

**Dolina
Soče**

POSLOVNO POROČILO

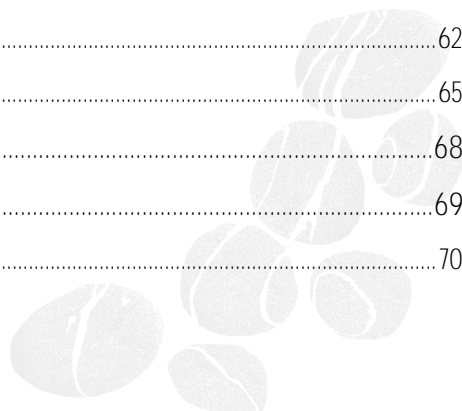
za leto 2025



KAZALO

LETO 2025 SKOZI STRATEŠKI OKVIR	5
TURISTIČNA INFRASTRUKTURA IN REŽIMI	5
PONUDBA	5
UPRAVLJANJE DESTINACIJE	6
TRŽENJE	6
TURISTIČNI PROMET IN STRUKTURA OBISKA – DOLINA SOČE V LETU 2025	7
GOSTJE IN NOČITVE	7
SEZONSKA RAZPOREDITEV	8
STRUKTURA GOSTOV PO TRGIH	9
UPRAVLJANJE DESTINACIJE (SKUPNE SLUŽBE)	10
STRATEŠKO NAČRTOVANJE IN PRIPRAVA NOVEGA RAZVOJNEGA CIKLA	10
ZAKONITOST POSLOVANJA IN ORGANIZACIJSKA STABILNOST	10
PROJEKTNO DELO IN ČRPANJE RAZVOJNIH SREDSTEV	11
KREPITEV SODELOVANJA Z DELEŽNIKI	11
REGIJSKO POVEZOVANJE	11
SODELOVANJE V SKUPNOSTI JULIJSKE ALPE	12
SODELOVANJE Z JAVNIM ZAVODOM TRIGLAVSKI NARODNI PARK	16
NACIONALNO POVEZOVANJE	16
UPRAVLJANJE BLAGOVNIH ZNAMK IN INTELEKTUALNE LASTNINE	17
UPRAVLJANJE TRAJNOSTNEGA RAZVOJA	17
ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA	17
INFRASTRUKTURA V UPRAVLJANJU	18
POHODNIŠKE POTI	18
OBČINA BOVEC	18
OBČINA KOBARID	24
OBČINA TOLMIN	25
OSTALA INFRASTRUKTURA V UPRAVLJANJU	27
TRDNJAVA KLUŽE	27
PARKIRIŠČE VIRJE	29
TOLMINSKA KORITA	30
JAVORCA	32
MOBILNOST – HOP-ON HOP-OFF	33

UPRAVLJANJE MOBILNOSTNIH LINIJ V DOLINI SOČE	34
LINIJ V DOLINI SOČE V LETU 2025.....	34
GRAD NA KOZLOVEM ROBU – PRETEKLOST ZA PRIHODNOST	35
IGRIFIKACIJA Z NASLOVOM KOZLIČEK NA MISIJI, OHRANIMO KOZLOV ROB.....	36
VODEN OGLED: POT TREH GRADOV.....	38
DOGODEK: NA GRAD PO ZGODBE TOLMINSKO	39
TRŽENJE	40
DIGITALNO TRŽENJE IN SPLETNA PRISOTNOST	40
SPLETNO POSLOVANJE IN DIGITALNI KANALI.....	40
NADGRADNJA SPLETNE STRANI IN DIGITALNA PODPORA UPORABNIKOM	42
E-NOVICE IN CILJNO USMERJENA E-MAIL KOMUNIKACIJA	42
PLAČLJIVO DIGITALNO OGLAŠEVANJE (META, GOOGLE, PERFORMANCE KAMPANJE).....	43
SPLETNE MEDIJSKE KAMPANJE IN PR OBJAVE	46
NEPOSREDNA PROMOCIJA IN ODNOSI Z JAVNOSTMI	47
SEJMI, BORZE IN DELAVNICE (V SODELOVANJU S SKUPNOSTJO JULIJSKE ALPE)	47
STIKI Z JAVNOSTJO	49
RADIJSKO OGLAŠEVANJE	50
TISKANI OGLASI	51
PROMOCIJSKI MATERIALI IN PRODUKCIJA.....	52
PRIDOBIVANJE FOTOGRAFSKEGA IN VIDEO MATERIALA.....	52
TISKOVINE, PONATISI IN UPRAVLJANJE ZALOG	53
PRODUKTNO IN STRATEŠKO TRŽENJE.....	55
DESTINACIJSKA KARTICA IN POSPEŠEVANJE PRODAJE.....	55
RAZVOJ IN NADGRADNJA KOLEKTIVNE BLAGOVNE ZNAMKE (KBZ) – TRŽENJSKI VIDIK.....	55
PROMOCIJA DOGODKOV IN VSEBINSKA PODPORA PRIREDITVAM	55
ČEZMEJNO SODELOVANJE IN RAZVOJ PRODUKTOV (TRŽENJSKI VIDIK)	55
PRIREDITVE IN DOGODKI	56
FESTIVAL SOŠKE POSTRVI	56
FESTIVAL POHODNIŠTVA IN KOLESARJENJA DOLINA SOČE	58
JESTIVAL – FESTIVAL OKUSOV IN UMETNOSTI.....	62
FRIKAFEST – KMEČKI PRAZNIK TOLMIN	65
KOLEKTIVNA BLAGOVNA ZNAMKA IZ DOLINE SOČE	68
AGENCIJSKA IN DRUGA LASTNA DEJAVNOST	69
BOOKING CENTER.....	70



ALPE ADRIA TRAIL.....	70
JULIANA TRAIL, JULIANA BIKE IN JULIANA SKITOUR.....	75
JULIANA TRAIL.....	75
JULIANA BIKE.....	75
JULIANA SKITOUR.....	75
Prostorska porazdelitev nočitev	78
DRUGA TRŽNA DEJAVNOST	80
DESTINACIJSKA KARTICA.....	80
PRODAJA PO MESECIH.....	80
PRODAJA PO PRODAJNIH MESTIH.....	81
STATISTIKA KORIŠČENJA.....	82
PRIMERJAVA 2019–2025	83
INFORMACIJSKA SLUŽBA.....	84
STATISTIKA OBISKOV TURISTIČNO-INFORMACIJSKIH CENTROV	84
STRUKTURA OBISKOVALCEV PO DRŽAVAH.....	85
RAZVEJANA MREŽA TURISTIČNO-INFORMACIJSKIH CENTROV	86
AKTIVNOSTI TIC BOVEC V LETU 2025.....	87
UPRAVLJANJE INFRASTRUKTURE IN SPREMLJANJE STANJA NA TERENU	87
MOBILNOST IN SEZONSKI PREVOZI	87
PRODAJNA DEJAVNOST IN DOVOLILNICE	87
SODELOVANJE PRI DOGODKIH IN LOKALNIH POBUDAH	88
DECEMBRSKO DOGAJANJE.....	88
DRSALIŠČE BOVEC.....	88
BOFF - BOVEC OUTDOOR FILM FESTIVAL.....	89
AKTIVNOSTI TIC KOBARID V LETU 2025.....	89
PODPORA POHODNIŠKIM POTEM IN BOOKING CENTRU.....	89
PROMOCIJA IN PRODAJNI PROGRAM.....	89
SODELOVANJE IN ČEZMEJNE AKTIVNOSTI.....	90
PODPORA DOGODKOM IN ORGANIZACIJA JESTIVALA.....	90
SIGNALIZACIJA.....	90
AKTIVNOSTI TIC TOLMIN V LETU 2025.....	91
PODPORA DOGODKOM IN PRIREDITVAM	91
ČEZMEJNO SODELOVANJE.....	92
UPRAVLJANJE ZNAMENITOSTI IN DELO Z ORGANIZIRANIMI SKUPINAMI.....	92
RAZVOJ PRODUKTOV, PROMOCIJSKI MATERIALI IN DIGITALNE VSEBINE	92

PROMOCIJA IN STROKOVNO DELO	92
PREGLED PRIHODKOV IN PORABE SREDSTEV ZA LETO 2025	93
10 SKUPNE SLUŽBE	93
20 BOVEC	95
30 KOBARID	97
40 TOLMIN	98
50 BOOKING CENTER	101
60 FINANCIRANJE IZ LASTNIH SREDSTEV	103
FINANCIRANJE SKUPNIH PROGRAMOV TDS IN PROGRAMOV OBČIN	104



LETO 2025 SKOZI STRATEŠKI OKVIR

Leto 2025 je v Dolini Soče predstavljalo nadaljevanje intenzivnega razvojnega obdobja, zaznamovanega z visoko turistično aktivnostjo. Prvič je bilo preseženo milijon nočitev, kar potrjuje stabilno mednarodno prepoznavnost območja, hkrati pa jasno izpostavlja vprašanja dolgoročne nosilne zmogljivosti prostora, sezonske uravnoteženosti ter usklajenega razvoja.

Delovanje Javnega zavoda za turizem Dolina Soče je potekalo skladno s Strategijo razvoja in trženja turizma Dolina Soče 2025+ – Ukrepi za zeleno pot navzgor, ki upravljanje destinacije opredeljuje skozi štiri medsebojno povezane strateške stebre: turistično infrastrukturo in režime, razvoj ponudbe, upravljanje destinacije ter trženje. V nadaljevanju je leto 2025 strnjeno predstavljeno skozi ta okvir kot pregled ključnih razvojnih in upravljaljskih poudarkov.

Leto 2025 je bilo hkrati tudi prehodno obdobje. Zavod je pristopil k sistematični evalvaciji veljavne strategije in pripravi strokovnih izhodišč za novo akcijsko obdobje. Izvajanje strateških usmeritev je tako potekalo vzporedno z njihovim kritičnim pregledom in nadgradnjo, kar utrjuje nadaljnjo profesionalizacijo ter dolgoročno stabilnost upravljanja destinacije.

TURISTIČNA INFRASTRUKTURA IN REŽIMI

V letu 2025 je bilo upravljanje turistične infrastrukture usmerjeno predvsem v zagotavljanje varnosti, prehodnosti ter nadzora nad obremenitvijo najbolj izpostavljenih območij. Ob preseženem milijonu nočitev postaja vzdrževanje infrastrukture hkrati tudi ključen mehanizem upravljanja obiska.

Pomemben razvojni korak v letu je predstavljala gradnja novega vstopnega objekta v okviru upravljanja Tolminskih korit, ki pomeni nadgradnjo sistematičnega upravljanja obiskovalcev ter krepitev dolgoročne stabilnosti območja.

Zavod je v letu 2025 hkrati zagotavljal operativno upravljanje Cerkve Sv. duha v Javorci, Trdnjave Kluže, parkirišča Virje ter drugih ključnih točk. Pri Trdnjavi Kluže se je v letu 2025 pristopilo k pripravi Načrta upravljanja, s čimer se vzpostavlja dolgoročni in strukturirani model upravljanja tega kulturnega spomenika.

Na področju mobilnosti je zavod sodeloval pri organizaciji sezonskih linij (Tolminska korita, Javorca) ter promociji drugih trajnostnih modelov turističnih prevozov kot enega ključnih ukrepov razbremenjevanja prometno obremenjenih območij in zmanjševanja individualnega motornega prometa.

PONUDBA

Razvoj ponudbe je bil usmerjen v dvig kakovosti, povezovanje ponudnikov ter podaljševanje turistične sezone.

Teritorialna kolektivna blagovna znamka »Iz Doline Soče« je bila v letu 2025 dodatno nadgrajena z novimi certificiranimi izdelki, jedmi in prireditvami. Vzpostavitev nove kategorije certificiranja prireditev ter priprava modela za vključevanje nastanitvenih kapacitet predstavljata pomemben korak k sistemskemu dvigu kakovosti celovite destilacijske ponudbe.

V okviru projekta Grad na Kozlovem robu – preteklost za prihodnost so bili vzpostavljeni novi interpretacijski produkti (ligrifikacija, tematsko vodenje, dogodek), ki krepijo kulturno-interpretacijsko plast destinacije ter povečujejo vsebinsko raznolikost doživetij.

Festivali in tematski dogodki (Festival soške postrvi, Festival pohodništva in kolesarjenja, Festival, FrikaFest) ostajajo pomemben instrument sezonalizacije ter oživljanja krajev izven vrhunca poletnih mesecev.

Ponudba v okviru Agencijske dejavnosti zavoda (Alpe Adria Trail, Juliana Trail in povezani produkti) je delovala stabilno in ostaja ključen mehanizem podaljševanja bivanja, usmerjanja obiskovalcev na organizirane produkte ter spodbujanja trajnostnega raziskovanja območja.

UPRAVLJANJE DESTINACIJE

Leto 2025 je zaznamovala krepitev organizacijskih in upravljalških procesov zavoda. Izvedena je bila sistematična evalvacija veljavne strategije ter pripravljena strokovna izhodišča za nov akcijski načrt.

Zavod je uspešno kandidiral na dveh projektih LAS, med drugim na projektu dostopnosti turističnih in muzejskih vsebin ter nadgradnje kolektivne blagovne znamke. Začet je bil proces prenove destinacijske spletne strani z vidika digitalne dostopnosti, uporabniške izkušnje in analitične podpore.

Krepitev sodelovanja z občinami, državnimi institucijami ter partnerji v okviru Skupnosti Julijske Alpe je dodatno utrdila koordinacijsko vlogo zavoda v prostoru. V letu 2025 se je sodelovanje poglobljalo tudi z DMO Benečija v okviru čezmejnih aktivnosti, s Slovensko turistično organizacijo (STO) pri promocijskih in razvojnih vsebinah, z združenjem Slovenia Outdoor na področju outdoor produktov ter s Triglavskim narodnim parkom (TNP) pri usklajevanju vsebin, povezanih z varstvom narave in trajnostnim upravljanjem obiska. Takšno partnersko povezovanje krepi usklajen razvoj območja ter zagotavlja bolj učinkovito upravljanje destinacije na regionalni in nacionalni ravni.

TRŽENJE

Trženje v letu 2025 je potekalo kot integriran del upravljanja destinacije in ni bilo usmerjeno zgolj v promocijo, temveč tudi v usmerjanje povpraševanja, razvoj tržnih produktov ter podporo trajnostnim ciljem.

Aktivnosti so obsegale vzdrževanje glavnih destinacijskih kanalov komuniciranja, digitalne in klasične kampanje, PR, nastope na sejnih ter produkcijo vsebin, s poudarkom na daljinskih poteh, certificirani lokalni ponudbi in programih izven vrhunca poletne sezone. S komunikacijo smo podpirali razpršitev obiska, spodbujali uporabo trajnostne mobilnosti in destinacijske kartice ter utrjevali Booking center kot prodajni kanal večdnevni programov. Pomemben del trženjskih aktivnosti je potekal v okviru Skupnosti Julijske Alpe in nacionalnih partnerstev, kar je omogočilo usklajen regijski nastop in večjo mednarodno vidnost destinacije.

Ključni izzivi

- Visoka sezonska koncentracija obiska z izrazitim pritiskom na julij in avgust ter omejenim izkoristkom pred- in posezone.
- Prostorska koncentracija obiskovalcev na omejenem številu najbolj obremenjenih točk in posledično povečani upravljalški ter varnostni izzivi.

- Občutljivost turističnega prometa na vremenske razmere, ki neposredno vplivajo na strukturo in dinamiko obiska.
- Naraščajoča kompleksnost upravljanja ob višjih številkah obiska, ki zahteva večjo operativno, kadrovsko in finančno stabilnost sistema.
- Potreba po še tesnejšem usklajevanju razvoja turizma s prostorskimi omejitvami, varstvenimi režimi in dolgoročno nosilno zmogljivostjo območja.

Leto 2025 potrjuje visoko privlačnost destinacije Dolina Soče, hkrati pa jasno kaže, da nadaljnji razvoj zahteva usklajeno, podatkovno podprto in medsektorsko upravljanje. V ospredju prihodnjega obdobja bodo razpršitev obiska, podaljševanje sezone, digitalna transformacija, krepitev kolektivne blagovne znamke ter nadaljnja profesionalizacija upravljanja destinacije.

TURISTIČNI PROMET IN STRUKTURA OBISKA – DOLINA SOČE V LETU 2025

GOSTJE IN NOČITVE

V letu 2025 se je na območju Doline Soče nadaljeval pozitiven trend turističnih gibanj. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (SURS) je bilo zabeleženih 414.620 prihodov in 1.067.841 nočitev, kar v primerjavi z letom 2024 predstavlja 8-odstotno rast tako pri prihodih kot pri nočitvah.

