danica, osnovna šola v Bohinjski Bistrici, kulturni dom v Stari Fužini. Civilna zaščita zagotavlja usposabljanje članov štaba, prav tako se usposabljujejo tudi gasilske enote. Pri usklajevanju načrtov in drugih priprav se usklajujemo s sosednjimi občinami, saj imamo sprejet Dogovor o operativnem sodelovanju gasilcev na območju gasilske zveze Gorenjske, Dogovor o sodelovanju gasilcev na teritoriju Zgornje Gorenjske, na nivoju države se Občina usklajuje preko izpostave Urada RS za zaščito in reševanje Kranj. Občina tudi zagotavlja odpravljanje posledic naravnih in drugih nesreč.</p>
--	--	---

6. Poslovanje turističnih podjetij











18

1

Vključevanje turističnih podjetij

8

1

Action			Details
6.1. Trajnostne sheme Destinacija ali turistični sektor promovirata pristopanje k mednarodno priznanim trajnostnim shemam za turistična podjetja, ki jih priznava Zelena shema slovenskega turizma.			Bohinj se lahko pohvali z laskavimi nazivi in nagradami na področju trajnostnega turizma. Prav zato se zavzemamo, da bi posamezni ponudniki v destinaciji pridobili mednarodne znake in pristopili k trajnostnim shemam za turistična podjetja. O možnosti pristopa k trajnostnim shemam obveščamo in osveščamo turistična podjetja preko osebnih razgovorov in na sestanskih delovnih skupin.
6.2. Objava podjetij z zelenim znakom Destinacija seznam turističnih podjetij z zelenim znakom redno posodablja. Seznam je javen. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".			
6.3. Raba vode Destinacija lokalna turistična podjetja spodbuja k zmanjševanju rabe vode in k javni objavi podatkov o porabi vode.			Merjenje porabe pitne vode predpisuje nacionalna in lokalna zakonodaja. O tehnoloških rešitvah ,ki so na voljo in o pomenu racionalne rabe vode jih obvečamo skupaj z Režijskim obratom občine Bohinj, ki je izvajalec gospodarske javne službe oskrbe s pitno vodo. V prihodnje bomo skupaj z Režijskim obratom dali temu področju še večji poudarek.
6.4. Ravnanje z odpadnimi vodami Destinacija turističnim podjetjem nudi podporo pri iskanju in implementaciji rešitev za učinkovito ravnanje z odpadnimi vodami (vključno s ponovno rabo). Dosledno se upoštevata lokalna in nacionalna zakonodaja.			Odvajanje in čiščenje odpadnih voda je urejeno z občinskim prostorskim načrtom. V območju naselij Ukanc, Ribčev Laz, Stara Fužina in Bohinjska Bistrica se dograjuje kanalizacijski sistem, na katerega se priključujejo objekti. Sistem v omenjenih naseljih je vključen v centralni sistem s centralno čistilno napravo pri Bohinjski Bistrici. V

centralni sistem se bodo poleg vseh naselij ob Savi Bohinjki do naselja Nomenj vključile tudi vasi Stara Fužina, Studor, Srednja vas v Bohinju, Bohinjska Češnjica, Jereka, Koprivnik, Goreljek in Ravne.

Na območju Nemškega Rovta je lokalni kanalizacijski sistem s čistilno napravo, ki se lahko dolgoročno rekonstruira ali poveže s centralnim sistemom. Lokalni kanalizacijski sistem s čistilno napravo je predviden za območje Rudnega Polja, Gorjuš, Uskovnice in hotelsko območje na Voglu.

Ob nadgradnjah na čistilnih napravah Bohinjska Bistrica in Nemški Rovt se učinek čiščenja poveča z dodatnim odstranjevanjem dušika in fosforja (terciarno čiščenje).

V manjših oddaljenih naseljih, kjer gradnja kanalizacijskega sistema ni predvidena, na planinah in v planinskih kočah, je predvidena uporaba individualnih sistemov odvajanja in čiščenja odpadne vode, za katera je treba vzdrževati evidenco ter stalni nadzor. Priporočena je uporaba malih komunalnih čistilnih naprav, ki morajo z zmogljivostjo in izbrano tehnologijo čiščenja ustrezati specifičnosti območja (še posebej v visokogorju in na planinah) in zadostiti okoljskim zahtevam.

Na območjih, kjer je načrtovana gradnja kanalizacijskega omrežja ali le-to že obstaja, morajo biti vsi objekti praviloma priključeni na javno kanalizacijsko omrežje, v kolikor na območju ni dovoljena tudi uporaba individualnih sistemov odvajanja in čiščenja odpadne vode. Če kanalizacijsko omrežje še ni zgrajeno, gradnja novih objektov ni možna, razen, če se hkrati z gradnjo novih objektov gradi tudi javno kanalizacijsko omrežje.

Turistična podjetja so zavezana k priključitvi na kanalizacijski sistem, ob prenovi ali novogradnji nastavitvenih kapacitet pa so investitorji pozvani k razmisleku o ponovni rabi vode.

Bohinj se lahko pohvali tudi z edinim ekološko grajenim hotelom v Sloveniji. V Eko hotelu Bohinj v katerem je raba vode zelo racionalizirana.

V hotelu vodo, ki jo gostje porabijo v kopalnicah (tuš) začasno shranijo v velikih rezervoarjih, kjer se ji najprej odvzame toplota s toplotnimi črpalkami, s čimer prihranijo

		<p>ogromno energije. Voda gre potem in gre nazaj v sistem in uporabi tudi kot "siva" vodaza splakovanje stranišč. Ko je voda tako v celoti izkoriščena in ji je odvzeta tudi energija steče, skladno z zakonodajo, v javno kanalizacijo.</p> <p>Turistična podjetja osveščamo in informiramo skupaj z Režijskim obratom občine Bohinj, ki je izvajalec gospodarske javne službe odvajanja in čiščenja odpadnih voda. Velik poudarek dajemo na zmanjševanje količine porabljene pitne vode in učinkovito ravnanje z odpadnimi vodami.</p>
<p>6.5. Trdni odpadki Destinacija turistična podjetja spodbuja k zmanjševanju, ponovni uporabi in predelavi trdnih odpadkov.</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>K zmanjševanju, ponovni uporabi in predelavi odpadkov spodbujamo z dopisi in objavah na spletni strani Občine Bohinj.</p> <p>nekaj primerov dopisov in linke na objave na spletni strani:</p> <p>http://obcina.bohinj.si/fileadmin/user_upload/ostala_gradiva/komunala/ABECEDA_ODPADKOV.pdf</p> <p>http://obcina.bohinj.si/fileadmin/user_upload/ostala_gradiva/komunala/rumenavreca_specom.pdf</p> <p>http://obcina.bohinj.si/fileadmin/user_upload/ostala_gradiva/komunala/Navodila_za_za_bojnike.doc</p> <p>http://obcina.bohinj.si/fileadmin/user_upload/Rezijski_obrat/odpadki/Koledar_odvoza_odpadkov_2017.jpg</p> <p>V skladu s Tehničnim pravilnikom o ravnanju s komunalnimi odpadki na območju občine Bohinj, morajo uporabniki obvezno ločevati odpadke na izvoru, izvajalec pa jih prevzema na način oziroma s tehnologijo, ki velja za območje oziroma naselje, v katerem nastajajo odpadki.</p> <p>Zaradi identifikacije uporabnika zabojsnikov so zabojsniki označeni z elektronski čipom ali črtno kodo, s čimer je omogočeno avtomatsko prepoznavanje zabojsnika pred vsakim praznjenjem in vodenje evidenc praznjenj.</p>

			<p>Izvajalec pri porazdelitvi količin opravljenih storitev za uporabnike iz dejavnosti - pogodbene uporabnike - upošteva dejansko količino zbranih količin odpadkov na podlagi evidenc izvajalca, kar je povezano z visokimi stroški, kar je dobra spodbuda za zmanjševanje količine odpadkov.</p> <p>Obveščanje turističnega gospodarstva - večinoma pogodbenika - poteka prek Režijskega obrata občine Bohinj, ki je izvajalec gospodarske javne službe zbiranja in odvoza komunalnih odpadkov. Vsa gospodinjstva in gospodarstvo so praviloma vsaj enkrat letno obveščena o pravilnem ločenem zbiranju odpadkov in ukrepih za zmanjševanje komunalnih odpadkov.</p>
<p>6.6. Energija in toplogredni plini Destinacija turistična podjetja spodbuja k ustreznemu spremljanju, zmanjševanju in javnemu poročanju o porabi energije in izpustih toplogrednih plinov.</p>	✓	✓	<p>Turistično gospodarstvo k ustreznemu spremljanju, zmanjševanju in javnemu poročanju o porabi energije in izpustih toplogrednih plinov spodbujamo z rednim obveščanjem na skupnih sestankih.</p> <p>Večina obveščanja je bila izvedena sočasno z izgradnjo in vpostavitvijo daljinskega ogrevanja na lesno biomaso na Bohinjski Bistrici.</p>
<p>6.7. Pravično in enakopravno zaposlovanje Destinacija med turističnimi podjetji promovira varnost pri delu, pravično plačno politiko, pravično trgovino, enakopravnost pri zaposlovanju in priložnosti za usposabljanje. Destinacija skrbi, da se na navedenih področjih upošteva ustrezna zakonodaja.</p>	-	-	
<p>6.8. Kodeks ravnanja za turistične vodnike Turistični vodniki se na usposabljanju seznanijo s kodeksom ravnanja, ki ga pri svojem delu dosledno upoštevajo.</p>	✓	✓	<p>Vodniki morajo po sklenjenem Dogovoru o sodelovanju na področju izobraževanja lokalnih turističnih vodnikov v regiji Julijske alpe opraviti izobraževanje ki ga v imenu podpisnikov dogovora izvaja VSSGT Bled.</p> <p>Izobraževanje tudrističnih vodnikov v RJA je namenjeno ozaveščanju o biosfernem območju Julijske Alpe in Triglavskem narodnem parku oz. vzpostavitvi učinkovite in dobro usposobljene vodniške službe, namenjene zagotavljanju kakovostnega doživljanja biosfernega območja in narodnega parka (glej Načrt upravljanja Triglavskega narodnega parka 2016 -2025).</p>