	2024			2025			Indeks	
	Prihodi	Nočitve	PDB	Prihodi	Nočitve	PDB	Prihodi	Nočitve
Bovec	214.194	552.769	2,58	235.614	621.121	2,64	+10%	+12%
Kobarid	89.809	224.033	2,49	90.900	224.726	2,47	+1%	0%
Tolmin	75.014	197.217 *	2,63	81.561	206.867 *	2,54	+9%	+5%
Kanal	6.029	13.257	2,20	6.545	13.714	2,10	+9%	+3%
Skupaj	385.046	987.276	2,56	414.620	1.066.428	2,57	+8%	+8%

Tabela: Primerjava prihodov, nočitev in dobe bivanja gostov med letoma 2024 in 2025 (vir: SURS).

* Podatki o nočitvah so iz podatkov o turistični taksi

Rast je bila najbolj izrazita v občini Bovec, kjer so prihodi porasli za 10 %, nočitve pa za 12 %. Hkrati se je povprečna doba bivanja povečala z 2,58 na 2,64 dneva, kar kaže na okrepljeno privlačnost destinacije in nekoliko daljše zadrževanje gostov.

V občini Tolmin je bila zabeležena 9-odstotna rast prihodov in 5-odstotna rast nočitev, ob rahlem znižanju povprečne dobe bivanja.

Občina Kobarid je ohranila stabilno raven nočitev (0 % rast) ter minimalno rast prihodov (+1 %), kar kaže na konsolidacijo obiska na ravni preteklega leta.

Kanal ob Soči je zabeležil zmerno rast, predvsem pri prihodih (+9 %), medtem ko so nočitve porasle za 3 %.

Povprečna doba bivanja na ravni celotne Doline Soče se je v letu 2025 ohranila na primerljivi ravni (2,57 dneva; 2024: 2,56 dneva), kar kaže na stabilno strukturo obiska.

Rast prihodov in nočitev ob skoraj nespremenjeni povprečni dobi bivanja kaže, da se turistični promet povečuje predvsem zaradi večjega števila obiskovalcev, medtem ko se struktura bivanja bistveno ne spreminja. To pomeni, da destinacija privablja več gostov, vendar se povprečna dolžina njihovega obiska ne podaljšuje. Tak trend nakazuje stabilno povpraševanje in ohranjeno strukturo potovalnih navad, hkrati pa odpira vprašanje nadaljnjih ukrepov za spodbujanje daljšega zadrževanja gostov v destinaciji.

SEZONSKA RAZPOREDITEV

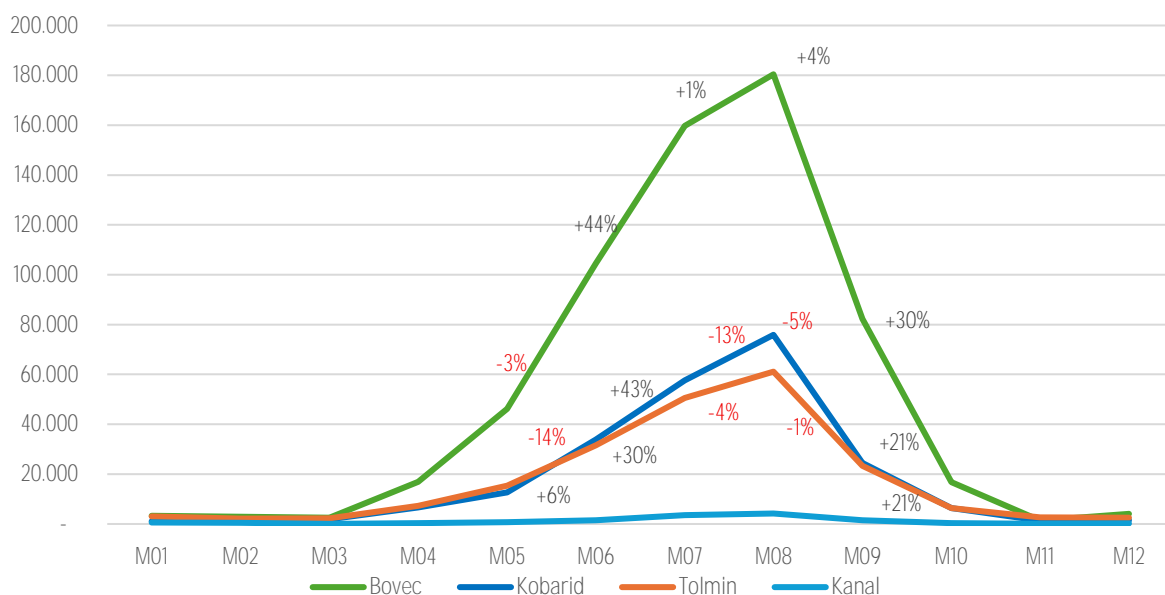


Tabela: Sezonska razporeditev nočitev po občinah, leto 2025 (vir: SURS)

Sezonska razporeditev nočitev v letu 2025 potrjuje izrazito koncentracijo turističnega prometa v poletnih mesecih. Najvišji obseg nočitev je bil realiziran v juliju in avgustu, pri čemer vrh dosega mesec avgust. Izrazit sezonski vrh je najbolj opazen v občini Bovec, ki tudi sicer ustvari največji delež vseh nočitev na ravni destinacije.

V predsezoni (maj–junij) je zaznati postopno rast nočitev, ki nakazuje začetek turistične aktivnosti pred glavno sezono, medtem ko se po septembru obseg nočitev izrazito zmanjša. Jesenski in zimski meseci ostajajo na bistveno nižji ravni realizacije, kar potrjuje sezonski značaj destinacije.

Primerjava občin kaže, da Bovec izrazito izstopa po obsegu in amplitudi sezonskega nihanja, medtem ko so Kobarid, Tolmin in Kanal po obsegu manj izraziti, vendar sledijo podobnemu sezonskemu vzorcu. Tolmin in Kobarid izkazujeta nekoliko bolj postopno rast v predsezoni, vendar se tudi pri njiju glavnina nočitev koncentrira v poletnem obdobju.

Stopnjo sezonske koncentracije turističnega prometa prikazuje tudi Ginijev količnik, ki na podlagi mesečne razporeditve nočitev meri neenakomernost obiska skozi leto. V letu 2025 je znašal 0,61, kar je rahlo znižanje glede na leto 2024 (0,63). Kljub minimalnemu izboljšanju ostaja vrednost nad 0,6, kar pomeni, da je sezonska koncentracija še vedno visoka in da je večina turističnega obiska skoncentrirana v poletnem obdobju (junij–avgust).

Struktura sezonske porazdelitve tako potrjuje, da je destinacija Dolina Soče še vedno izrazito odvisna od poletne sezone, kar ostaja eden ključnih razvojnih izzivov z vidika uravnoteženja obiska in spodbujanja celoletnega turizma.

STRUKTURA GOSTOV PO TRGIH

2025	NOČITVE	PRIHODI	PDB	DELEŽ	2024	NOČITVE	PRIHODI	PDB	DELEŽ
NEMČIJA	338.047	115.214	2,9	31,66%	NEMČIJA	325.935	113.138	2,9	33,06%
SLOVENIJA	107.763	44.256	2,4	10,09%	SLOVENIJA	112.235	46.405	2,4	11,38%
NIZOZEMSKA	93.788	28.874	3,2	8,78%	NIZOZEMSKA	85.756	26.652	3,2	8,70%
ČEŠKA REP.	80.530	28.367	2,8	7,54%	ČEŠKA REP.	69.275	24.841	2,8	7,03%
AVSTRIJA	55.408	24.960	2,2	5,19%	AVSTRIJA	50.405	22.880	2,2	5,11%
FRANCIJA	43.542	20.528	2,1	4,08%	FRANCIJA	39.444	18.713	2,1	4,00%
BELGIJA	40.690	15.320	2,7	3,81%	BELGIJA	39.175	15.098	2,6	3,97%
MADŽARSKA	38.336	14.881	2,6	3,59%	MADŽARSKA	30.570	12.075	2,5	3,10%
ITALIJA	34.881	17.108	2	3,27%	ITALIJA	28.656	14.283	2,0	2,91%
POLJSKA	34.728	13.354	2,6	3,25%	POLJSKA	27.957	10.575	2,6	2,84%

Tabela: Struktura nočitev po narodnosti (vir: SURS)

Struktura gostov po izvornih trgih v letu 2025 ostaja primerljiva s preteklimi leti in kaže na stabilno geografsko razpršenost povpraševanja. Najpomembnejši trg ostaja Nemčija, ki predstavlja 31,66 % vseh nočitev. V primerjavi z letom 2024 se je število nemških nočitev povečalo (z 325.935 na 338.047), njihov delež pa se je rahlo zmanjšal (–1,4 odstotne točke), kar kaže na postopno krepitev drugih trgov.

Drugi najpomembnejši trg predstavlja Slovenija (10,09 %), sledijo Nizozemska (8,78 %) ter Češka republika (7,54 %). Nizozemski gostje izstopajo po najdaljši povprečni dobi bivanja (3,2 dni), kar pomembno prispeva k skupnemu številu realiziranih nočitev.

Opazna je rast večine ključnih trgov, zlasti Češke republike, Madžarske in Italije, kar kaže na širjenje tržne osnove destinacije. Deleži posameznih trgov se sicer le postopno spreminjajo, kar potrjuje stabilnost strukture obiska in relativno uravnoteženo razpršenost med srednjeevropskimi trgi.

Struktura gostov potrjuje močno vpetost Doline Soče v srednjeevropski prostor, pri čemer destinacija ohranja izrazito odvisnost od nemškega trga, hkrati pa postopno krepi prisotnost drugih izvornih trgov.

UPRAVLJANJE DESTINACIJE (SKUPNE SLUŽBE)

Skupne službe predstavljajo institucionalno in upravljavsko hrbtenico zavoda ter zagotavljajo organizacijski okvir za izvajanje razvojnih, trženjskih in infrastrukturnih nalog destinacije.

V letu 2025 je bilo njihovo delovanje usmerjeno v tri ključne cilje:

- zagotavljanje zakonitega in stabilnega poslovanja,
- vzpostavljanje razvojnih mehanizmov za naslednje strateško obdobje,
- krepitev koordinacijske vloge zavoda v medobčinskem in regijskem prostoru.

Leto 2025 je tako predstavljalo prehodno, a razvojno pomembno fazo – obdobje konsolidacije sistemov ter priprave temeljev za nov razvojni cikel.

STRATEŠKO NAČRTOVANJE IN PRIPRAVA NOVEGA RAZVOJNEGA CIKLA

V letu 2025 je zavod začel proces novelacije dokumenta Strategija razvoja in trženja turizma Dolina Soče 2025+. Izvedena je bila sistematična evalvacija obstoječih strateških ciljev, ukrepov in učinkov dosedanjega izvajanja.

Na podlagi evalvacije so bila oblikovana strokovna in organizacijska izhodišča za pripravo novega akcijskega načrta upravljanja destinacije, ki bo v prihodnjem obdobju opredelil konkretne ukrepe, časovne okvire in merljive kazalnike spremljanja.

S tem je bil v letu 2025 vzpostavljen strukturiran proces prehoda v novo razvojno fazo, ki se nadaljuje v letu 2026.

ZAKONITOST POSLOVANJA IN ORGANIZACIJSKA STABILNOST

V letu 2025 je zavod zagotavljal zakonito, transparentno in finančno stabilno poslovanje, skladno z veljavno zakonodajo in internimi akti.

Izvajane so bile vse naloge s področja kadrovskega upravljanja, računovodstva, finančnega nadzora ter spremljanja zakonodajnih sprememb.

Stabilno poslovanje je omogočilo nemoteno izvajanje vseh programskih področij ter ustvarilo pogoje za razvojne aktivnosti.

PROJEKTNO DELO IN ČRPANJE RAZVOJNIH SREDSTEV

V letu 2025 je zavod okrepil projektno delovanje in uspešno kandidiral na dveh razpisih v okviru programov LAS, s čimer so bila zagotovljena dodatna razvojna sredstva za izvajanje strateških prioritet destinacije.

Začelo se je izvajanje partnerskega projekta Turizem in muzeji za vse, usmerjenega v izboljšanje dostopnosti turističnih in muzejskih vsebin ter digitalne dostopnosti informacij. Projekt vključuje prilagoditve infrastrukture, nadgradnjo interpretacijskih vsebin ter pripravo prenove destinacijske spletne strani z vidika uporabniške izkušnje in zakonodajnih zahtev.

Sočasno se je začel projekt **Nadgradnja Teritorialne kolektivne blagovne znamke »Iz Doline Soče«** (LAS ESRR), ki poteka od julija 2025 do aprila 2027. V letu 2025 so bili vzpostavljeni organizacijski in strokovni pogoji za širitev sistema certificiranja, vključno z vključevanjem namestitvenih ponudnikov.

Projektno delo v letu 2025 tako ni pomenilo zgolj pridobitve sredstev, temveč vzpostavitev večletnih razvojnih mehanizmov za dvig kakovosti, dostopnosti in prepoznavnosti destinacije.

KREPITEV SODELOVANJA Z DELEŽNIKI

Zavod je v letu 2025 sistematično krepil sodelovanje z deležniki na lokalni, medobčinski in nacionalni ravni. Upravljanje destinacije je bilo obravnavano kot medsektorski proces, ki vključuje področja turizma, prostora, prometa, okolja in kulture.

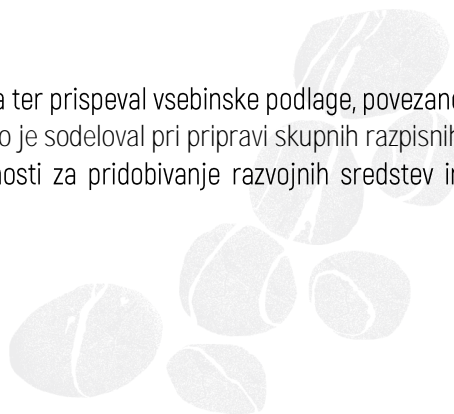
Organizirana so bila strokovna srečanja in usklajevanja s ponudniki, občinami in državnimi institucijami, s čimer se je utrjevala koordinacijska vloga zavoda ter izboljševala medsektorska usklajenost.

Takšen pristop je prispeval k večji vključenosti deležnikov v razvojne procese ter k stabilnejšemu upravljanju destinacije.

REGIJSKO POVEZOVANJE

V letu 2025 je zavod aktivno krepil regijsko povezovanje, zlasti v okviru Skupnosti Julijske Alpe, kjer sodeluje pri oblikovanju skupnih razvojnih in promocijskih usmeritev. Regijsko sodelovanje predstavlja pomemben okvir za umeščanje destinacije Dolina Soče v širši alpski prostor ter za usklajevanje skupnih interesov na področju trajnostnega turizma.

Zavod je strokovno sodeloval pri pripravi regijskega razvojnega načrta ter prispeval vsebinske podlage, povezane z upravljanjem destinacije, trajnostjo in razvojem produktov. Prav tako je sodeloval pri pripravi skupnih razpisnih prijav in vključevanju v regijske projekte, s čimer se krepijo možnosti za pridobivanje razvojnih sredstev in izvajanje nadobčinskih pobud.



Aktivno regijsko delovanje je v letu 2025 prispevalo h krepitvi vpliva zavoda na regijski ravni, večji vpetosti destinacije v širši alpski kontekst ter izboljšani pripravljenosti na skupne razvojne in projektne priložnosti. Regijsko povezovanje tako ostaja eden ključnih vzvodov za dolgoročno konkurenčnost in trajnostni razvoj destinacije.

SODELOVANJE V SKUPNOSTI JULIJSKE ALPE

Skupnost Julijske Alpe združuje destinacije Bled, Bohinj, Brda, Gorje, Jesenice, Kanal, Kobarid, Kranjska Gora, Radovljica, Tolmin in Žirovnica. Namen sodelovanja je usklajeno in učinkovito upravljanje biosfernega območja Julijskih Alp kot trajnostne turistične destinacije.

Vsebinski okvir delovanja predstavlja Razvojni načrt za Biosferno območje Julijskih Alp (BOJA) kot trajnostne turistične destinacije 2025, iz katerega izhajajo trajnostni, varstveni, razvojni, trženjski in upravljavski cilji Skupnosti.

Skupnost (zaenkrat kot neformalno združenje) vodi Turizem Bohinj oziroma direktor Klemen Langus. Na podlagi dogovora med občinami in turističnimi organizacijami partnerji združujemo sredstva za skupno financiranje programa in delovanja Skupnosti Julijske Alpe.

V letu 2025 je Skupnost Julijske Alpe (SJA) nadaljevala z izvajanjem celostnega digitalnega in klasičnega marketinga ter razvojem skupnih regijskih turističnih produktov. Osrednji cilj je bil krepiti mednarodno prepoznavnost znamke Julijske Alpe ter hkrati podpirati razvoj destinacij članic.