		<p>Pogoji za prijavo kandidatov so:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Najmanj V. stopnja izobrazbe - Znanje vsaj enega tujega jezika, prednost imajo kandidati z dokazanim znanjem več tujih jezikov. <p>Poleg turističnih vodnikov veliko pozornost usmerjamo tudi k izobraževanju informaterjev v info centrih (priloga Poslovnik TICi)</p>
<p>6.9. Razvoj produktov V destinaciji je v veljavi strategija razvoja turističnih produktov, s katero si destinacija zagotavlja konkurenčno prednost in finančno vzdržnost.</p>	<p>✓ —</p>	<p>Razvoj in trženje destinacije Bohinj v obdobju 2012-2016 temelji na <i>Modelu razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012-2016</i> (Slika 1), ki je predstavljen v dokumentu B »Razvojne in trženjske usmeritve destinacije Bohinj 2012-2016« študije z naslovom »Strategija razvoja in trženja destinacije Bohinj 2012 – 2016 (SRTDB) z vključenim modelom razvoja in trženja destinacije v obravnavanem obdobju«, ki predstavlja način uresničevanja zastavljene vizije v obdobju 2012-2014.</p> <p>Poslanstvo destinacije Bohinj je skozi <i>soorganiziranost</i> in mreženje deležnikov za povezovanje dobrin, ljudi, znanj idr., oblikovati <i>inovativno in kakovostno podeželsko alpsko destinacijo Bohinj v Triglavskem narodnem parku</i>, ki bo skozi <i>integralni trajnostni razvoj, družbeno odgovornost in strpnost</i> ter <i>nišno oblikovano in trženo ponudbo</i> neponovljivih doživljajskih PTK za ciljne skupine obiskovalcev, na mednarodnem turističnem trgu dosegla večjo <i>privlačnost, odličnost</i> ter <i>konkurenčnost</i> in s tem večjo/e: <i>prepoznavnost, povpraševanje, sinergične učinke</i> (rast, razvoj in inovacije) in posledično <i>zadovoljstvo in blagostanje</i> vseh deležnikov Bohinja.</p> <p><i>Cilji trženja</i> za udejanjane vizije destinacije Bohinj se odražajo v vsebinsko zapisanih – <i>kakovostnih in številčno dokazljivih – kvalitativnih merilih</i>. Njihov namen je dosežen, ko v destinaciji Bohinj <i>presežemo pričakovanja zelenih nišnih skupin obiskovalcev</i>, ki se radi vračajo in vršijo najenostavnejšo obliko promocije Bohinja – 'od ust do ust' oz. v spletnih skupnostih 'od miške do miške'.</p> <p><i>Trženjski kvalitativni cilji</i> udejanjanja vizije destinacije Bohinj 2012-2016 so:</p>

1. *Pozicionirati destinacijo Bohinj kot mednarodno prepoznavno alpsko destinacijo v Triglavskem narodnem parku, ki cilja na izbrane nišne trge - pristnih in sproščujočih doživetij sposobne sanjave in pustolovske radovedneže, s pomočjo celovite segmentacije trga.*
2. *Razviti destinacijsko / kolektivno znamko Bohinj in z enotnim nastopom ter povezovanjem trženjskih (klasičnih in digitalnih) aktivnosti in sredstev, dosegi večjo učinkovitost ter prepoznavnost pristnih in sproščujočih doživetij alpskega prostora Triglavskega narodnega parka.*
3. *Nadgraditi obstoječe turistične produkte z višjo dodano vrednostjo prvinskega alpskega prostora, zagotoviti individualnost in graditi zaupanje in visoko stopnjo zadovoljstva.*
4. *Razviti tržno privlačne in konkurenčne destinacijske zgodbe (doživljajske PTK), ki omogočajo celovito začititi čudeže prvinske narave, alpske kulturne dediščine, gastronomije, prireditev ter načina sonaravnega življenja v Alpah, izbranim nišnim skupinam.*
5. *Razviti podporni sistem za osebno komuniciranje in informiranje javnosti in pomreženih deležnikov.*
6. *Doseči večjo profesionalnost in odličnost vseh, ki oblikujejo izkušnjo obiskovalca.*
7. *Doseči večji obisk, dnevno potrošnjo in daljši čas bivanja v destinaciji.*
8. *Doseči ciljano povpraševanje izven glavne sezone in minimizirati vpliv sezone v destinaciji.*

Z izpostavljenimi cilji bi želeli pritegniti v Bohinj in zadovoljiti pričakovanja *najbolj zahtevnih nišnih ciljnih skupin obiskovalcev*, ki želijo počasi, pristno, drugače, trajnostno, soudeleženo in temeljito začititi in dojeti posebnosti Bohinja, in sicer:

- *sproščanja* v podeželskem alpskem okolju s prepoznano ugodno klimo Julijskih Alp in Triglavskega narodnega parka, bodisi v varnem zavetju doline ali na gorskih vršacih, ki navdihujejo z neponovljivimi razgledi ter s kulinaričnimi posebnostmi, ki prebudijo brbončice najbolj zahtevnih gurmanov.
- *odkrivanja narave in kulturne dediščine* skozi odlično oblikovane programe videti – odkriti v Bohinju.
- *doživljanja narave in kulturne dediščine* skozi sodelovanje in vključevanje v spoznavanje naravnih procesov, zakonitosti lokalnih obrti in spretnosti ter

tradicionalnih običajev in pridobivanja novih znanj skozi zgodbe, ki vplivajo na osebnostno rast in vrednote posameznika.

- *rekreativnih počitnic z aktivnostmi* v naravnem alpskem okolju v vseh letnih časih in z raznolikimi vodenimi ali usmerjenimi individualnimi preizkušnjami - umirjenimi in živahnimi oblikami rekreacije v naravi (zelene aktivnosti: pohodništvo, kolesarjenje, jahanje, plezanje; modre aktivnosti: plavanje, čolnarjenje, vožnja s kajakom in kanujem, potapljanjem, soteskanje, ribolov, skok s padalom; bele aktivnosti: tek na smučeh, krpljanje, alpsko smučanje, smučarski skoki, sankanje, ipd.).
- *družinskih podeželskih počitnic* s spoznavanjem živali, rastlin – okolja in načina življenja skozi igro s po meri oblikovanimi zgodbami – doživetji Bohinja.
- *poslovnih srečanj in spoznavanja* kompatibilnosti v programih incentive turizma (npr. team buildingi).
- *Prireditve* (naravoslovne, kulturne, športne, zabavne idr.) in *tematskih dogodkov* (vikend tekačenja v Bohinju, zeleni vikend v Bohinju, praznik košnje v Bohinju, Zlatorogove dogodivščine v Bohinju ipd.).

Destinacija Bohinj v Julijskih Alpah in Triglavskem narodnem parku je *pozicionirana glede na prepoznane ciljne skupine*, ki jih v območju želimo, prepoznajo in cenijo naš trud ter prizadevanja za ohranjanje narave in kulturne dediščine Bohinja. V imenu Občine Bohinj, Triglavskega narodnega parka, turističnega gospodarstva ter predstavnikov javnega in civilnega sektorja, je DMC Turizem Bohinj prevzel nosilno *vlogo sonačrtovanja trajnostnega razvoja Bohinja ter mreženja – horizontalnega povezovanja* istovrstnih ponudnikov (Mreža turističnih ponudnikov Bohinja, Mreža pridelovalcev in rokodelcev Bohinja, Mreža za kakovost življenja v Bohinju) za odličnost in konkurenčnost izdelkov / storitev / doživetij ter *vertikalnega povezovanja* raznovrstnih ponudnikov (partnerstvo DMC Turizem Bohinj) za oblikovanje doživljajskih programov in turističnih produktov za specifične ciljne skupine gostov in dobaviteljskih verig zanje, postavljanja cenovne politike, prodajnih poti in trženjskega komuniciranja z *destinacijsko / kolektivno znamko Bohinj*. Vsaka aktivnost je povezana z določenimi *proces*i, ki so zapisani, se izvajajo in evalvirajo v obliki *standardov* in zahtevajo *usposobljen primeren kader*, ki jih učinkovito in ekonomsko uspešno izvaja. Pri tem je bistveno *komuniciranje in informiranje* v mreže povezanih ponudnikov in obiskovalcev in drugih deležnikov za profesionalno in odlično izvedene storitve in doživljajske programe, ki ne le zadovoljijo pričakovanja, temveč jih presežejo. Vzpostavljeni,

spremljani (monitoring) in evalvirani (notranji in zunanji evalvatorji) kazalniki posameznih procesov (naravovarstva, trajnostnega razvoja, mreženja, marketinških aktivnosti idr.), ki se jih s pomočjo soupravljaljskih akcij vzdržuje v mejah sprejemljivih sprememb, lahko pripeljejo do uspešnega in ekonomsko stabilnega poslovanja destinacije Bohinj ter zadovoljnih domačinov in obiskovalcev.

Vizija razvoja in trženja destinacije Bohinj - kot produkta, se nanaša na vizije: razvoja in conacije turistične infrastrukture, coniranja sprejemljivih aktivnosti v Bohinju, razvoja destinacijskih zgodb ter trženjskega spleta turističnih programov destinacije Bohinj.

Načrtovanje oblikovanja doživljajskih produktov – produktnih tržnih kombinacij (PTK) doživljajske ponudbe Bohinja izhaja iz prepoznavanja – segmentiranja nišnih ciljnih trgov in s tem nišnih skupin obiskovalcev Bohinja za prepoznane doživljajske tematske koncepte, katerim je prilagojeno nišno pozicioniranje skozi destinacijsko / kolektivno znamko Bohinj.

Doživljajske PTK imajo načrtovano vzpostavljene kratke dobaviteljske verige, ki omogočajo kakovostno in celovito izvajanje doživetij s pomočjo aktivnosti nišnega marketinškega spleta.

Skupine deležnikov za oblikovanje PTK za prepoznane ciljne skupine obiskovalcev oblikujejo produktne tržne kombinacije (PTK) – turistične doživljajske programe, ki so umeščeni v destinacijo Bohinj, se v njej izvajajo in evalvirajo ter izpopolnjujejo. Trženje PTK destinacije Bohinj se odvija skozi načrtovanje strategij trženjskega spleta.

Doživljajske PTK, ki nastajajo v Centru trženja Bohinj so osnovane na raznoliki ponudbi Bohinja, ki jo sestavljajo ponudniki povezani v:

- Mrežo turističnih ponudnikov Bohinja, ki jo sestavljajo ponudniki nastanitvenih in*

prehrambenih obratov, ponudniki rekreacijskih doživetij, ponudniki izposoje opreme za doživljanje narave, centri dobrega počutja, idr. ponudniki, ki jih povezane v horizontalne skupnosti koordinira DMC Turizem Bohinj; ter

Mreža skupnosti doživetij Bohinja, ki jo v sklopu DMC Turizem Bohinj upravlja Center narave in kulturne dediščine Bohinj, in sicer: Skupnost muzejev Bohinja, kjer deluje skupina kustosov; Skupnost enot kulturne dediščine Bohinja, kjer deluje skupina etnologov, zgodovinarjev; Skupnost vrednot narave Bohinja, kjer deluje skupina naravoslovcev; Skupnost učnih in doživljajskih poti Bohinja, kjer deluje skupina športnih, planinskih in gorskih vodnikov ter interpretatorjev Bohinja; Skupnost etno vodnikov in animatorjev Bohinja, kjer deluje skupina piparjev, škafarjev, železarjev, gozdarjev, majarjev, sirarjev, vrtnarjev, zeliščarjev, kmetovalcev, kuharjev, čebelarjev idr.

- *Mreža pridelovalcev in rokodelcev Bohinja*, ki pridelujejo živila in pijače (Skupnost kmetij Bohinja, Skupnost sirarjev Bohinja, Skupnost zeliščarjev Bohinja, Skupnost vrtnarjev Bohinja, Skupnost čebelarjev Bohinja, Skupnost živih planin Bohinja (standardizacija za večjo odličnost ter vzpostavitev dobaviteljskih in odjemnih verig kupcev) ter obujajo tradicionalne izdelke ročnih spretnosti (Skupnost piparjev Bohinja, Skupnost škafarjev Bohinja, Skupnost rokodelcev kovinskih izdelkov idr.).
- *Mreža za kakovost življenja v Bohinju*, povezuje organizacije in posameznike, ki delujejo na področju lokalnega izročila in kulturne tradicije (dediščine) Bohinja kot so npr. Skupnost glasbenih ustvarjalcev Bohinj, Skupnost dramskih ustvarjalcev Bohinja, Skupnost plesnih ustvarjalcev Bohinja, Skupnost likovnih umetnikov Bohinja, Skupnost literatov Bohinj idr.

ki družno omogočajo doživetja za domačine in obiskovalce Bohinja.