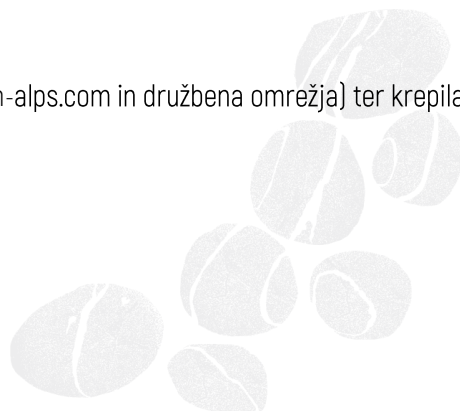
Poleg rednih pogodbenih aktivnosti Skupnost izvaja tudi dodatne naloge v okviru t. i. Regijskega projekta, s katerim se sofinancirajo promocijske aktivnosti za predstavitev celotnega območja Julijskih Alp kot enotne destinacije. V okviru Regijskega projekta se sofinancirajo skupne promocijske aktivnosti za celotno območje Julijskih Alp.

Med ključnimi aktivnostmi so:

- promocija na tujih trgih v sodelovanju s predstavniki slovenskega turizma v Veliki Britaniji, na Irskem, Češkem, Slovaškem, v Italiji in ZDA,
- upravljanje družbenih omrežij ter redno urejanje spletne strani www.julian-alps.com,
- upravljanje aplikacije Juliana Trail prek platforme Outdooractive
- tiskani in spletni oglasi,
- organizacija študijskih tur,

1. DIGITALNI MARKETING IN RAZVOJ PLATFORM

V letu 2025 je regija nadalje nadgrajevala digitalne kanale (www.julian-alps.com in družbena omrežja) ter krepila vsebinski marketing in prepoznavnost znamke.



Ključne aktivnosti:

- optimizacija vsebin (SEO, vizualne kampanje),
- sezonsko prilagojene komunikacijske strategije,
- promocija varnosti v gorah,
- krepitev identitete znamke Julijske Alpe,
- podpora ključnim produktom: Juliana Trail in Juliana Bike.

Rezultat je bila rast sledilcev in večja vključenost uporabnikov.

2. RAZVOJ REGIJSKE DIGITALNE TRŽNICE – JABOOK

V letu 2025 se je nadaljeval razvoj regijskega rezervacijskega sistema JABOOK, ki je del širšega projekta MUDIST. Uspešno smo se prijavi in izpeljali razpis na regijskemu nivoju za vodilne destinacije. V razpis smo vključili razvoj in trženje digitalne tržnice ter razvoj modela destinacijske kartice.

Glavne značilnosti sistema digitalne tržnice:

- neposredna spletna prodaja nastanitev,
- zmanjšanje odvisnosti od OTA platform,
- ohranjanje provizij v lokalnem okolju,
- lastništvo podatkov in digitalna suverenost regije.

V letu 2025 so potekale:

- tehnične integracije,
- pravna in pogodbeni uskladitev,
- onboarding ponudnikov,
- priprava komunikacijskih aktivnosti.

Uradni zagon sistema je predviden aprila 2026.

3. BOOKING CENTER IN PRODUKT JULIANA

V okviru Skupnosti deluje tudi booking center za trženje skupnih produktov (Juliana Trail, Juliana Bike, Juliana SkiTour).

Booking center Julijske Alpe je v letu 2025:

- pripravil 165 ponudb za Juliana Trail,
- realiziral 79 rezervacij,
- ustvaril približno 1.820 nočitev.

Opazen je bil večji delež gostov iz Beneluksa in Združenega kraljestva.



Med ključnimi izzivi ostajajo:

- omejene kapacitete v visoki sezoni,
- rast cen nastanitev,
- potreba po zgodnjem rezerviranju.

4. KLASIČNI MARKETING, PR IN MEDNARODNA PROMOCIJA

SJA je bila aktivna na ključnih tujih trgih (VB, Nemčija, Severna Amerika) in izvajala obsežne PR in promocijske aktivnosti.

Ključni dosežki:

- uvrstitev na Wanderlust Green List 2025,
- nominacija za Wanderlust Reader Travel Awards,
- objave v medijih (Wanderlust, The Telegraph, SportAktiv, Outdoor Welten),
- predstavitve na B2B dogodkih (London, München, Severna Amerika),
- skupne aktivnosti s STO in mednarodnimi partnerji.

Pomembno prepoznavnost je ustvaril tudi dogodek Julian Alps Trail Run (5.100 tekačev, 80 % tujih).

5. RAZVOJ PRODUKTOV IN TRAJNOST

Na področju razvoja turističnih produktov in trajnosti je SJA izvajala naslednje aktivnosti:

- priprava skupnega regijskega zemljevida,
- razvoj ribiškega produkta,
- nadgradnja poti Juliana Bike in Juliana Bike Network,
- razvoj turnega smučanja,
- razvoj koncepta alpskega wellbeinga,
- upravljanje obiskovalcev in trajnostne mobilnosti
- destinacijska kartica Julijske Alpe: Tudi v letu 2025 smo nadaljevali z izvajanjem koncepta področnih destinacijskih kartic (Dolina Soče, Bohinj, Bled, Radovljica z okolico), ki delujejo pod skupno znamko Julijske Alpe. Kartice so namenjene predvsem gostom, ki v destinaciji bivajo več dni, ter vključujejo kombinacijo brezplačnih vstopov, ugodnosti in popustov pri izbranih znamenitostih, doživetjih in mobilnostnih storitvah. Poslovni modeli kartic se med destinacijami razlikujejo; nekatere so za goste brezplačne, druge so plačljive. V letu 2025 se je raziskalo različne modele, ki bi bili optimalni za razvoj enotne destinacijske kartice za celotne Julijske Alpe.

6. MOBILNOST IN DIGITALIZACIJA PREVOZOV

Na področju mobilnosti je SJA nadaljevala z digitalizacijo voznih redov in nadgradnjo informacijskih sistemov.

Izvedene aktivnosti:

- upravljanje voznih redov preko Ridango MDM/TMS (do 9/2025),
- uporaba Papercast prikazovalnikov (do konca 2025, licenca do 2026),
- vključitev podatkov v nacionalni sistem simo.si,
- vizualne nadgradnje in obveščanje potnikov.

Ključne usmeritve naprej:

- ohranitev Papercast sistema,
- nadgradnja vsebin na prikazovalnikih,
- razvoj interoperabilnega sistema mobilnosti,
- integracija v digitalni ekosistem MUDIST.

7. SEJMI, DOGODKI IN MEDNARODNA PREDSTAVITEV

Skupnost Julijske Alpe usklajuje in organizira skupno udeležbo destinacij na turističnih sejmi in borzah doma ter v tujini. Za te aktivnosti zavodi združujejo lastna sredstva, pri čemer se stroški delijo po vnaprej dogovorjenem ključu, vezanem na delež nastanitvenih kapacitet posamezne destinacije. V letu 2025 je bila regija predstavljena na 42 mednarodnih sejmi in promocijskih dogodkih v državah:

Avstrija, Belgija, Češka, Nemčija, Španija, Francija, Združeno kraljestvo, Irska, Italija, Luksemburg, Nizozemska, Srbija, Slovenija, ZDA, Japonska in Švica.

Aktivnosti so bile izvedene v sodelovanju s:

- Slovensko turistično organizacijo,
- Slovenia Outdoor GIZ,
- mednarodnimi agenti,
- predstavništvu STO in ambasadami.

8. MEDNARODNO SODELOVANJE IN PARTNERSTVA

SJA je aktivno sodelovala v mednarodnih mrežah in projektih. Je članica European Tourism Association, sodeluje z agenti na tujih trgih ter izvaja skupne promocijske aktivnosti s partnerji. Regija se je predstavila na EXPO Osaka, organizirala predstavitve v Münchnu ter gostila študijske ture medijev in organizatorjev potovanj.

9. RAZPISI IN RAZVOJNE AKTIVNOSTI

V letu 2025 je SJA:

- oddala prijavo na razpis Slovenske turistične organizacije za regijsko sodelovanje,
- razvijala rezervacijski sistem JABOOK,
- izvajala pravne in organizacijske aktivnosti za razvoj digitalnih produktov.

10. KADRI IN OPERATIVNO DELOVANJE

Delovanje SJA je temeljilo na usklajenem delu ekipe, ki vključuje:

- vodjo digitalne ekipe,
- backoffice podporo,
- koordinatorja za pohodništvo in kolesarstvo.

Zagotovljene so bile tudi licence za digitalna orodja in upravljanje regijske kartice Julijske Alpe.

11. SKLEP

Leto 2025 je bilo za Skupnost Julijske Alpe leto digitalne preobrazbe, krepitve mednarodne prepoznavnosti in razvoja skupnih regijskih produktov. Z vzpostavitvijo sistema JABOOK in nadgradnjo digitalnega ekosistema regija postavlja trdne temelje za nadaljnji razvoj v obdobju 2026–2030 ter utrjuje svojo vlogo ene vodilnih trajnostnih alpskih destinacij v Evropi.

SODELOVANJE Z JAVNIM ZAVODOM TRIGLAVSKI NARODNI PARK

Sodelovanje poteka predvsem na področjih:

USMERJANJE OBISKA

Vzpostavljena je bila platforma Outdooractive, preko katere poteka digitalizacija outdoor aktivnosti na območju Julijskih Alp. Javni zavod Triglavski narodni park sodeluje z vključevanjem naravovarstvenih in drugih vsebin, namenjenih usmerjanju obiska ter informiranju obiskovalcev o veljavnih pravilih in varstvenih režimih.

TRAJNOSTNA MOBILNOST

TNP je skupaj s Turizmom Bohinj kot zastopnikom Skupnosti Julijske Alpe izvedel javno naročilo za pilotni razvoj in vzdrževanje spletne platforme za trajnostno mobilnost. Vzpostavljena je bila tudi skupna aplikacija z vozniimi redi Julijskih Alp.

NACIONALNO POVEZOVANJE

Na nacionalni ravni sodelujemo s Slovensko turistično organizacijo (STO). Aktivno se vključujemo v uvajanje in izvajanje nacionalne turistične strategije, s čimer na eni strani krepimo položaj naše destinacije v okviru nacionalne turistične politike, na drugi pa izkoriščamo promocijske učinke skupnih nacionalnih aktivnosti.

V okviru STO sodelujemo kot partnerji združenja Slovenia Outdoor, katerega osnovni namen je promocija in trženje outdoor produktov Slovenije, zlasti na tujih trgih. Združenje se poleg promocije ukvarja tudi z razvojnimi nalogami, kot so optimizacija zakonodajnih okvirov, umeščanje novih daljinskih poti, razvoj produktov ter vključevanje novosti na področju digitalnih orodij in komunikacij.

UPRAVLJANJE BLAGOVNIH ZNAMK IN INTELEKTUALNE LASTNINE

V letu 2025 je zavod izvajal aktivnosti na področju urejanja blagovnih znamk in intelektualne lastnine, s poudarkom na vzpostavljanju pravnih in organizacijskih izhodišč za dolgoročno zaščito identitete destinacije.

Pri Teritorialni kolektivni blagovni znamki »Iz Doline Soče« ter blagovni znamki Dolina Soče so bila preverjena strokovna in pravna izhodišča za nadaljnjo ureditev zaščite.

Posodobljene so bile tudi notranje usmeritve glede uporabe vsebin in avtorskih pravic, s čimer se krepi enotna, pregledna in usklajena raba znamk v prihodnjem obdobju.

UPRAVLJANJE TRAJNOSTNEGA RAZVOJA

V letu 2025 se je trajnostni koncept uresničeval predvsem skozi konkretne upravljalvske ukrepe na področju infrastrukture, mobilnosti, upravljanja obiska ter razvoja produktov. Sistem omejevanja in usmerjanja obiska v Tolminskih koritih, nadgradnja shuttle prevozov in povezav javnega prevoza, sanacije erozijsko ogroženih odsekov poti ter digitalizacija signalizacije predstavljajo operativne mehanizme za zmanjševanje pritiskov na prostor in izboljšanje varnosti obiskovalcev.

Na ravni produktov je trajnostna usmeritev vidna v razvoju in prodaji večdnevniških pohodniških ter kolesarskih programov, ki podaljšujejo bivanje in spodbujajo prihod izven vrhunca poletne sezone. V okviru tržne dejavnosti se trajnost udejanja tudi skozi vključevanje certificiranih lokalnih izdelkov pod kolektivno blagovno znamko Iz Doline Soče, s čimer se krepi lokalna dodana vrednost.

V letu 2025 je bila destinacija ponovno aktivirana v okviru Zelene sheme slovenskega turizma (ZSST), s čimer je bil zagotovljen nadaljnji sistematični nadzor nad trajnostnimi kazalniki in skladnost z nacionalnimi standardi.

ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA

Leto 2025 je na področju Zelene sheme slovenskega turizma zaznamovalo imenovanje nove zelene koordinatorice destinacije. Po letu 2023, ko so bile aktivnosti v okviru ZSST na ravni destinacije Dolina Soče omejene, so se v drugi polovici leta 2025 začeli postopni koraki k ponovni sistemski vzpostavitvi procesov.

Nova zelena koordinatorica je v začetni fazi izvedla pregled obstoječega stanja po posameznih občinah, identificirala točke, kjer so se procesi zaustavili, ter ponovno vzpostavila komunikacijo z deležniki v lokalnem okolju. Zaradi odsotnosti posodobljenega akcijskega načrta je delo potekalo predvsem na ravni analize stanja, usklajevanja in priprave podlag za nadaljnje ukrepe.

Struktura ZSST je kompleksna in zahteva tesno prepletanje aktivnosti znotraj destinacije ter usklajevanje z občinami, javnimi zavodi in pristojnimi institucijami. Glede na prekinitev procesov v preteklem obdobju je bilo pričakovati, da ponovna vzpostavitev ne bo mogoča v kratkem času niti v celoti skladno s formalnim modelom izvajanja sheme.

Ponovna aktivacija je zato potekala postopno, z namenom vzpostavitve realnih operativnih temeljev za nadaljnje sistematično izvajanje.

Prekinitev formalnih aktivnosti v okviru ZSST ne pomeni, da destinacija v tem obdobju ni izvajala trajnostnih usmeritev. Na temeljih, vzpostavljenih v preteklih letih, se je razvoj turizma nadaljeval v smeri uravnoteženega upravljanja prostora, razpršitve obiska in odgovornega razvoja produktov, skladno z usmeritvami aktualne strategije razvoja destinacije.

Trajnostna načela so bila tako vključena v upravljanje destinacije tudi izven formalnega okvira sheme.

Akcijski načrt v okviru ZSST bo oblikovan na temeljih novelirane Strategije razvoja in trženja turizma Dolina Soče. Do izvedbe presoje, predvidene v aprilu 2026, je destinacija pripravila kratkoročni akcijski načrt, ki predstavlja prehodni operativni okvir za izvajanje aktivnosti v tem obdobju.

V letu 2025 znak Slovenia Green Accommodation v Dolini Soče ohranja enajst ponudnikov, kar potrjuje prisotnost certificiranih trajnostnih praks v nastanitvenem sektorju destinacije.

INFRASTRUKTURA V UPRAVLJANJU

Področje infrastrukture predstavlja enega ključnih operativnih stebrov zavoda, saj neposredno vpliva na varnost obiskovalcev, kakovost doživetja ter obremenitev prostora. V letu 2025 je bilo delovanje usmerjeno v redno vzdrževanje več kot 280 kilometrov pohodniških poti, sanacijo poškodb zaradi vremenskih vplivov in erozije, nadgradnjo signalizacije ter izvedbo zahtevnejših sanacijskih in investicijskih posegov na izpostavljenih odsekih.

Pomemben del aktivnosti je bil usmerjen v upravljanje infrastrukturno in obiskovalno bolj obremenjenih točk (Tolminska korita, slap Boka, območje Virja, posamezni odseki daljinskih poti), kjer so bili izvedeni ukrepi za povečanje varnosti, stabilnosti ter boljšo organizacijo in pretočnost obiska. Ukrepi so vključevali sanacijo erozijskih poškodb, stabilizacijo terena, nadgradnjo varnostnih elementov (ograje, brvi, stopnice) ter investicijske posege, kot je gradnja novega vstopnega objekta v Tolminskih koritih.

Vzpostavljati se je pričela tudi digitalna evidenca usmerjevalne signalizacije z geolokacijami, ki bo v prihodnje omogočala hitrejše ukrepanje in natančnejše načrtovanje vzdrževalnih posegov.

POHODNIŠKE POTI

V letu 2025 se je redno vzdrževanje pohodniških poti na območju občin Bovec, Kobarid in Tolmin izvajalo na podlagi javnega razpisa, dela pa je opravljalo podjetje IP Posočje. Upravljanje je obsegalo redno urejanje daljinskih in lokalnih tras ter izvedbo sanacijskih posegov na poškodovanih ali varnostno izpostavljenih odsekih.

Dela so vključevala košnjo, odstranjevanje podrtih dreves, obnovo signalizacije, popravila ograd, brvi in mostičkov ter stabilizacijo erozijsko ogroženih delov poti, z namenom zagotavljanja varne in neprekinjene prehodnosti skozi celotno sezono.

OBČINA BOVEC

Od leta 2023 je pogodbeni vzdrževalec in urejevalec občinskih poti Invalidsko podjetje Posočje d.o.o., izbrano na javnem razpisu. Tudi v letu 2025 sta kot podizvajalca sodelovala Mangrt razvojna zadruga (odsek od Trdnjave

Kluže proti Logu pod Mangartom ter naprej do Mangarta in prelaza Predel) ter TD Soča–Trenta, ki vzdržuje tri občinske poti na območju Trente.

V skladu s sporazumom o vzdrževanju je izvajalec na vseh navedenih poteh opravil dve košnji letno.

Na TIC Bovec smo skozi leto zbirali obvestila pohodnikov in domačinov o stanju poti. Na podlagi teh informacij so bila izvedena številna popravila ograj, zamenjave desk na brveh ter sanacije manjših poškodovanih mostičkov. Poleg rednega vzdrževanja smo naročili tudi dodatna dela na posameznih odsekih pohodniške infrastrukture.

ŠUNIKOV VODNI GAJ

V Šunikovem vodnem gaju je bil saniran manjši podor. Dela so obsegala iznos materiala, izkop zemljine, utrditev temeljev, kamnito pozidavo ter razširitev poti.

Na širšem območju vodnega gaja so bili odstranjeni zastareli usmerjevalni količki, poškodovane tablice pa zamenjane. V letu 2025 smo začeli tudi usklajevanja z Javnim zavodom Triglavski narodni park glede upravljanja infrastrukture v dolini Lepene.



Slika: podor v Šunikovem vodnem gaju



Slika: grmovje pri slapu Virje

SLAP IN PARKIRIŠČE VIRJE

V okolici slapu in parkirišča Virje smo spomladi izvedli posek zaraščenega pobočja pod razgledno točko, z javnih površin odstranili padla debla in vejeve ter očistili mulde na poti do slapu. Ob samem slapu je bilo odstranjeno podrtje drevje in zaraščeno grmovje.

V jesenskem obdobju smo ponovno očistili odvodne jarke ob poti do slapu, s čimer smo zagotovili boljše odvodnjavanje in preprečili nadaljnje poškodbe poti.

TRDNJAVA KLUŽE

Na območju Trdnjave Kluže je bila izvedena enkratna košnja zelenice in okolice. Pot pod trdnjavo do podzemnega rova je vključena v redno vzdrževanje; večjih posegov ni bilo.

SIGNALIZACIJA IN MANJŠA SANACIJSKA DELA

V letu 2025 smo nadaljevali z zamenjavo poškodovanih usmerjevalnih tablic – skupaj je bilo na različnih poteh zamenjanih približno 50 tablic.

Še vedno beležimo primere vandalizma ter poškodb infrastrukture zaradi vremenskih vplivov.

Popravljen je bil tudi količek v centru Bovca, poškodovan zaradi prometne nesreče, dodatni novi količki pa so bili naročeni za montažo v letu 2026. Sanirani sta bili dve leseni ograji, in sicer na razpotju poti JA14 in poti Čelo na Ravnem lazju, ter druga na območju Brjeke.



Slika: podrt količek v centru Bovca



Slika: popravljena lesena ograja pri Brjeki

Na več mostičkih in brveh je bila v letu 2025 izvedena menjava dotrajanih lesenih desk. Spomladi so bile posebej kritične brvi pri Brjeki, Kršovcu in Vodencah, kjer so manjkajoče oziroma poškodovane deske predstavljale nevarnost za uporabnike. Jeseni je bila dodatno sanirana še brv na Učji.

V več primerih je bilo potrebno odstranjevanje podrtih dreves. Vse pogosteje se izkazuje, da drevesa padajo zaradi bolezni in izsušenosti, pri čemer močni vetrovi in neurja ta proces še pospešujejo. Večja drevesa so bila

odstranjena na Ravelniku, pri cerkvi sv. Lenarta ter v vaseh Plužna in Srpenica, na številnih odsekih pa tudi vejevje in zaraščeno grmovje, ki je oviralo prehodnost poti.

Čebelarско društvo Bovec je po dogovoru uredilo Matijev čebelnjak in okolico čebelnjaka v Bavšici.

DIGITALIZACIJA SIGNALIZACIJE

V letu 2025 smo pristopili k sistematičnemu popisu vseh usmerjevalnih količkov in tablic na terenu z namenom vzpostavitve enotne baze z geolokacijami ter preglednega registra signalizacije po posameznih poteh.

Vzpostavljena evidenca bo v prihodnje omogočala hitro in natančno določitev lokacije poškodovanih ali manjkajočih tablic brez dodatnih terenskih ogledov, poenostavila naročanje ponatisov ter zagotovila boljši nadzor nad celotno signalizacijsko infrastrukturo v upravljanju. Baza bo hkrati predstavljala strokovno podlago za načrtovanje nadgradenj in sistematično izboljševanje usmerjevalne signalizacije.

OBSEŽNEJŠA SANACIJSKA DELA

Med zahtevnejšimi in finančno obsežnejšimi posegi v letu 2025 so bila izvedena dela pri slapu Boka, na poti proti Globoškemu potoku na Žagi ter na poti v Kal-Koritnici.

SLAP BOKA

Pri slapu Boka smo spomladi najprej izvedli začasno sanacijo stopnic, ki vodijo do razgledne ploščadi, saj je zaradi spiranja materiala na posameznih mestih prišlo do razkritja jeklenih klinov. Jeseni je sledila celovitejša obnova. Dotrajane, neenakomerne in previsoke lesene stopnice, ki niso več zagotavljale varne uporabe, smo nadomestili z 116 novimi vkopanimi stopnicami. Izvedeno je bilo ročno in strojno klesanje večjih balvanov, ki so ovirali prehod, zgrajeni sta bili dve novi stopnišči ter nameščen krajši odsek varovalne ograje pred razgledno ploščadjo.





Slika: predhodno stanje (Boka)



Slika: obnovljene stopnice (Boka)



Slika: nova varnostna ograja



Slika: nove stopnice na razgledni ploščadi

POT PROTI GLOBOŠKEMU POTOKU (ŽAGA)

Na poti iz vasi Žaga proti Globoškemu potoku je bil na izpostavljenem odseku dotrajan premostitveni objekt, ki ni več zagotavljal varnega prehoda za pohodnike. Zaradi odsotnosti neposrednega cestnega dostopa je bilo potrebno ves material do lokacije prenesti ročno, dela pa so zaradi zahtevnega terena potekala v oteženih izvedbenih razmerah.



Slika: razpadajoči premostitveni objekt na poti proti Globoškemu potoku

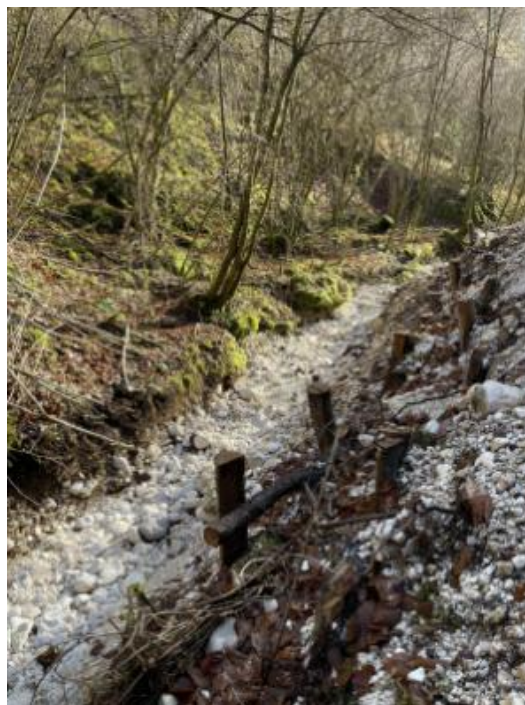
KAL-KORITNICA (DO BRVI JABLENCA)

Odsek poti od parkirišča v Kal-Koritnici do brvi Jablenca je začel spodjedati hudournik, zaradi česar so postali posamezni deli trase nestabilni. Strokovni pregled je potrdil obsežnejšo erozijo podlage, zato je bila sanacija izvedena v treh fazah. Vključevala je poseg z gradbeno mehanizacijo za premeščanje zemljine in utrjevanje terena, na določenih mestih pa tudi delno preusmeritev struge hudournika, saj je ob močnejših padavinah voda zalivala brežine in odnašala material. Ob tem so bili zamenjani temelji ter nosilni količki, s čimer je bila zagotovljena večja stabilnost in varnost poti.





Slika: na novo utrjena pot, novi nosilci in preusmeritev hudournika pri Kal Koritnici



Slika: utrjevanje brežine s koli

OBČINA KOBARID

Za vzdrževanje pohodniških poti na območju Občine Kobarid, za katere skrbi Turizem Dolina Soče, je bilo v letu 2025 zadolženo podjetje IP Posočje. Redno vzdrževanje je obsegalo predvsem košnjo poti dvakrat letno na odsekih daljinskih poti Juliana Trail, Juliana Trail – Breginjski kot ter Alpe Adria Trail, ki potekajo po območju občine. Skupna dolžina teh odsekov znaša približno 83 kilometrov.

Na trasi Juliana Trail in na dodatni zanki v Breginjski kot smo zamenjali poškodovane usmerjevalne tablice, obnovili dotrajane in slabše vidne oznake ter po potrebi dodali nove na mestih, kjer se je izkazala potreba po jasnejšem usmerjanju pohodnikov.

Na območju Trnovega ob Soči, med vstopno-izstopnima točkama Trnovo 1 in Trnovo 2, smo sanirali odsek poti Juliana Trail, ki je bil zaradi erozije težko prehoden. Za sanacijo betoniranega odseka na istem območju smo pridobili ponudbe, izvedba del pa je predvidena v letu 2026.

Na trasi Alpe Adria Trail smo obnovili slabo vidne markacije in po potrebi dodali nove, s čimer smo zagotovili večjo varnost in boljšo orientacijo pohodnikov.

V letu 2025 smo izdelali dve novi informacijski tabli, v vasi Logje in vasi Vrsno, postavljene pa bodo v letu 2026.

OBČINA TOLMIN

V letu 2025 je v okviru javnega razpisa za redno vzdrževanje pohodniških poti na območju občin Bovec, Kobarid in Tolmin podjetje IP Posočje na območju občine Tolmin skrbelo za približno 200 kilometrov pohodniških poti ter okoli 9.000 m² drugih javnih površin. Poti so bile pokošene enkrat do dvakrat letno, posamezne javne površine pa so se urejale večkrat, glede na potrebe ter obremenjenost.

Tudi v letu 2025 je bilo veliko dela povezanega z odstranjevanjem padlega drevja. Zaradi sušenja in različnih bolezni dreves prihaja do podiranja tudi v brezvetrju in ob lepem vremenu, zato je bilo čiščenje padlih dreves potrebno na številnih odsekih poti po celotni občini. Na ožjem območju Tolmina je bilo zaradi vandalizma potrebno zamenjati nekaj usmerjevalnih tablic.

Vremenske ujme in večje količine padavin so ponovno povzročile poškodbe na posameznih odsekih. Nad vasjo Obloke je voda nanese večjo količino materiala in poškodovala del daljinske poti Juliana Trail, ki smo ga sanirali s pomočjo strojne mehanizacije. Pod Bučenico je bil izpodjedeni odsek Juliane Trail dodatno zavarovan z namestitvijo nekaj metrov ograje za večjo varnost pohodnikov. Nad Grahovim ob Bači je bil na Juliani Trail dodatno urejen in označen del trase, ki poteka skozi pašnike.

Zaradi posledic dežja in naraslih hudournikov je bilo ponovno potrebno sanirati mostiček čez potok Godiča, ki omogoča varen dostop do slapa Beri.

Pri izviru Grofove vode smo zaradi potencialne nevarnosti padanja suhih vej na obiskovalce odstranili 40 metrov visoki brest, ki je po ujmah leta 2023 odmrl. Drevo je sodilo med izjemna drevesa Severne Primorske, vendar je zaradi varnosti obiskovalcev poseg postal nujen.

Na več razglednih točkah smo izvedli vzdrževalna in varnostna dela. Ob razgledni točki na Selcih smo očistili grmovje in drevje ter dodatno odprli pogled na Gregorčičev slap in slap Brinto. Na poti k slapovima Brinta in Gregorčič smo sanirali podore, namestili jeklenice in skobe za večjo varnost vzdrževalcev in pohodnikov ter na nevarnem odseku z izkopom in vkopom poti preusmerili traso.

Na razgledišču Belvedere nad Mostom na Soči smo očistili grmovje in suho drevje ter obnovili ograjo.

V Zatoľminu smo obnovili vaško korito ter sodelovali pri urejanju nove pohodniške poti Na Špane.

V letu 2025 smo oblikovali, izdelali in postavili tudi štiri nove informacijske table:

- Dolina Tolminke ob cesti v Čadrg pred vasjo Zadlaz-Čadrg,
- Dolina Zadlaščice v vasi Žabče,
- Dolina Zadlaščice pri HE Žabče,
- Tehnika Krn ob cesti v Tolminski Ravne.





Tabela 1 Sliki 1 in 2: razgledišče Belvedere nad Mostom na Soči (prej in potem)



Slika 3: vaško korito v Zatoľminu





Pot do Tehnika Krn vodi navzdol po strmi gori, zato je potrebna previdnost.
The path to Tehnika Krn leads down through steep gorge and demands caution.



Tehnika Krn takoj po drugi svetovni vojni
(topografija je bila poštena po drugi svetovni vojni).
Tehnika Krn after World War II (topo was taken after World War II)



Del osebja Tehnika Krn v soteski Zaslavica,
13. marca 1944.
Part of the personnel of the Tehnika Krn Partisan
cyclostyle printery in the Zaslavica Gorge
(March 13, 1944)

Tehnika Krn

Prva partizanska ciklostilna tehnika na Tolminskem je na različnih krajih delovala že pred kapitulacijo Italije, leta 1943. Izpod ciklostilnih valjev Tehnika Krn so med prebivalce Tolminske in širše okolice pribajale številne publikacije, ki so širile informacije o delovanju Osvobodilne Fronte in povezovale Narodnoosvobodilno gibanje z ljudstvom ter pomagale ohranjati upanje na prihodnost prosto fašizma. Pri tem je, kljub izjemno težkim razmeram, nevarnostim in pomanjkanju materiala, ohranjala zelo visoko kvaliteto tiska. Za nabavo materiala za delo tehnike so, ob velikem osebnem tveganju, skrbeli aktivisti, ki so ga skrivaj nabavljali v bližnjih primorskih mestih in ga tihotapili do dogovorjenih skritišč. Za hrano in druge potrebščine so požrtvovalno skrbeli prebivalci bližnjih vasi. Občina Tolmin je leta 1990 Tehniko Krn in njeno okolico razglasila za občinski zgodovinski spomenik.



Prvi leta 1943 je bila zgrajena baraka v soteski Zaslavica, skrita pod 70 metrov
visokim skalnim prevlomom, kjer je delovala do osvoboditve.
In the winter of 1943 there was a first hut built under the principle of 70 meters high
rock in the gorge of Zaslavica river, where it was operating until the end of the war.

First partisan cyclostyle printery in Tolmin region, so called Tehnika Krn, was active some time before the capitulation of Italy in 1943 on different secret locations. Numerous publications came from under the cyclostyle cylinders of Tehnika Krn and their main purpose was to inform people of the activities of Antifascist movement and to keep the hope of the future without fascism alive. Despite many difficulties, danger and lack of much needed materials, it kept quality of prints exceptionally high. At grave personal risk, local activists were secretly purchasing the materials and smuggling them to prearranged secret locations. The food and other supplies were gathered and donated by selfless local inhabitants. Municipality of Tolmin declared Tehnika Krn for municipal historical monument in 1990.

Dolina Soče

JULIJSKE ALPE



Slika 4: informacijska tabla Tehnika Krn

OSTALA INFRASTRUKTURA V UPRAVLJANJU

TRDNJAVA KLUŽE

V letu 2025 je Turizem Dolina Soče skladno s pogodbo o upravljanju nadaljeval z izvajanjem vseh nalog upravljanja trdnjave Kluže. Poleg zaposlenega vodje TIC-a Kluže sta pri izvajanju dejavnosti sodelovala še dva upokojenca: eden kot vodnik (vodenja obiskovalcev), drugi kot nadomestilo vodji v času izvajanja vodenj in drugih odsotnosti. Skupaj so zagotavljali informiranje obiskovalcev, prodajo vstopnic za trdnjavo in podzemni rov ter prodajo publikacij in spominkov.

Ohranjen je bil sistem rednih tedenskih vodenj po urniku, ki se je izkazal kot ustrezna in učinkovita praksa. V letu 2025 smo izvedli tudi ponatis zloženke o Klužah, izdane leta 2024. Vstop v trdnjavo je bil tudi letos vključen med ugodnosti za imetnike destinacijske kartice Julijske Alpe: Dolina Soče. Trdnjava je ostala prizorišče kulturnih dogodkov, med drugim predstav Društva 1313 ter poročnih obredov.