Programi so zasnovani na privlačnih (pull) znamenitostih Bohinja, ki poudarjajo, da produkt temelji na velikih prostranstvih alpskega visokogorja, neprehodnih gozdov, barij in planj ter planin, kjer se še vedno pase živina in dela odličen bohinjski sir, kjer se gibljemo s specifičnimi oblikami prevoza, spimo v sonaravno grajenih objektih in izvajamo aktivnosti v prilagojenih objektih, prostorih in sredstvih, ki omogočajo prvinsko doživljanje narave in kulturne dediščine.

Doživljajske produktne tržne kombinacije nastajajo skladno s *strategijo tematskih konceptov destinacije Bohinj*, kar je naloga destinacijskih managerjev. Gre za nizanje *tematskih turističnih zgodb*, ki z manjšimi različicami oblikujejo niz unikatnih PTK, zasnovanih s strani produktnih managerjev, ki poznajo svetovne turistične trende in pričakovanja ter potrebe zelenih nišnih ciljnih skupin obiskovalcev alpske destinacije Bohinj v Triglavskem narodnem parku.

Veriženje turističnih ponudnikov v vrednostne oziroma *kratke dobaviteljske turistične verige* omogoča celovito načrtovanje PTK destinacije Bohinj ter *premišljeno in časovno ter kakovostno usklajeno* vključevanje posameznih členov turistične ponudbe območja. Če en sam nepripravljen člen (časovno ali kakovostno) v verigo povezanih ponudnikov lahko poruši celovito verigo in s tem zadovoljstvo obiskovalca ter njegovo videnje Bohinja - imidž destinacije kot celote.

Za vsako novo doživljajsko PTK se sestane skupina deležnikov, in sicer *produktni in destinacijski manager, predstavnik ciljne skupine*, ki predstavi svoje potrebe in pričakovanja ter *predstavnik verige dobaviteljev*, ki sooblikujejo turistični produkt – doživljajsko zgodbo za specifično ciljno skupino obiskovalcev Bohinja. Skupina pod vodstvom produktnega managerja oblikuje PTK z vzpostavljeno dobaviteljsko verigo, ki jo destinacijski manager udejani v destinaciji. Določi se *subjekte izvajanja posameznih faz procesa doživljajskega produkta* – v dobaviteljsko verigo povezanih delnih ponudnikov Bohinja *in oblikuje vse bistvene elemente PTK*.







Sistematično oblikovanje PTK Bohinja se izvaja kot:

- *jasno načrtovanje vseh členov PTK* – ponudnikov Bohinja, pri čemer sta v tesnem stiku produktni in destinacijski manager;
- zagotovljeno *primerno vsebinsko, časovno, prostorsko, vrednostno in kakovostno pripravljenostjo* vseh členov dobaviteljske verige PTK ter primerno

- povezavo v celovito PTK*, ki zadovoljuje pričakovane kriterije kakovosti in lokalno dodane vrednosti;
- zagotovljeno *celovito kakovost dobaviteljske verige*, ki omogoča popolno doživetje nišne PTK;
 - *usklajeno komuniciranje* členov dobaviteljske verige med seboj in z obiskovalci, ki morajo pridobiti informacije na določenih mestih, ob določenem času in v določeni zagotovljeni kakovosti sporočanja, kar predstavlja lokalno dodano vrednost PTK;
 - *nenehno ponovno oblikovanje PTK Bohinja*, ki se prilagajajo zmožnosti členov verige in trendom na turističnem trgu, vse dokler kombinacije niso konkretne in izvedljive skladno s pričakovanji obiskovalcev.

Informacije in marketing

6

Action			Details
6.10. Spoštljiva promocija Destinacijski promocijski materiali so avtentični in spoštljivi tako do prebivalcev kot do obiskovalcev. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".			
6.11. Točnost podatkov Promocijski materiali so pri opisovanju produktov, storitev in trajnostnih dosežkov točni in nezavajajoči.			<p><i>Cilji trženja</i> za udejanjane vizije destinacije Bohinj se nanašajo na <i>kakovostno in številčno dokazljiva – kvalitativna merila</i> ter na strateške usmeritve za doseganje ciljev destinacije Bohinj.</p> <p>Znamka Bohinj pa se identificira z mislijo:</p> <p>Bohinj, preprosta domačna destinacija v Julijskih Alpah in Triglavskem narodnem parku</p>

z neokrnjeno naravo, cvetličnim bogastvom in kulturno dediščino, ponuja sprostitev in odklop od vsakdanjih skrbi.

Dejstvo je, da je destinacija Bohinj prepoznano ime (predvsem na območju Slovenije) in pri obiskovalcih *vzbuja povezavo z neokrnjeno naravo, tradicijo, domačnostjo, planšarstvom, gorami, jezerom, poletnimi počitnicami in dežjem*. Prav tako so *lokalni proizvajalci prehrabnih izdelkov ugotovili, da dosegajo višjo dodano vrednost izdelki z zagotovljenim Bohinjskim poreklom*.

Ključne vrednote destinacijske / kolektivne znamke so povezane s trajnostnim razvojem, ki ga destinacija Bohinj živi že stoletja, ne da bi se njeni prebivalci zavedali pomena termina trajnostno v njegovi moderni in popularni različici.