Trdnjava Kluže je bila v letu 2025 odprta v naslednjih terminih: med 19. in 21. aprilom (velikonočni prazniki) ter med 25. aprilom in 4. majem (prvomajski prazniki) vsak dan med 10.00 in 17.00. V mesecu maju je bila odprta od petka do nedelje med 10.00 in 17.00, od 1. junija do 30. septembra pa vsak dan med 10.00 in 17.00.

Za večje skupine je bilo ob predhodnem dogovoru omogočeno odprtje tudi izven rednega obratovalnega časa.

V letu 2025 je še naprej veljal cenik, ki ga je Občinski svet Občine Bovec potrdil na 12. redni seji dne 11. 4. 2024.

TIP VSTOPNICE	Trdnjava (EUR)
Odrasli	5
Družinska (2 odrasla + najmanj 1 otrok)	12
Otroci, dijaki, študenti, upokojenci, invalidi	3
Skupine odrasli / otroci / upokojenci/ na osebo	3
Podzemni rov/oseba	5
Vodenje za skupine	20
Redno vodenje po urniku/oseba	3
Najem trdnjave za skupine - celodnevno	427
Najem trdnjave za skupine – po 17ih	244

Tabela: Cenik Trdnjave Kluže in podzemnega rova v letu 2025

TIP VSTOPNICE	PRODANIH VSTOPNIC
PODZEMNI ROV	641
DRUŽINSKA VSTOPNICA	797
ODRASLI	3611
ODRASLI – KARTICA DS	69
OTROCI- KARTICA DS	24

OTROCI, ŠTUDENTI, DIJAKI, UPOKOJENCI, INVALIDI	1686
SKUPINE	526
SKUPAJ	7354

Tabela: Prodane vstopnice za Trdnjavo Kluže in podzemni rov v letu 2025

Ob koncu leta 2025 smo kot upravljalci skupaj z ostalimi deležniki aktivno pristopili k pripravi dokumenta Načrt upravljanja Kluže. Aktivnosti se bodo nadaljevale v letu 2026, ko bo dokument dokončan in se bodo začele izvajati prve načrtovane usmeritve.

PARKIRIŠČE VIRJE

V letu 2025 smo nadaljevali z upravljanjem parkirišča Virje. Upravljanje je obsegalo redno praznjenje parkomata in pobiranje parkirnine, naročanje ter vzdrževanje mobilnih sanitarij in zabojnikov za odpadke ter urejanje parkirišča in širše okolice slapu Virje. Ob zaznanih tehničnih napakah so zaposleni na TIC Bovec nemudoma ukrepali na terenu, s čimer smo preprečili daljše izpade delovanja sistema in posledične izgube prihodkov.

Pred začetkom sezone smo izvedli več usklajevalnih srečanj s krajani vasi Plužna, prisluhnili njihovim izzivom v glavni sezoni ter preučili predloge za izboljšanje upravljanja območja. Izvedeni so bili ukrepi, ki sodijo v pristojnost upravljavca, med drugim:

- zagotovitev celoletne prisotnosti zabojnika za odpadke (ne le v obdobju pobiranja parkirnine),
- postavitve znaka prepovedi kopanja v tolmunu slapu Virje,
- zamenjava nalepk za premične bivalne enote.

Posebno pozornost smo namenili usmerjanju obiskovalcev k ogledu slapu peš ali z uporabo javnega prevoza. Aktivno smo sodelovali tudi pri načrtovanju javnega prevoza in v sodelovanju z Občino Bovec zagotovili pogostejše ter časovno ustreznejše odhode kombija na relaciji Bovec–Plužna.

Cenik in obdobje pobiranja parkirnine sta v letu 2025 ostala nespremenjena glede na leto 2024, skladno s Sklepom o določitvi javnih parkirnih površin, višini parkirnin in letnih dovolilnic na območju Občine Bovec (2024). Parkirna se je pobirala od 1. aprila do 31. oktobra, medtem ko je bil parkomat v obdobju od 1. novembra do 31. marca nastavljen na brezplačno parkiranje.

TIP VOZILA	CENA PARKIRANJA (EUR)
Motorna kolesa	4
Osebna vozila	4
Premične bivalne enote	8

Tabela: Cenik parkiranja glede na tip vozila – parkirišče Virje

TOLMINSKA KORITA

Tolminska korita smo v letu 2025 odprli 20. marca, tik pred svetovnim dnevom voda.

V sezoni 2025 so bila izvedena naslednja dela:

- Redno vzdrževanje poti v Tolminskih koritih, ki je obsegalo urejanje pohodnih površin, ograj, sanacijo brežin, poseke na brežinah ter košnjo.
- Redno vzdrževanje parkirišča Štrklepce (košnja, ograje) ter ureditev postajališča s postavitvijo kontejnerja.
- Redno vzdrževanje poti Pod krogom, ki povezuje parkirišče Štrklepce s Tolminskimi koriti (urejanje poti, ograj, poseki na brežinah, košnja), izvedena je bila ureditev odvodnjavanja na poti pri Škudru, na dveh lokacijah pa smo postavili novi klopki, namenjeni tako obiskovalcem Tolminskih korit kot domačinom, ki pot redno uporabljajo.
- Vzdrževanje objekta na vstopni točki.
- Vzdrževanje, popravila in servis elektro opreme.
- Obnova talne signalizacije na uvozu na parkirišče Tolminska korita ter na obračališču za avtobuse.
- Dodatna označitev parkirišča P3 na samem parkirišču.
- Nabava transportnega boxa za pse za shuttle bus na relaciji P1–P2.

Najpomembnejša investicija leta 2025 je bila gradnja novega vstopnega objekta v Tolminskih koritih. Občina Tolmin je javni razpis za izvajalca izvedla že poleti 2024, gradbena dela so se začela konec oktobra 2024 in bila zaključena konec novembra 2025.



Slika: Nov vstopni objekt Tolminska korita

Po treh letih izvajanja sistema omejevanja vstopa v Tolminska korita lahko govorimo o pozitivnih učinkih tako z vidika upravljanja kot z vidika doživetja obiskovalcev. Prodaja vstopnic preko spleta se stabilno povečuje, kar kaže na to, da obiskovalci svoj obisk načrtujejo vnaprej. To omogoča boljše upravljanje obiska, lažjo organizacijo prometa ter enakomernejšo razporeditev obiskovalcev skozi dan. V samih koritih ni večjih zastojev ali gneče, kar pomembno prispeva k višji kakovosti doživetja.

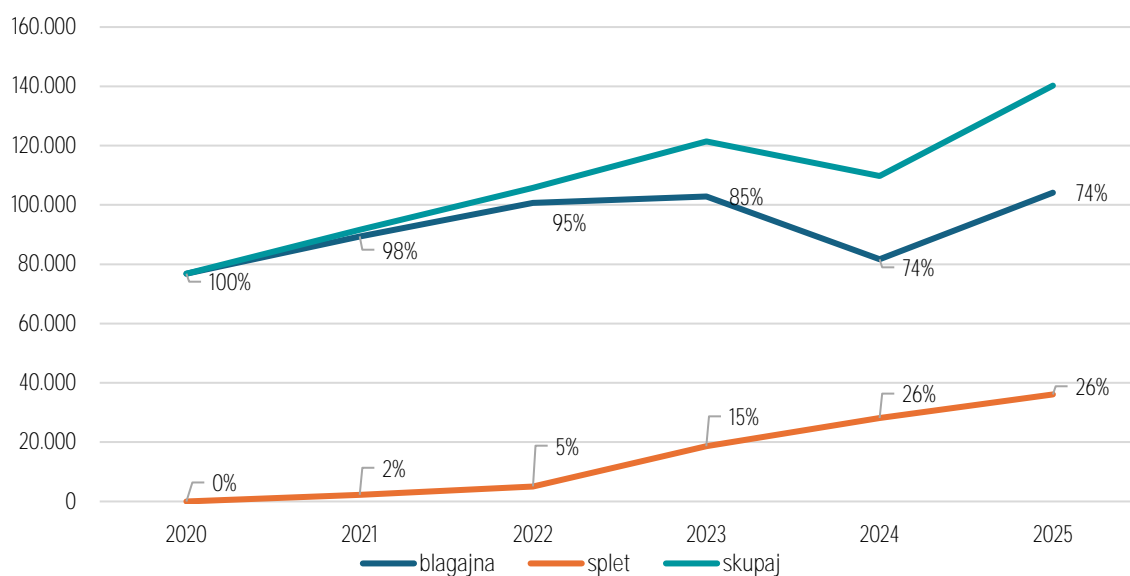
Območje upravljanja Tolminskih korit zajema vstopno točko ter parkirišča P1, P2 in od leta 2024 tudi P3. Poleg dveh zaposlenih na vstopni točki in dveh zaposlenih na upravljanju je na vstopni točki ter parkiriščih v sezoni delo opravljalo še 16 študentov.

V letu 2025 je Tolminska korita obiskalo 140.243 obiskovalcev, kar predstavlja 28-odstotno rast v primerjavi z letom 2024. Tako izrazito povečanje je deloma posledica krajše sezone v letu 2024, ko so bila korita odprta dva meseca kasneje. Če primerjamo obdobje od junija do novembra 2025 z enakim obdobjem lani (ko so bila korita zaradi podora odprta šele konec maja), je rast znašala 10,5 %. Pozitivna rast je bila zabeležena v vseh mesecih: junija in septembra več kot 33 %, julija 5 %, avgusta pa 2 % manj kot leto prej. To kaže, da smo v poletnih mesecih že blizu zgornje zmogljivostne meje, medtem ko se obisk povečuje predvsem spomladi in jeseni, kar prispeva k postopni sezonalizaciji obiska.

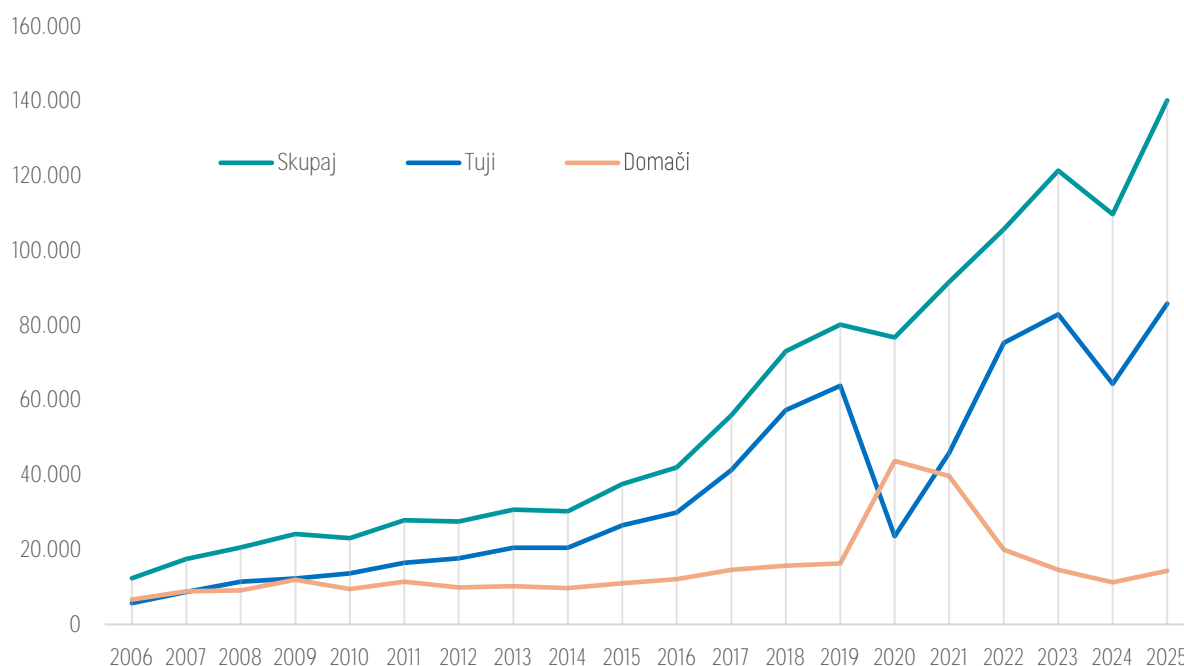
Delež tujih gostov ostaja stabilen in je v letu 2025 znašal 86 %.

Zaradi močnega deževja in povišanega vodostaja so bila Tolminska korita v letu 2025 začasno zaprta tri dni, in sicer 30. in 31. oktobra ter 3. novembra.

Delež spletno prodanih vstopnic se od uvedbe sistema vztrajno povečuje, kar kaže na postopno spremembo nakupnih navad obiskovalcev in večjo stopnjo načrtovanja obiska. Leta 2021, ko je bila spletna prodaja uvedena, je bilo preko spleta prodanih 2 % vseh vstopnic. V letu 2022 se je delež povečal na 5 %, v letu 2023 na 15 %, v letih 2024 in 2025 pa je dosegel 26 % vseh prodanih vstopnic. Stabilizacija na tej ravni potrjuje, da se je spletni nakup kot standardni način vstopa v Tolminska korita utrdil.



Graf: Prodaja vstopnic Tolminska korita po letih in vrsti prodaje, 2025



Graf: Obisk Tolminska korita po letih, 2006-2025

JAVORCA

V letu 2025 smo v sodelovanju z Občino Tolmin in Tolminskim muzejem zagotavljali redno vzdrževanje cerkve sv. Duha v Javorci in njene okolice, skrbeli za odprtost svetišča za javnost ter izpolnjevali obveznosti, ki izhajajo iz statusa spomenika z znakom evropske dediščine. Tudi v letu 2025 je Javorco obiskalo veliko mladih, tako iz Slovenije kot iz tujine.

Dan odprtih vrat v okviru Dnevov evropske kulturne dediščine je potekal 5. oktobra 2025.

V letu 2025 so bile v Javorci tudi letos izvedene katoliške maše ob Binkoštih (praznik Sv. Duha), ob dnevu državnosti za domovino ter maša za mir ob obletnici konca prve svetovne vojne. Kot vsako leto je bila organizirana tudi spominska maša ob pravoslavnem prazniku Vidovdan.

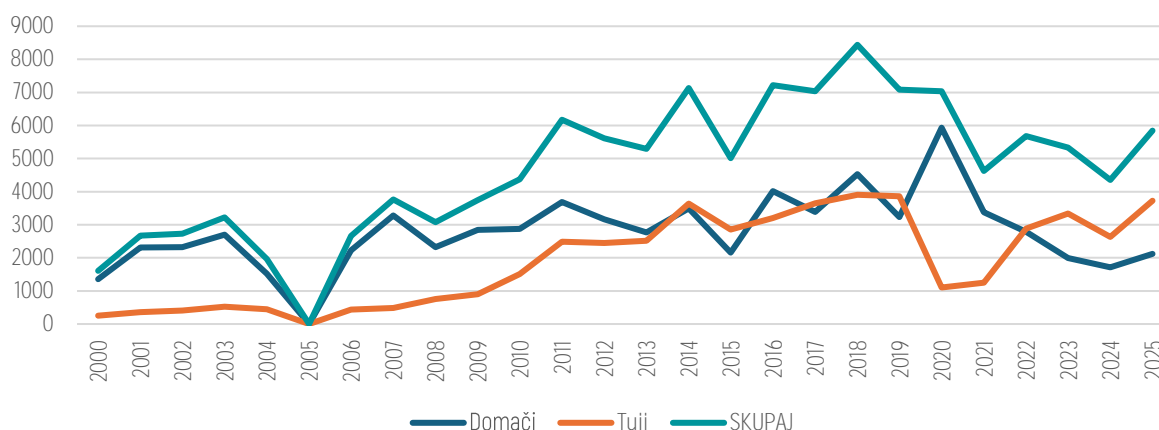
Dne 22. avgusta 2025 je v cerkvi sv. Duha v Javorci potekala glasbeno-scenska predstava Slovo Javorovo – Umetnost proti puški GO! 2025, izvedena v okviru programa Evropske prestolnice kulture Nova Gorica – Gorica.

V letu 2025 je Javorco obiskalo 5.848 obiskovalcev, kar predstavlja 22,6-odstotno rast v primerjavi z letom 2024. Povečanje je predvsem posledica dejstva, da je bila cerkev v letu 2024 odprta več kot dva meseca kasneje kot običajno. V primerjavi z letom 2023 pa se je število obiskovalcev v letu 2025 povečalo za 9,6 %.

	2020	2021	2022	2023	2024*	2025
Domači	5.934	3.376	2.791	1.997	1.714	2.121
Tuji	1.101	1.248	2.889	3.338	2.637	3.727
SKUPAJ	7.035	4.624	5.680	5.335	4.351	5.848

Tabela: Število obiskovalcev Javorce po letih 2020–2025

*V letu 2024 je bila cerkev zaradi plazu odprta več kot dva meseca kasneje kot običajno.



Graf: Trend obiska cerkve sv. Duha v Javorci po letih (2000–2025)

V zadnjem desetletju je obisk Javorce dosegel vrh v let 2018, predvsem na račun velike promocije 100-letnice konca 1. svetovne vojne, nato pa v času pandemije občutno upadel zaradi omejitev mednarodnih potovanj in posledičnega izpada tujih gostov. V tem obdobju se je, skladno s splošnimi turističnimi trendi, povečal delež domačih obiskovalcev, kar je padec deloma ublažilo, vendar ga ni v celoti nadomestilo. Po letu 2021 se obisk postopno stabilizira; leto 2025 dosega raven, primerljivo z letom 2023, vendar ostaja pod predpandemičnim vrhom. Na to vpliva tudi nov prometni režim, uveden leta 2021, ki v glavnih poletnih mesecih prepoveduje dostop v dolino Polog z zasebnimi motornimi vozili – dostop je možen le z organiziranim shuttle prevozom. Struktura obiska ponovno temelji predvsem na tujih gostih, kar potrjuje mednarodno prepoznavnost Javorce, hkrati pa pomeni večjo občutljivost na zunanje vplive. Nadaljnji razvoj je zato smiselno usmerjati predvsem v kakovostno nadgradnjo vsebin in doživetja, ne pa v kvantitativno rast obiska.

MOBILNOST – HOP-ON HOP-OFF

Triglavski narodni park je skupaj s skupnostjo Julijskih Alp pripravil Akcijski načrt za usmerjanje obiska in rekreacijskih dejavnosti v Triglavskem narodnem parku, ki predstavlja strokovno podlago za prihodnje upravljanje območja. Za učinkovito izvajanje načrta bo nujna tudi sistemska podpora pristojnih ministrstev (MNVP, MGTŠ in MZI), predvsem z vidika ustrezne zakonske podlage.

Pomemben strateški dokument predstavlja tudi Razvojni načrt za Julijske Alpe, ki zajema širše območje Triglavskega narodnega parka ter povezuje 10 občin in 7 turističnih organizacij. Dokument usmerja razvoj regije v smeri trajnostnega upravljanja prostora in mobilnosti.

UPRAVLJANJE MOBILNOSTNIH LINIJ V DOLINI SOČE

Linije v Dolini Soče so bile v letu 2025 organizirane ločeno po občinah.

Turizem Dolina Soče je skrbel za pripravo in tisk brošure *Prevozi po Dolini Soče* ter za promocijo trajnostne mobilnosti v destinaciji. V celoti je organiziral in financiral prevoze v Javorco ter Tolminska korita, pri čemer se financiranje zagotavlja iz prihodkov, ustvarjenih z upravljanjem Tolminskih korit.

Občina Kobarid in Občina Bovec sta samostojno upravljali in financirali linije na območju svojih občin.

LINIJ V DOLINI SOČE V LETU 2025

Območje Bovec (Hop-On Hop-Off):

- Mangartsko sedlo,
- Lepena,
- krožna linija Virje-Boka-Čezsoča,
- dodatni e-kombi na Mangartsko sedlo.

Območje Kobarid (Hop-On Hop-Off):

- Planina Kuhinja,
- Kolovrat,
- krožna linija v Breginjski kot,
- Drežnica,
- Robič.

Območje Tolmin:

- shuttle bus iz parkirišča Štrklepce v Tolminska korita,
- shuttle bus iz parkirišča P3 Na Logu v Tolminska korita,
- linija za Javorco.

Dodatne povezave:

- sezonska avtobusna linija čez prelaz Vršič,
- sezonska avtobusna linija do izvira Soče,
- celoletna čezmejna linija Bovec-Trbiž/Tarvisio-Rateče-Kranjska Gora,
- čezmejna linija Tolmin-Kobarid-Čedad,
- navezava avtobusnih prevozov na Bohinjsko progo.





Slika: Naslovnica zloženke Prevozi po Dolini Soče

GRAD NA KOZLOVEM ROBU – PRETEKLOST ZA PRIHODNOST

Projekt Grad na Kozlovem robu – preteklost za prihodnost je usmerjen v revitalizacijo ruševin gradu na Kozlovem robu ter v vsebinsko nadgradnjo območja kot prepoznavne točke kulturne dediščine na Tolminskem. Cilj projekta je izboljšati interpretacijo spomenika ter povečati njegov potencial kot trajnostno upravljane kulturne atrakcije, ki prispeva k razvoju turizma na širšem območju Doline Soče.

Nosilec projekta je Občina Tolmin, partnerji pa Tolminski muzej in Turizem Dolina Soče.

V okviru projekta je naloga Turizma Dolina Soče razvoj treh novih turističnih produktov, ki bodo nadgradili izkušnjo obiska na lokaciji, spomenik vsebinsko povezali z mestom, povečali kakovost interpretacije dediščine, spodbudili daljše zadrževanje obiskovalcev ter razpršili obisk med različne točke območja.

V ta namen oblikovani turistični produkti so igrifikacija (doživljajska interpretacija prostora), voden ogled, tematski dogodek na Kozlovem robu.

Projekt se je začel izvajati leta 2023 s pripravo na gradbena in vzdrževalna dela. Ob koncu leta so se partnerji prvič sestali tudi z namenom zasnove novih turističnih produktov.

V letu 2024 je potekala priprava interpretacijskega načrta za območje Kozlovega roba. Člani delovne skupine smo skozi več delovnih srečanj najprej opredelili izhodišča interpretacije, nato pa določili ključne objekte in vsebine dediščine, ki bodo vključeni v nove produkte. Opredeljene so bile naslednje vsebinske enote:

- razstava,
- potopitvena soba,
- informacijska točka,
- igrifikacija,
- voden ogled,



- tematska pot na Kozlov rob,
- aplikacija za rekreativne obiskovalce,
- vsakoletni tematski dogodek.

Turizem Dolina Soče je v okviru projekta sodeloval pri zbiranju statističnih in vsebinskih podatkov (vplivno območje, popis naravne in kulturne dediščine, seznam deležnikov, opredelitev ciljnih skupin), pri idejni zasnovi informacijske točke ter pri določanju vsebin in interpretacijskih sredstev.

Skupaj s projektanti in partnerji smo na terenu analizirali prostorske značilnosti, prednosti in omejitve območja ter opredelili povezave med razstavo in tremi turističnimi produkti, za katere je odgovoren Turizem Dolina Soče.

Interpretacijski načrt je bil zaključen konec leta 2024.

V letu 2025 je predviden izbor izvajalcev za razvoj treh turističnih produktov (igrifikacija, voden ogled in dogodek), katerih izvedba bo potekala v teku leta. Projekt predstavlja pomemben korak k sistemski interpretaciji kulturne dediščine ter k oblikovanju novih, vsebinsko poglobljenih doživetij na območju Tolmina.

IGRIFIKACIJA Z NASLOVOM KOZLIČEK NA MISIJI, OHRANIMO KOZLOV ROB

V okviru projekta je bila v sodelovanju z zunanjim izvajalcem razvita igrifikacija z naslovom *Kozliček na misiji – Ohranimo Kozlov rob*. Gre za interaktivni doživljajski produkt, namenjen družinam in šolskim skupinam, ki skozi zgodbo in naloge spodbuja raziskovanje območja Kozlovega roba ter aktivno spoznavanje kulturne dediščine.

Osrednji medij igre predstavlja tiskana knjižica, ki vključuje:

- pripovedno zgodbo o kozličku kot vodilnem liku,
- naloge in namige, vezane na posamezne lokacije na območju,
- prostor za zapise in rešitve udeležencev.

Vizualna podoba knjižice temelji na enotni grafični identiteti projekta in je oblikovana v sodobnem flat-ilustracijskem slogu, ki omogoča jasnost, dostopnost in prepoznavnost med ciljnimi skupinami.

Produkt nadgrajuje klasičen obisk lokacije z elementom igre, spodbuja samostojno raziskovanje ter povečuje interpretativno vrednost območja.





Slika: knjižica Kozliček na misiji - Ohranimo Kozlov rob

Poleg tiskane knjižice je bila razvita tudi digitalna aplikacija, ki dopolnjuje fizični medij igre in obiskovalcem omogoča interaktivno raziskovanje območja Kozlovega roba.

Aplikacija vključuje:

- interaktivni zemljevid s sedmimi vsebinskimi točkami,
- naloge, povezane z zgodbo in konkretnimi lokacijami na terenu,
- digitalne nagrade ter dodatne interpretativne vsebine,
- zasnovo, ki spodbuja gibanje po prostoru in sodelovanje med udeleženci.

Digitalna rešitev je oblikovana kot podporni element izkušnje in ne kot nadomestilo za neposreden stik z naravnim in kulturnim okoljem. Namen aplikacije je poglobiti razumevanje prostora ter strukturirano voditi obiskovalca skozi vsebinske točke območja.

Dostop do aplikacije je omogočen preko spletne strani www.kozlicek.si.



VODEN OGLED: POT TREH GRADOV

Na podlagi obstoječega interpretacijskega scenarija za vodenje po Tolminu in območju Kozlovega roba smo skupaj z zunanjimi izvajalci pripravili dokumentirano skripto za voden ogled z naslovom *Odkrivamo skrivnosti tolminskih grajskih stavb*.

Voden ogled nadgrajuje obstoječo interpretacijo ter vsebinsko povezuje mestno jedro in grajsko dediščino na Kozlovem robu.

Za potrebe skupin otrok in mladih (CŠOD, šolske skupine) je bil program dopolnjen z elementi igrifikacije. Namen dopolnitve je povečati aktivno sodelovanje udeležencev, spodbuditi raziskovalno radovednost ter izboljšati zapomnljivost predstavljenih vsebin.

Koncept igrifikacijskih elementov

- Udeleženci so razdeljeni v manjše skupine (4–5 oseb).
- Na posameznih točkah poti rešujejo kratke vsebinske naloge.
- Vsaka rešena naloga prinese eno črko, iz katerih ob zaključku poti sestavijo geslo.
- Naloge so zasnovane tako, da ne zahtevajo dodatne tehnične opreme – udeleženci uporabljajo učni list in pisalo, vodič pa usmerja potek igre ter povezuje naloge z interpretacijo dediščine.

Takšna zasnova omogoča prilagodljivost izvedbe, minimalne operative stroške ter večjo pedagoško učinkovitost programa, hkrati pa ohranja primarno vlogo interpretatorja kot nosilca vsebine.

DOGODEK: NA GRAD PO ZGODBE TOLMINSKKE

V okviru projekta je bil 27. 9. 2025 izveden tematski dogodek *Na Grad po zgodbe Tolminske*, ki je vsebinsko nadgradil interpretacijo Kozlovega roba ter ga povezal z mestnim jedrom Tolmina.

Zaradi nestanovitnih vremenskih razmer je bil dogodek izveden v in pred prostori Tolminskega muzeja. Program je bil izveden v prilagojenem obsegu ter je obiskovalcem ponudil interpretativne vsebine, povezane z grajsko dediščino Tolmina.



Slika: Vabilo na dogodek



Slika: Fotografiji z dogodka Na grad po zgodbe Tolminske

TRŽENJE

V letu 2025 je bilo trženje usmerjeno v aktivno upravljanje podobe in prepoznavnosti destinacije Dolina Soče v razmerah rekordnega obsega obiska. Aktivnosti niso bile osredotočene zgolj na promocijo, temveč tudi na usmerjanje povpraševanja, razpršitev turističnih tokov ter promocijo večdnevni outdoor programov in certificirane lokalne ponudbe.

Trženjske aktivnosti so obsegale celovit sistem digitalnih in klasičnih komunikacijskih kanalov. Izvedenih je bilo 109 e-mail kampanj s skoraj 30-odstotno stopnjo odprtosti, 19 kampanj na platformah Meta ter 11 Google kampanj, usmerjenih v promocijo nastanitev, pohodniških in kolesarskih vsebin, znamenitosti ter destinacijske kartice. Destinacija je bila predstavljena na 40 sejmih, borzah in strokovnih dogodkih na ključnih evropskih trgih in izven Evrope.

Aktivnosti so bile usmerjene v celostno upravljanje obiska. Komunikacija je podpirala trajnostne produkte in vsebine izven vrhunca sezone, hkrati pa se je v okviru razpisa za vodilne destinacije okrepilo sistematično zbiranje in analiza statističnih podatkov. S tem se je dodatno utrdila analitična podpora trženjskim in upravljavskim odločitvam.

V letu 2025 je bila izvedena tudi funkcionalna nadgradnja spletne strani z uvedbo AI-rešitve SočaBot ter pripravljena izhodišča za celovito prenovo spletne platforme, kar predstavlja pomemben razvojni korak v smeri podatkovno podprtega in uporabniku prilagojenega upravljanja destinacije.

DIGITALNO TRŽENJE IN SPLETNA PRISOTNOST

SPLETNO POSLOVANJE IN DIGITALNI KANALI

Digitalni kanali predstavljajo osrednje komunikacijsko, informacijsko in prodajno orodje destinacije Dolina Soče. Spletna stran in družbena omrežja niso zgolj promocijski medij, temveč ključna točka za načrtovanje obiska, usmerjanje turističnih tokov ter podpora prodaji produktov in doživetij.



Slika: Kanali komuniciranja destinacije Dolina Soče

Spodnja tabela prikazuje gibanje obiska osrednje spletne strani ter rast sledilcev na družbenih omrežjih v obdobju 2018–2025.

Obisk digitalnih kanalov	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
www.soca-valley.com - seje	456.257	763.796	943.096	907.361	1.009.668	746.800	1.119.517	636.209
www.soca-valley.com - uporabniki	301.195	508.269	588.151	627.116	641.014	468.000	664.078	367.341
Facebook	16.269	41.954	78.420	83.160	86.418	88.200	90.600	91.800
Instagram	15.841	25.490	31.768	35.059	37.067	39.400	42.600	44.300
Twitter	-	-	-	-	-	765	747	732
TikTok	-	-	-	-	-	637	1.008	1.066
LinkedIn	-	-	-	-	-	-	-	190

Tabela: Število sledilcev po kanalih komuniciranja do konec leta 2025

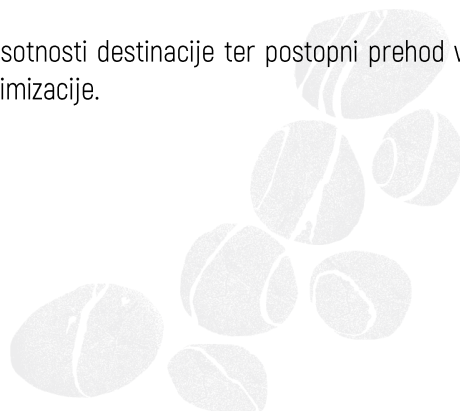
Podatki kažejo izrazito rast obiska spletne strani v obdobju 2018–2024, z vrhuncem v letu 2024 (1.119.517 sej). V letu 2025 je zaznan padec števila sej (636.209) in uporabnikov (367.341), kar je mogoče povezati z manjšim obsegom digitalnih kampanj, delnimi letnimi podatki ter zaznano zastarelostjo spletne platforme. Prav to je bilo podlaga za odločitev o celoviti prenovi spletne strani v letu 2026.

Na področju družbenih omrežij je rast stabilna in dolgoročna. Facebook (91.800 sledilcev) in Instagram (44.300 sledilcev) ostajata ključna komunikacijska kanala destinacije. Instagram izkazuje kontinuirano organsko rast in pomembno vlogo pri vizualni promociji ter nagovarjanju mlajših ciljnih skupin.

TikTok beleži postopno rast (1.066 sledilcev), pri čemer je za ta kanal pomembnejši kazalnik uspešnosti stopnja dosega in interakcije posameznih objav kot absolutno število sledilcev.

V letu 2025 je bil vzpostavljen tudi LinkedIn (190 sledilcev) kot kanal za B2B komunikacijo in strokovno pozicioniranje destinacije. Kanal X (nekdanji Twitter) se vzdržuje na osnovni ravni brez aktivnega vsebinskega razvoja.

Skupno digitalni kazalniki potrjujejo dolgoročno krepitev spletne prisotnosti destinacije ter postopni prehod v fazo nadgradnje digitalnih orodij, analitične podpore in vsebinske optimizacije.



NADGRADNJA SPLETNE STRANI IN DIGITALNA PODPORA UPORABNIKOM

V letu 2025 je bila izvedena pomembna funkcionalna nadgradnja spletne strani www.soca-valley.com z uvedbo AI-rešitve SočaBot, ki obiskovalcem omogoča hitrejši in bolj intuitiven dostop do informacij. Integracija chatbota je bila usmerjena v izboljšanje uporabniške izkušnje, razbremenitev osnovnih informacijskih poizvedb ter podporo obiskovalcem pri načrtovanju obiska v realnem času.

Vzpostavitev sistema je vključevala tehnično integracijo, testiranje, vsebinsko prilagoditev odgovorov ter postopno optimizacijo glede na najpogostejša vprašanja uporabnikov. S tem je bila narejena pomembna nadgradnja v smeri digitalne dostopnosti in avtomatizirane podpore.