Vrednote destinacijske / kolektivne znamke Bohinj so:

- *Sonaravnost* (v sozvočju z naravo – razvijamo avtentične produkte, ki so osnovani na naravi in kulturi);
- *Odgovornost* (odgovorno ravnamo z naravnimi in kulturnimi vrednotami);
- *Sobivanje* (prijetno usklajeno življenje človeka z naravo in tradicijo območja ter s posluhom za ljudi, kjer je prijetno živeti, delati in ga obiskati);
- *Raznolikost* (narava in kulturna dediščina omogočata raznolika sproščanja ter bolj ali manj aktivna doživljanja, ponudba po meri ciljnih skupin);
- *Tradicionalnost* (spoštovanje tradicije v vseh njenih možnih oblikah – v arhitekturi, kulinariki, odnosih, rokodelskih dejavnostih, običajih idr.);
- *Navezanost* (na naravo, tradicijo, dediščino, ljudi);
- *Spoštljivost* (do narave in njenih čarov, tradicije, dediščine, soljudi);
- *Meditativnost* (začutiti se, vzeti si čas za lastno odkrivanje, poglobljanje in sproščanje).

Bohinj, kot destinacijska znamka, ni na novo ustvarjena, ampak gre za upodobitev karakternih lastnosti že prepoznane uveljavljene znamke. S poudarjanjem in aplikacijo imena Bohinj na vse 'kakovostne' produkte lokalnega izvora *krepimo moč znamke in pripadnost, ter dosegamo višjo dodano vrednost*.

Med *mehkimi elementi* diferenciacije izstopajo: neokrnjena narava, unikatna kulturna dediščina, sproščenost in meditativnost ter individualnost, *bohinjski človek in ohranjanje tradicionalnega načina življenja*.

Promocijski materiali in celosna grafična podoba se z reorganizacijo DMC Turizma Bohinj in delovanjem Centra za kakovost usmerjajo v informiranje obiskovalcev in lokalnih prebivalcev preko zgodovinskih zgodb, lokalne kulture in življenjskih zgodb lokalnih prebivalcev.

Pri promociji se naslanjamo na dejstev in se izogibamo idealiziranju. Uporabljeno fotografsko gradivo je plod fotografskega navdiha posameznih lokalnih fotografov in ne poustvarjanja doživetij in krajine prek organiziranih in s tehniko fotomontaže obdelanih fotografij.

Fizične dokaze doživljajskih PTK destinacije Bohinj predstavljajo *celovit izgled Bohinja v alpskem prostoru Triglavskega narodnega parka*, kjer se doživetje izvaja; *trženjska orodja in promocijski materiali*, ki sooblikujejo zgodbo, *urejenost in izgled osebja*, ki pripoveduje in soustvarja doživetje; opremljenost in udobje nastanitvenih, prehrambenih in doživljajskih kapacitet, ki nudijo večje ali manjše zadovoljstvo; itd.

S *celotno grafično podobo* smo določili vidne, oprijemljive in drugače zaznavne podrobnosti v zvezi z doživljajsko PTK, ki sooblikujejo posamezno nišno doživetje v Bohinju.

Bistvo je torej: oblikovati *sporočilo*, ki bo *jasno in prepoznavno komuniciralo* bistvo in obljubo znamke in ga posredovati z orodji promocijskega spleta, ki prispevajo h gradnji znamke destinacije Bohinj na način, da se bo sporočilo *dotaknilo misli in src ciljne*

			<p><i>skupine, ki bo reagirala z nakupom produkta destinacije Bohinj.</i></p> <p>Gre torej za uspešno pretvarjanje identitete in bistva znamke v kreativne, inovativne in dopadljive komunikacije, ki ciljno kontinuirano na dolgi rok komunicirajo in dosežejo, da ciljne skupine znamko osvojijo, se z njo identificirajo in jo uporabljajo.</p>
<p>6.12. Obnašanje obiskovalcev v ranljivih območjih V ranljivih območjih so objavljena navodila za primerno obnašanje. Pri oblikovanju navodil sodelujejo lokalni deležniki. MERILO JE ZAKLENJENO, ODGOVOR ZA VSE JE "DA".</p>	✓	✓	
<p>6.13. Informacije o trajnosti Obiskovalci so seznanjeni z relevantnimi vidiki trajnosti, kot so naravni, okoljski, kulturni in družbeni. Razumejo tudi svojo vlogo pri tem.</p>	✓	✓	<p>Obiskovalci so seznanjeni z relevantnimi vidiki trajnosti, kot so naravni, okoljski, kulturni in družbeni.</p> <p><i>Pozicioniranje destinacije Bohinj do leta 2020 gradimo na</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>značilnostih ponudbe</i> – naših primerjalnih prednostih (zavarovano območje alpskega prostora; privlačno okolje za sprostitev, občudovanje narave, okoljsko vzgojo ter rekreacijo v naravnem okolju; tradicija turistične dejavnosti; lahka dostopnost); • <i>pričakovanih ciljnih skupin obiskovalcev</i> (dostopni in odgovorni turizem in turisti – zelene sheme poslovanja; čisto in ohranjeno naravno okolje in kulturna krajina; avtentična ponudba; urejena turistična in parkovna infrastruktura; unikatna interpretacija narave in kulturne dediščine; red in varnost idr.); • <i>drugačnosti</i> – naših konkurenčnih prednosti (. neokrnjena narava in bogata kulturna dediščina Julijskih Alp in Triglavskega narodnega parka (Triglav, Bohinjsko jezero, Slap Savice, Triglavska Sedmera jezera, visoka šotna barja na Pokljuki, številne endemične rastlinske in živalske vrste; planine z večstopenjsko pašo, Ajdovski gradec, Aljažev stolp, Krst pri Savici idr.); . edinstvene zavarovane naravne vrednote (66 % območja v TNP in 84 % pokriva NATURA 2000); . najstarejša planinsko in turistično društvo v državi; . bogata

zgodovina: gorništva, zimskih rekreacijskih aktivnosti (skoki, smučanje, sankanje), fužinarstva, planšarstva, sirarstva, turizma, fajfarstva, čebelarstva idr.; . Bohinjec – človek, ki ga je v izjemno zaprtem alpskem prostoru ustrojila neizprosna narava in so ga omehčale lepote gorskega sveta, ki jih je vedno spoštoval; idr.);

Na trgu se Bohinj pozicionira kot:

Bohinj, privlačna in konkurenčna destinacija,

z lahkim dostopom v Julijskih Alpah in Triglavskem narodnem parku,

ponuja visoko kakovostna, trajnostno naravnana, inovativna doživetja narave in kulturne dediščine nišnim ciljnim skupinam,

ki si želijo sprostitev, občudovanja narave in kulturne dediščine, izkustev z veliko mero vključenosti ter rekreacije v naravnem okolju,

ki odseva večstoletno sobivanje človeka in narave.