Hkrati so bile v letu 2025 jasno identificirane ključne pomanjkljivosti obstoječe spletne platforme – zastarelost strukture, omejena analitična podpora ter pomanjkljiva skladnost z zahtevami digitalne dostopnosti. Na tej podlagi je bila pripravljena zasnova celovite prenove spletne strani (V okviru projekta LAS »Turizem in muzeji za vse«). Izdelan je bil načrt obnove spletne strani, izvedeno je bilo povpraševanje in izbran je bil izvajalec, s katerim so bili opravljeni prvi sestanki glede načrta prenove spletne strani.

Prenova, ki se nadaljuje v letu 2026, je usmerjena v izboljšanje uporabniške izkušnje (UX), boljšo preglednost vsebin in produktov, nadgradnjo analitične podpore za upravljanje destinacije, skladnost z zakonodajo o digitalni dostopnosti.

Digitalna nadgradnja v letu 2025 tako ni bila zgolj tehnična izboljšava, temveč strateški korak k sodobnejšemu, podatkovno podprtemu in uporabniku prijaznemu upravljanju spletne prisotnosti destinacije.

E-NOVICE IN CILJNO USMERJENA E-MAIL KOMUNIKACIJA

E-mail marketing je v letu 2025 ostal pomemben kanal neposredne komunikacije z obiskovalci, ponudniki in mediji. Aktivnosti so bile usmerjene v sistematično širjenje in urejanje baze kontaktov, segmentacijo prejemnikov ter vsebinsko prilagojeno komunikacijo glede na interesne skupine in ciljne trge. Vsebinsko je komunikacija podpirala promocijo večdnevnikih produktov, sezonske poudarke ter aktivno vključevanje ponudnikov v skupne trženske aktivnosti.

Vrsta e-mail komunikacije	2024 – št. kampanj	2024 – poslani maili	2024 – odprtost	2025 – št. kampanj	2025 – poslani maili	2025 – odprtost
SKUPAJ	76	231.007	30,3 %	109	294.150	29,6 %
Mesečni novičniki (SLO + ANG)	22	101.629	30,2 %	22	126.850	29,8 %
Maili za ponudnike	45	18.765	–	73	30.441	–
Welcome DRIP kampanja		3.643	53 %		2.960	51 %

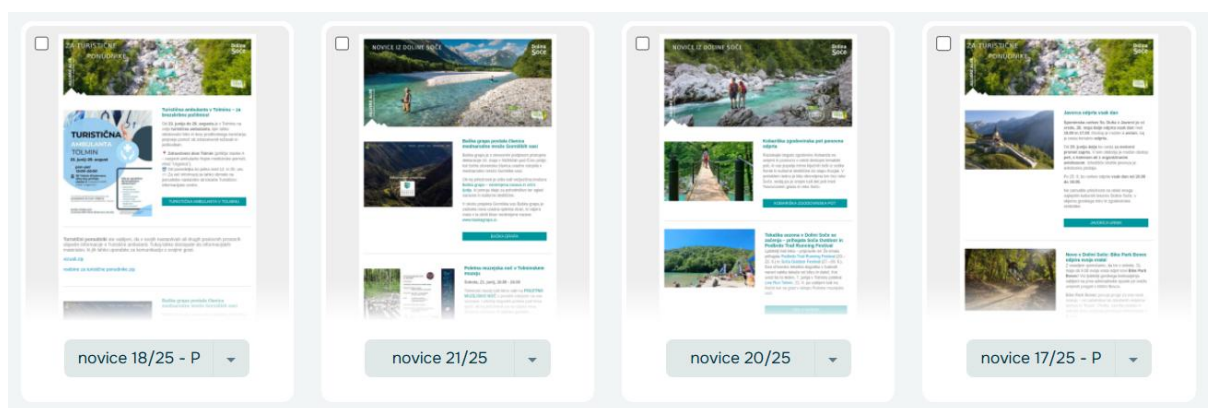
Tabela: Obseg in učinkovitost e-mail kampanj

V letu 2025 je bilo izvedenih 109 e-mail kampanj (2024: 76). Skupno je bilo poslanih 294.150 sporočil (2024: 231.007), povprečna odprtost pa je znašala 29,6 % (2024: 30,3 %), kar potrjuje stabilno zanimanje prejemnikov in kakovost vsebine.

Struktura komunikacije:

- Mesečni novice (SLO + ANG): 22 kampanj, 126.850 poslanih sporočil, 29,8 % odprtost. Vsebina je bila usmerjena v aktualne produkte, dogodke, trajnostne vsebine ter sezonske poudarke.
- Komunikacija s ponudniki: 73 kampanj, 30.441 poslanih sporočil, s poudarkom na operativnih informacijah, razpisih in usklajevanju aktivnosti v destinaciji.
- Welcome DRIP kampanja (DE, ITA): avtomatiziran sekvenčni sistem obveščanja z 51 % odprtostjo, namenjen strukturirani predstavitvi destinacije in podpori fazi načrtovanja obiska.
- Tedenski novice (SLO): 45 kampanj, 51.310 poslanih sporočil, 28,1 % odprtih sporočil

Rast števila kampanj ob ohranjeni visoki stopnji odprtosti potrjuje, da e-mail marketing ostaja stroškovno racionalen in učinkovit kanal za ciljno segmentirano komunikacijo ter neposredno podporo upravljanju turističnih tokov.

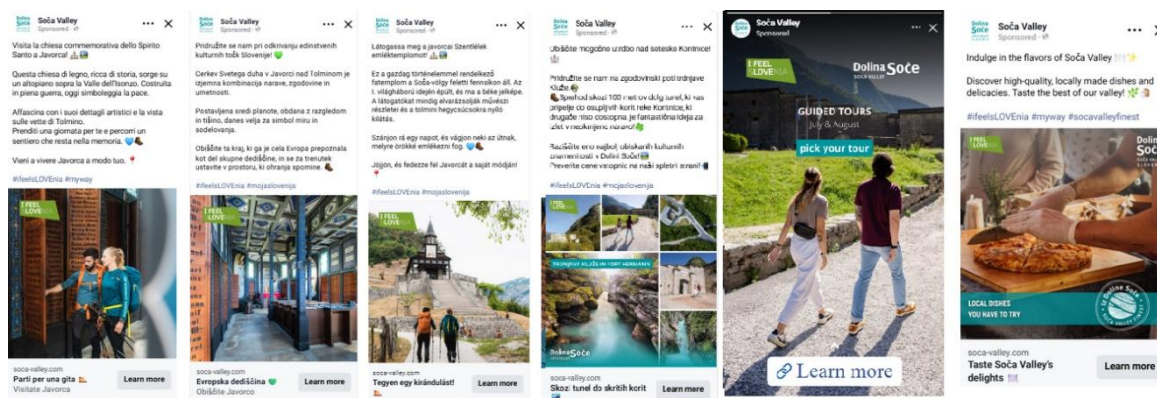


Slika: Novički poslani preko sistema Sendpulse

PLAČLJIVO DIGITALNO OGLAŠEVANJE (META, GOOGLE, PERFORMANCE KAMPANJE)

Plačljivo digitalno oglaševanje je v letu 2025 predstavljalo pomemben instrument doseganja prioritarnih trgov ter usmerjanja obiska skladno s strateškimi cilji destinacije. Aktivnosti so bile usmerjene v krepitev prepoznavnosti (awareness), spodbujanje povpraševanja (lead generation) ter usmerjanje uporabnikov na ključne vsebine in produkte (traffic kampanje).

Oglaševanje je potekalo na platformah Meta (Facebook in Instagram) ter Google (Search, Display, Performance Max in video kampanje).



Slika: Meta (Facebook in Instagram) oglasi

OGLAŠEVANJE NA PLATFORMAH META (FACEBOOK IN INSTAGRAM)

Na platformah Meta je bil poudarek na vsebinsko ciljanih kampanjah za posamezne produkte in znamenitosti (npr. Tolminska korita, Javorca, outdoor programi), s čimer se je podpiralo usmerjanje obiska in promocija večdnevnihih doživetij.

V letu 2025 je bilo izvedenih 19 plačljivih kampanj na platformah Meta:

1.	Nastanitve – lead generation kampanja (SLO, ENG)
2.	Slapovi – traffic kampanja (SLO, AUT, ITA, FRA/BELG, ENG, HR)
3.	Kolesarjenje & pohodništvo – traffic kampanja (SLO, AUT, ITA, HR)
4.	Outdoor – lead generation kampanja (ENG)
5.	Tolminska korita – traffic kampanja (ENG, AUT/NEM, ITA, HR)
6.	Trdnjava Kluže – traffic kampanja (SLO, AUT/NEM, ITA)
7.	Javorca – splošna traffic kampanja (SLO, MAD, AUT/NEM, ITA, FRA/BELG)
8.	Javorca – traffic kampanja s prevozi (SLO, AUT/NEM, ITA, MAD, HR)
9.	Vodeni izleti – traffic kampanja (SLO, ENG)
10.	Kolektivna blagovna znamka – traffic kampanja (ENG)
11.	Munchen sejem – awareness kampanja (NEM)
12.	Festival soške postrvi – post boost kampanja (SLO)
13.	Ribja tržnica – event boost kampanja (SLO)
14.	Frikafest – traffic kampanja (SLO, ITA)

15.	Frikafest – event boost kampanja (SLO)
16.	Jestival – traffic kampanja (SLO, ITA)
17.	Jestival – event boost kampanja (SLO)
18.	Jestivalski meniji – traffic kampanja (SLO, ITA)
19.	Festival pohodništva in kolesarjenja – traffic kampanja (SLO, ITA)

Tabela: Seznam plačljivih kampanj na platformi Meta v letu 2025

Kampanje so bile prilagojene posameznim ciljnim trgom in jezikovno segmentirane, kar je omogočalo natančnejše ciljanje in učinkovitejšo porabo sredstev. Poudarek je bil na trajnostnih outdoor vsebinah, večdnevni doživetjih ter promociji dogodkov izven vrhunca poletne sezone.

GOOGLE OGLAŠEVANJE (SEARCH, DISPLAY, PERFORMANCE MAX, VIDEO)

Google kampanje so bile v letu 2025 usmerjene v zajem povpraševanja po konkretnih vsebinah destinacije, zlasti po nastanitvah, Tolminskih koritih ter outdoor programih. Iskalne kampanje so omogočale neposreden zajem uporabnikov na trgih Nemčije, Avstrije, Italije in Slovenije, ki so že iskali informacije o teh vsebinah, medtem ko so prikazne in video kampanje podpirale prepoznavnost naravnih znamenitosti ter večdnevni doživetij. Performance Max kampanje so dodatno optimizirale doseg produktov, kot so slapovi, pohodništvo, kolesarjenje in destinacijska kartica.

	Iskalne kampanje
1.	Iskalna branding kampanja (SLO, ENG, NEM, ITA, FRA, HR)
2.	Iskalna kampanja za nastanitve (SLO, ENG, NEM, ITA, HR)
3.	Iskalna kampanja za Tolminska korita (ENG)
	Prikazne kampanje
4.	Prikazna kampanja za nastanitve (SLO, ENG)
5.	Prikazna kampanja za Tolminska korita (ITA, AUT/NEM, ENG)
6.	Prikazna kampanja za Javorco (ITA, AUT/NEM, ENG)
7.	Prikazna kampanja za Munchen sejem (NEM)
	Video kampanja
8.	Video branding kampanja (ENG)
	Performance Max kampanje
9.	Performance Max – slapovi (SLO, ITA, AUT/NEM, FRA/BELG, HR)
10.	Performance Max – kolesarjenje in pohodništvo (SLO, ITA, AUT/NEM, HR)
11.	Performance Max – destinacijska kartica Julijske Alpe (ITA, AUT/NEM, ENG)

Tabela: Seznam Google kampanj v letu 2025

SPLETNE MEDIJSKE KAMPANJE IN PR OBJAVE

Zakup medijskega prostora na spletnih portalih je bil v letu 2025 usmerjen v krepitev mednarodne prepoznavnosti destinacije ter ciljno nagovarjanje izbranih trgov prek uveljavljenih medijskih platform.

1.	Bannerji Soča Valley na portalu Independent.co.uk
2.	Digitalni PR članek na portalu The Times
3.	Predstavitev turističnih produktov na portalu Sloveniaholidays
4.	Članek o Festivalu pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče na portalu Delo.si
5.	Spletna kampanja na platformi OutdoorActive
6.	Oglas na portalu Krone.at
7.	Spletni PR članek o Prazniku okusov v Dolini Soče na portalu 24ur.com

Tabela: Seznam medijskih kampanj v letu 2025



Slika: digitalni zakup medijskega prostora

Zakupi so dopolnjevali digitalne kampanje na Meta in Google ter omogočali širši doseg, višjo prepoznavnost in poglobljeno predstavitev vsebin prek uredniško oblikovanih člankov in bannerjev.

Zakupi spletnih medijev so bili vsebinsko prilagojeni posameznim ciljnim skupinam – od outdoor aktivnih obiskovalcev do širše potrošniške javnosti na prioritetenih evropskih trgih. Poudarek je bil na predstavitvi trajnostnih outdoor produktov, večdnevni doživetij ter kulinaričnih in pohodniških dogodkov izven vrhunca poletne sezone.

Prisotnost na mednarodnih medijskih platformah (zlasti na britanskem in avstrijskem trgu) je podpirala dolgoročno utrjevanje prepoznavnosti destinacije in njenemu pozicioniranju kot butične, naravno ohranjene in doživljajsko bogate evropske destinacije, ter dopolnjevala digitalne kampanje na platformah Meta in Google. Uredniško oblikovani članki in specializirani portali so omogočili poglobljeno predstavitev vsebin, ki jih klasično oglaševanje težje zajame.

SEJMI, BORZE IN DELAVNICE (V SODELOVANJU S SKUPNOSTJO JULIJSKE ALPE)

Sejemske in borzne aktivnosti so v letu 2025 predstavljale pomemben del neposrednega trženja ter vzpostavljanja stikov s tujimi in domačimi trgi. Destinacija Dolina Soče je bila predstavljena v okviru Skupnosti Julijske Alpe (SJA), kar omogoča večjo prepoznavnost, skupno nastopanje na strateških trgih ter racionalnejšo porabo sredstev.

	Datum	Država	Borza, sejem	Partnerstvo
1.	8. - 12. 1. 2025	NL	Vakantiebeurs Utrecht	TDS informator za SJA
2.	16. - 19. 1. 2025	AT	Ferienmesse Dunaj	Skupnost Julijske Alpe
3.	18. - 26. 1. 2025	DE	CMT Stuttgart	Skupnost Julijske Alpe
4.	22. - 26. 1. 2025	ES	FITUR Madrid	Skupnost Julijske Alpe
5.	24. - 26. 1. 2025	IR	World Holiday Show Dublin	TDS informator za SJA
6.	29. 1. - 1. 2. 2025	SI	Alpe Adria Ljubljana	TDS informator za SJA
7.	4. - 6. 2. 2025	IT	BIT Milano	Skupnost Julijske Alpe
8.	19. - 23. 2. 2025	DE	F.R.E.E. München	Skupnost Julijske Alpe
9.	16. - 18. 2. 2025	IT	Agri e Slow Travel Bergamo	Predstavnik za SJA
10.	14.-16. 2. 2025	NL	Fiets en Wandelbeurs Utrecht	Skupnost Julijske Alpe
11.	20. - 23. 2. 2025	SR	IFT - Međunarodni sajam turizma Beograd	Skupnost Julijske Alpe
12.	21. - 23. 2. 2025	IT	Liberamente Bologna	Predstavnik za SJA
13.	5. - 7. 3. 2025	DE	ITB Berlin	Booking center
14.	marec	ZDA	Roadshow ZDA	Predstavnik za SJA
15.	15. - 17. 3. 2025	CZ	Holiday World Praga	Skupnost Julijske Alpe
16.	14. - 16. 3. 2025	IT	Fa La Cosa Giusta Milano	Predstavnik za SJA
17.	17. - 18. 3. 2025	BE	Roadshow Benelux	Booking center
18.	25. 3. 2025	GB	New Deal Europe, London	Skupnost Julijske Alpe
19.	2. 4. 2025	GB	Irish Travel Trade Show Dublin	Predstavnik za SJA

20.	4. - 6. 4. 2025	IT	Cicloturismo Bologna	TDS informator za SJA
21.	4. - 6. 4. 2025	IT	Agri & Slow Travel Expo, Bergamo	Predstavnik za SJA
22.	4. - 6. 4. 2025	AT	Freizeit Celovec	Skupnost Julijske Alpe
23.	4. 4. 2025	NL	Workshop Amsterdam	Booking center
24.	12. - 13. 4. 2025	AT	Argus Bike festival Dunaj	Skupnost Julijske Alpe
25.	24. - 27. 4. 2025	IT	TEMPO LIBERO Bolzano	Predstavnik za SJA
26.	13. - 15. 5. 2025	SI	SIW	Booking center
27.	junij	ZDA	MICE dogodek	Skupnost Julijske Alpe
28.	1. 7. 2025	DE	Workshop Munchen	Booking center
29.	30. - 31. 8. 2025	DE	Outdoor Welt Koeln	Skupnost Julijske Alpe
30.	1. - 15. 9. 2025	JA	EXPO Osaka	TDS informator za SJA
31.	29. 8. - 7. 9. 2025	DE	Caravan Salon Düsseldorf	Skupnost Julijske Alpe
32.	23. - 25. 9. 2025	FR	IFTM Top Resa Pariz	Skupnost Julijske Alpe
33.		SR	Workshop Beograd	Skupnost Julijske Alpe
34.	8. - 10. 10. 2025	IT	TTG Incontri Rimini	Skupnost Julijske Alpe
35.	28. - 31. 10. 2025	ES	IBX Catalunya Barcelona	Skupnost Julijske Alpe
36.	12. - 23. 10. 2025	DE	Poročilo Roadshow Leipzig, Hamburg	Booking center
37.	8. - 9. 11. 2025	AT	Photo & Adventure Dunaj	TDS informator za SJA
38.	4. - 6. 11. 2025	GB	WTM London	Booking center
39.	28. - 30. 11. 2025	DE	Angelwelt Berlin	Ribiški sejem
40.	5. - 6. 4. 2025	DE	EWf Fürstenfeld	Ribiški sejem

Tabela: Pregled sejmskih in borznih aktivnosti v letu 2025

V letu 2025 smo sodelovali na 40 sejmi, borzah, roadshowih in delavnicah, od tega je bilo na 13 dogodkih zagotovljeno neposredno sodelovanje informatorjev Turizma Dolina Soče oziroma Booking centra. Nastopi so potekali na ključnih evropskih trgih (Nemčija, Avstrija, Italija, Nizozemska, Francija, Združeno kraljestvo, Češka, Srbija, Španija) ter tudi izven Evrope (ZDA, Japonska).