Vsebina promocijskih materialov sledi smernicam pozicioniranja.

Vsebine promocijskih materialov so namenjene informiranju o destinaciji obiskovalcem in lokalnim prebivalcem.

Teksti temeljijo na osveščanju obiskovalcev, da vstopajo v zavarovano območje narave, pomenu uporabe okolju prijaznega prevoza in načinu življenja oz. kulturi lokalnega okolja.

		<p>V tem kontekstu je destinacija Bohinj ob vključitvi v mrežo Alpine Pearls izdala promocijski letak z zavezo trajnosti in zelenemu delovanju (v prilogi).</p> <p>Osveščanje in možnosti uporabe zelenih oblik prevoza so združene v ponudbi ugodnosti Kartic Bohinj.</p>
<p>6.14. Interpretativne informacije Interepretativne informacije ob naravnih in kulturnih znamenitostih so točne, nezavajajoče in spoštljive do različnih kulturnih vrednot. Destinacija jih oblikuje v sodelovanju z lokalno skupnostjo. Na voljo so v več jezikih (glede na najpogostejše države prihoda).</p>	<p>✓ ✓</p>	<p>Občina Bohinj je pristopila k pripravi Načrta ureditve urbane opreme na območju Bohinja (Katalog urbane opreme in Ureditev ekoloških otokov v občini Bohinj). Namen načrta je poenotenje opreme znotraj določenih območij, izboljšati in olepšati javne površine, zagotoviti kakovostno urbano opremo in posledično zadovoljiti uporabnike javnega prostora. Želeli smo pregledati obstoječe stanje ter določiti območja ter obseg, oblikovanje in izbor urbane opreme (postajališča, klopi, mize, smetnjaki, svetilke, informacijske table, kažipot, ograje ipd.).</p> <p>Letos v Bohinju pohodniške poti označujemo z novimi usmerjevalnimi tablam, ki izvedbeno in oblikovno zvesto sledijo bohinjski železarsko-lesni tradiciji. Podrobnejše informacije in tehnične značilnosti poti bodo predstavljene v pohodniški karti, ki bo na voljo na Info centrih. Za opremo vsake pohodniške poti je izdelan načrt postavitve, prilagjen naravnemu terenu in interpretaciji na pomembnih mestih.</p> <p>Interpretativne informacije na tablah postavljenimi v naravnem okolju so na voljo v slovenskem in angleškem jeziku.</p> <p>Vsebine so oblikovane v sodelovanju z lokalno skupnostjo. Večina informativnih tabel je postavljena s strani Triglavskega narodnega parka.</p> <p>Na vstopnih točkah Korit Mostnice in slap Savica (največji naravni znamenitosti) so obiskovalcem na voljo osnovne informacije na letakih v 8 jezikih. V cerkvi Sv Janeza Krstnika ob Bohinjskem jezeru je zagotovljen avdio vodič v osmih jezikih.</p> <p>V Bohinju se usmerjamo k čimmanjšim posegom v naravno okolje. Prav to je tudi razlog, da v naravnem okolju, predvsem pa ob naravnih znamenitostih ne postavljamo interpretacijskih tabel, ampak je interpretacija povezana z vodenjem ali publikacijami.</p>

6.15. Zelena destinacija

Destinacija se promovira kot zelena. Pri tem se ne omejuje le na naravo in okolje, temveč promovira tudi umetnost in kulturo.



Promocija Bohinja je usmerjena v poudarjanje geografske lege: da Bohinj leži v edinem nacionalnem parku v Sloveniji, v Julijskih Alpah. Zelo pomembna je tudi omemba Bohinjskega jezera kot največjega jezera v Sloveniji, sploh v spletnih iskalnikih pa Bohinj najdete pod imenom Bohinj Lake.

Velika pozornost je namenjena lokalni kulturi - tradiciji planšarstva. To se je v Bohinju ohranilo in tako kot nekoč, se tudi danes preko poletja pasejo krave v planinah, kjer iz mleka pridelujejo sir.

Zelo pomembno sporočilo Bohinja kot destinacije pa je, da nismo turistični resort, temveč območje, kjer živijo ljudje, lokalni prebivalci, ki v tem sodobnem svetu še vedno ohranjajo tradicionalne vrednote in znanja, ki smo jih pripravljene deliti z obiskovalci. Obenem gre tudi za višanje zavedanja lokalnih prebivalcev, da je njihov način bivanja, tradicij, običajev in tudi vsakdanji način življenja, kmetovanja in razmišljanja tisti, ki je v preteklosti in danes ohranja naravno okolje takšno kot je. Želimo, da obiskovalci spoštujejo lokalno kulturo prek druženja z domačini. In čeprav pravijo, da smo bohinjci obstali v preteklosti, naj se tovrstna zadržanost do novotarij izkaže kot prednost in zdrava kmečka pamet, ki je poleg strogih ukrepov TNP pripomogla, k ohranitvi narave in krajine.

Ključni stavek predstavitve Bohinja se glasi:

BOHINJ

V osrčju Triglavskega narodnega parka in v objemu Julijskih Alp se največje jezero v Sloveniji obdaja z bohinjskimi gorskimi vrhovi. Slikovite doline in presunljivo nedotaknjene planine še vedno sledijo tradiciji sirarjenja in sobivanja z naravo. Številne aktivnosti in doživetja v tem neokrnjenem okolju lahko turisti v vseh letnih časih polno doživljajo skupaj s prijaznimi domačini.

Gostoljubje

4

Action			Details
<p>6.16. Spremljanje značilnosti turističnega obiska Destinacija spremlja značilnosti turističnega obiska in interese obiskovalcev. Podatki so javni.</p>	✓	—	<p>Anketa je bila opravljena v mesecu avgustu 2015. Izvajali smo jo na različnih točkah Bohinja (okolica Bohinjskega jezera, Korita Mostnice, slap Savica, Vogel, hoteli, kampi, Pokljuka). Anketiranih je bilo 306 oseb.</p>
<p>6.17. Zadovoljstvo obiskovalcev Destinacija sistematično spremlja zadovoljstvo obiskovalcev. Rezultate upošteva pri načrtovanju izboljšav.</p>	✓	✓	<p>Na podlagi ankete med obiskovalci izvedene leta 2015 so bile izvedene mnoge izboljšave v destinaciji.</p> <p>Ugotovitev: gostje preverjajo oz. iščejo informacije o destinaciji v več medijih (največkrat kombinacija interneta, vodnikov in prospektov), pa tudi priporočila prijateljev in sorodnikov so v veliki meri razlog za obisk destinacije.</p> <p>Izboljšava: nova spletna stran ww.bohinj.si, posodobljene destinacijske publikacije</p> <p>Ugotovitev: Skoraj 94% domačih gostov prihaja v Bohinj od doma, medtem, ko več kot polovico tujih gostov prihaja z drugih destinacij, od tega več kot polovica z ene od slovenskih turističnih destinacij. Med tujimi gosti z drugih destinacij prihaja največ, kar 70% Izraelskih gostov, sledijo Nemci 65%, Italijani 63%, Nizozemci in Belgijci 55% in Britanci s 53%.</p> <p>Izboljšava: spodbujanje uporabe javnega prevoza, brezplačen javni prevoz v destinaciji, ugodnosti s kartico gost Bohinja, urejanje sistema parkiranja, paketi vezani na javni prevoz inz sosednjih destinacij</p>

Ugotovitev: Več kot polovica domačih gostov obišče Bohinj z družino, medtem, ko med tujimi gosti beležimo največ parov. Največ družinskih obiskov beležimo pri Izraelcih, kjer jih je kar 8 od 10, sledita Belgija in Avstrija, največ parov pa prihaja iz Nemčije, Nizozemske in Italije.

Izboljšava: produktno doživljajske kombinacije vezane na ponudbo za družine in pare

Ugotovitev: 82% anketiranih gostov obišče Bohinj samo poleti

Izboljšava: promocija izvensezonske ponudbe

Ugotovitev: 87% anketiranih gostov za prihod v Bohinj uporablja lasten prevoz

Izboljšava: promocija trajnostne mobilnosti

Ugotovitev: kar 63 % anketiranih ne pozna kartice gost Bohinja.

Izboljšava: promocija kartic mobilnosti v vseh publikacijah, tako da gostje sami povprašajo po kartici pri ponudnikih namestitev

		<p>Ugotovitev: kar 80 % anketiranih ne pozna ponudbe paketov Bohinj, možnosti prevoza z avtobusom na Pokljuko, izdelkov pod blagovno znamko Bohinjsko/from Bohinj</p> <p>Izboljšava: promocija kartic omenjene ponudbe v publikacijah namenjenih gostom in domačinom</p>
<p>6.18. Trajnost v vprašalnikih Vprašalniki za obiskovalce vsebujejo vprašanja o trajnosti.</p>	✓	<p>Da v vse vprašanike so vključena vprašanja glede trajnosti - promet, zelena mobilnost, varovanje narave itd.</p>
<p>6.19. Dostopnost Turistične znamenitosti so dostopne osebam s posebnimi potrebami (kjer je to mogoče), vendar na način, ki ne posega v jedro znamenitosti.</p>	✓	<p>✓</p> <p>Turistične znamenitosti so dostopne osebam s posebnimi potrebami, kjer ureditev prilagoditev ne posega v jedro znamenitosti. V opravljeni anketi so tako domači kot tudi tuji gostje so največkrat opazili posebna prizadevanja za osebe z gibalnimi ovirami ali drugimi posebnimi potrebami pri obisku turističnih atrakcij, še najmanj pa pri ponudbi hrane.</p> <p>Invalidom prilagojena je tudi ponudba namestitev v Eko hotelu Bohinj. Gibalno oviranim gostom so na voljo 3 luksuzne sobe, ki so prilagojene za invalide. Urejen je dostop iz parkirišča, do sob, javnega WCja, restavracije bowlinga in kinodvorane, vodnega parka in wellnessa. https://www.brezovir.si/park-hotel-bohinj.html</p> <p>Vogel je pridobil certifikat "Invalidom prijazno". S čimer se uvrščajo v bazo ponudnikov, ki se trudijo preseči predsodke ter oblikovati enakopravne pogoje za vse svoje goste.</p> <p>Invalidi in osebe s posebnimi potrebami se na gondolo povzpnejo s pomočjo dvigala, na zgornji postaji pa je dvigalo ki omogoči oziroma olajša prehod iz razgledne ploščadi do razgledne ploščadi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - označeno parkirno mesto za invalide - dostopnost z javnim prevozom - široka vrata in prehodi - možnost vstopa psa vodnika za osebe z okvarami vida <p>https://www.brezovir.si/vogel.html</p>