Poudarek je bil na outdoor segmentu, kolesarstvu, večdnevni produktih (Alpe Adria Trail, Juliana Trail) ter trajnostnem pozicioniranju destinacije.

Udeležba na sejmih ni bila usmerjena zgolj v informiranje končnih obiskovalcev, temveč tudi v B2B povezovanje s touroperaterji, agencijami, specializiranimi organizatorji potovanj ter mediji. S tem se je krepila prodajna mreža, prepoznavnost destinacije na ključnih trgih ter dolgoročna prisotnost v distribucijskih kanalih.



Slika: Predstavitev destinacije na sejmih in borzah

Sejemske aktivnosti so tako predstavljale pomemben podporni mehanizem digitalnemu trženju, saj omogočajo neposreden stik s trgov, vzpostavljanje partnerstev ter utrjevanje pozicioniranja Doline Soče kot ene vodilnih outdoor destinacij v alpskem prostoru.

STIKI Z JAVNOSTJO

Stiki z javnostjo so v letu 2025 predstavljali pomemben del trženjskih aktivnosti, usmerjenih v krepitev prepoznavnosti destinacije. Sodelovanja z mediji, novinarji in vplivneži so omogočala vsebinsko poglobljeno predstavitev destinacije ter izpostavljanje trajnostnih produktov, lokalnih zgodb in ključnih dogodkov.

Aktivnosti so potekale v obliki gostovanj, organizacije študijskih tur za tuje in domače novinarje, sodelovanja pri reportažah ter vsebinske podpore medijem pri pripravi člankov in prispevkov.

Februar	Sara Jug v živo v oddaji Dobro jutro na Planet TV (pustovanja in Dolina Soče v zimskem času, Kobariški muzej), Andreja Jurkovič za Primorske novice (zimska sezona in statistika).
Marec	Festival soške postrvi, Mateja Leban: Ka-TV, Radio Robin, Radio SI, Radio Koper, Pot miru gosti Tona Waarts iz Nizozemske za knjigo Chronicles about The big War (teme: oba muzeja, Javorca, Pot miru, vojna dediščina).
April	Ekipa Turizma Dolina Soče gosti Univerzo v Mariboru – Fakulteto za turizem Brežice (tema: Tolminska korita), Madžarski novinarji preko agencije MGM (teme: vodni športi, narava, kultura).
Maj	Mija Kokošin - spremljanje novinarke Laure Coffey za UK revijo The Telegraph (tema: narava, pohodništvo, Trenta), študijska tura nizozemskih novinarjev preko agencije MGM: www.droomplekken.nl , www.reisjevierj.nl , www.stopandstare.nl (teme: narava, kulinarika, vodni športi).

Junij	Študijska tura hrvaških novinarjev preko agencije MGM: Večernji.hr, After5.hr, 24sata, wish.hr (teme: rafting, Kluže, Boka, Tolminska korita).
Julij	Španski blogger Antonio Ruiz obišče Tolminska korita, David Štulc Zornik za Radio Si (tema: Tolmin in turistična sezona), Rok Cuder sodeluje pri snemanju oddaje o Javorci (Milk Production), Andreja Jurkovič javljanje na Radiu 1 v okviru STO kampanje Moja Slovenija.
Avgust	študijska tura čeških novinarjev preko agencije MGM: www.apetitonline.cz/magazin (teme: rafting, Boka, frika).
September	študijska tura nemškega bloggerja družinskih počitnic, Marcusa Schmida: www.reiseblogger.info, Na Grad po zgodbe Tolminske.
Oktober	Številna javljanja na temo Festivala pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče, Festivala in FrikaFesta (regionalni in nacionalni radiji: Radio Si, Radio Koper, Radio Ognjišče, Radio Koper, Radio Robin, Radio Capris, Radio Gorenc & Primorski val & KA-TV.
December	Javljanje za Radio Koper David Štulc Zornik; Andreja Jurkovič za Radio Robin (tema: decembrsko dogajanje).

Tabela: Sezam aktivnosti v okviru PR službe po mesecih, 2025

V letu 2025 so bile v medijih izpostavljene tako sezonske tematike (zimsko in poletna sezona) kot ključni dogodki in vsebine destinacije, med drugim Festival soške postrvi, Jesen v Dolini Soče (Festival pohodništva in kolesarjenja, Festival, Festivalski meniji, FrikaFest), naravne znamenitosti (Tolminska korita, Javorca, Boka, Trenta) ter outdoor aktivnosti in lokalna gastronomija.

Komunikacijske aktivnosti so bile usmerjene predvsem v nagovarjanje tujih trgov prek organiziranih študijskih tur (VB, Nizozemska, Hrvaška, Češka, Madžarska), sodelovanje z nacionalnimi mediji ter podporo dogodkom izven vrhunca poletne sezone.

Sodelovanja z mediji so omogočila organsko, kredibilno in vsebinsko bogato promocijo destinacije, ki presega klasično oglaševanje ter krepi zaupanje in dolgoročno podobo Doline Soče kot trajnostne, avtentične in doživljajsko močne evropske destinacije.

RADIJSKO OGLAŠEVANJE

Radijsko oglaševanje je v letu 2025 predstavljalo pomemben podporni komunikacijski kanal za promocijo sezonskih produktov, dogodkov ter aktualnih vsebin destinacije, zlasti na regionalnih in čezmejnih trgih. Radio kot medij omogoča hitro odzivnost, geografsko prilagojeno ciljanje ter učinkovito podporo kratkoročnim kampanjam, zlasti na bližnjih trgih.

Kampanje so potekale na radijskih postajah v Sloveniji (Primorski val, Radio Robin, Radio Koper, Radio Capris, Radio SI, Radio Ognjišče, Radio Gorenc) ter na območju Furlanije - Julijske krajine (Radio Udine, Radio Company, Radio Easy Rock), s čimer je bila zagotovljena prisotnost destinacije na bližnjih trgih z visoko odzivnostjo.

Vsebinsko je radio podpiral promocijo spomladanskih športnih aktivnosti, dogodkov (Blitz Bovec Maraton, Jesen v Dolini Soče – Festival pohodništva in kolesarjenja, Festival, FrikaFest), predstavitev festivalskih menijev, destinacijske kartice ter posameznih znamenitosti.

TISKANI OGLASI

Tiskano oglaševanje je v letu 2025 predstavljalo dopolnilni komunikacijski kanal, usmerjen predvsem v utrjevanje prisotnosti destinacije na izbranih tujih trgih ter podporo domačemu trgu. Vsebinsko je nagovarjalo outdoor aktivne obiskovalce, ljubitelje narave, kulture in trajnostnega turizma.

Izbor medijev je vključeval mednarodno prepoznavne časopise in specializirane revije (npr. The Guardian, The Saturday Times, Petit Futé, Krone Kärnten) ter nacionalne in regionalne publikacije, kar je omogočalo kombinacijo mednarodnega dosega in lokalne prisotnosti.

Tiskani oglasi so vsebinsko podpirali trajnostno naravnane produkte, aktivna doživetja, lokalno gastronomijo ter večdnevni obisk ter dopolnjevali digitalne kampanje na prioriteth trgih.

Izvedene so bile objave v naslednjih tiskanih medijih:

	Tip objave	Medij
1.	Tiskani oglas v prilogi časopisa	The Guardian – The Travel Guide (UK)
2.	Tiskani oglas v časopisu	Saturday Times – The Best of Travel (UK)
3.	Tiskani oglas v prilogi časopisa	Dnevnik – revija Oddih (SI)
4.	Tiskani oglas v reviji	Revija Like (SI, HR, SRB)
5.	Tiskani oglas v francoski reviji	Petit Futé MAG (FR)
6.	Tiskani oglas v vodniku	Športnoplezalni vodnik založbe Sidarta (SL in tuji trgi)
7.	Tiskani oglas v vodniku	Vodnik Juliana, založba Sidarta (SL)
8.	Tiskani oglas v časopisu	Krone Kärnten (AT)
9.	Tiskani oglas v reviji	Eko dežela (SI)
10.	Tiskani oglas v reviji	Freizeitung (AT)
11.	Tiskani oglas v reviji	Spoznajmo Slovenijo (SI)

12.	Oglas v časopisu Sočasnik pred začetkom sezone in druge redne objave o preteklih dogodkih ob vsakem izidu časopisa	Sočasnik (lokalno okolje)
13.	Redne objave v rubriki revije	Goriški utrip – rubrika Predlog za izlet
14.	Trikrat letno objava v lokalnem časopisu	Zatolminski časopis Kamarnca

Tabela: Pregled tiskanih oglaševalskih aktivnosti (2025)



Slika: članki v tiskanih revijah in časopisih

PROMOCIJSKI MATERIALI IN PRODUKCIJA

PRIDOBIVANJE FOTOGRAFSKEGA IN VIDEO MATERIALA

Vizualne vsebine predstavljajo pomembno podporo trženjskim in komunikacijskim aktivnostim destinacije. V letu 2025 je bil poudarek na sistematičnem dopolnjevanju mediateke z aktualnimi fotografijami in videi, usmerjenimi v promocijo prioritarnih produktov in vsebin.

V mediateko so bili vključeni novi sklopi fotografij in videov avtorja Žiga Korena, ki zajemajo certificirane produkte »Iz Doline Soče«, outdoor aktivnosti (pohodništvo, kolesarjenje, vodni športi), vsebine za promocijo destinacijske kartice ter dogodka Festival in FrikaFest.

V sodelovanju s Skupnostjo Julijske Alpe so bile pridobljene tudi dodatne fotografije (avtor Rožle Bregar), s poudarkom na krajinskih motivih širšega alpskega prostora.

Vizualni materiali so namenjeni uporabi na spletni strani, družbenih omrežjih, v digitalnih kampanjah, medijskih objavah in promocijskih predstavitev, s čimer se zagotavlja vsebinska usklajenost komunikacije na različnih trgih.

TISKOVINE, PONATISI IN UPRAVLJANJE ZALOG

PONATISI

Upravljanje promocijskih materialov je sledilo načelu premišljene in trajnostno naravnane produkcije. V letu 2025 novih publikacij nismo oblikovali, temveč smo izvedli ponatise ključnih materialov, ob tem pa spremljali porabo in zaloge za optimizacijo prihodnjih ponatisov. Obseg naklad je bil prilagojen realni porabi preteklih let ter sezonskim potrebam.

promocijski material	naklada
Zloženska Dolina Soče	30.000 izvodov v ANG, 29.000 izvodov v NEM, 5.000 izvodov v SLO, 6.000 izvodov v FRA
Zloženska Destinacijska kartica	1.500 izvodov v ANG, 1.500 izvodov v SLO
Zloženska KZP	4.000 izvodov v NEM, 10.000 izvodov v ANG, 5.000 izvodov v ITA, 7.000 izvodov v FRA
Zloženska Nadiža	1.000 izvodov v SLO, 4.000 izvodov v NEM, 5.000 izvodov v ANG, 1.000 izvodov v ITA
Zloženska Drežnica	4.000 izvodov v ANG, 2.000 izvodov v NEM, 2.000 izvodov v ITA
Trganka Kobarid/Breginjski kot	15.000 izvodov
Zloženska Soška pot	5.050 izvodov v ANG, 4.500 izvodov v NEM, 450 izvodov v SLO
Zemljevid Bovec, trganka brezplačna	430 krat 50 listnih blokov
Zloženska Virje	3.500 izvodov v ANG, 1.500 izvodov v NEM
Zloženska Kluže	5.000 izvodov v SLO, izvodov v ANG, 5.000 izvodov v NEM/ČEŠ
Prevozi po Dolini Soče	13.000 izvodov
Zloženska Javorca	5.000 izvodov v NEM, 3.000 izvodov v ITA, 2.000 FRA
zemljevid A4 Tolminska korita ITA	40.000 izvodov
zemljevid A4 Tolmin	10.000 izvodov

Tabela: Ponatisi promocijskega materiala v letu 2025

DISTRIBUCIJA IN UPRAVLJANJE ZALOG

Distribucija materialov je potekala prek TIC-ov, nastanitvenih ponudnikov, sejmov in drugih promocijskih aktivnosti. Redno se je spremljala poraba posameznih publikacij, kar omogoča boljše načrtovanje ponatisov in optimizacijo stroškov.

Podatki o porabi in zalogah potrjujejo, da ostajajo zemljevidi in tematske zloženke med najbolj iskanimi materiali, zlasti za območja Tolminskih korit, Bovca ter pohodniških poti.

promocijski material	poraba 2025	ponatise	zaloga
Zgibanka Dolina Soče	41.468	70.000	57.597
Dolina Soče (star katalog)	1.700	/	12.720
Tolminska korita	15.965	/	55.440
Javorca	9.100	10.000	9.600
Kobariška zgodovinska pot	13.510	26.000	25.250
Nadiža	7.010	11.000	15.400
Drežnica	8.200	8.000	17.700
Trganka Kobarid	5.000	15.000	10.650
Soška pot	7.100	10.000	5.050
Slap Virje	9.600	5.000	11.800
Trganka Bovec	22.550	21.500	5.850
Zloženska Kluže	6.000	10.000	5.000
Destinacijska kartica letak	3.000	3.000	0
Lom je moj dom	0	/	8.850
Šentviška planota	375	/	5.650
Baška grapa	450	/	7.200
Livek	900	/	1.800

Tabela: Poraba, ponatise in zaloge promocijskih materialov 2025

DESTINACIJSKA KARTICA IN POSPEŠEVANJE PRODAJE

V letu 2025 je bil poseben poudarek namenjen pospeševanju prodaje destinacijske kartice kot strateškega orodja za podaljševanje bivanja, usmerjanje obiskovalcev na manj obremenjene lokacije ter povečanje porabe. Promocija kartice je bila integrirana v digitalne kampanje, TIC mrežo in komunikacijo z nastanitvenimi ponudniki. Podrobnejša analiza prodaje, koriščenja in primerjalnih trendov destinacijske kartice je vključena v poglavju Agencijska in druga lastna dejavnost.

RAZVOJ IN NADGRADNJA KOLEKTIVNE BLAGOVNE ZNAMKE (KBZ) – TRŽENJSKI VIDIK

V letu 2025 se je nadaljevala promocija Teritorialne kolektivne blagovne znamke »Iz Doline Soče«, ki predstavlja enega ključnih nosilcev kakovosti in identitete destinacije. V trženjskem smislu je bila certificirana ponudba vključena v digitalne kampanje, dogodke ter vsebinsko komunikacijo, s poudarkom na kulinariki, rokodelstvu in lokalnih doživetjih.

PROMOCIJA DOGODKOV IN VSEBINSKA PODPORA PRIREDITVAM

Promocija dogodkov je v letu 2025 predstavljala pomemben del trženjskih aktivnosti, saj dogodki prispevajo k razpršitvi obiska skozi leto ter krepi v vsebinske identitete destinacije.

Zavod je zagotavljal komunikacijsko podporo osrednjim destinacijskim dogodkom, med drugim Festivalu soške postrvi, Festivalu pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče, Festivalu, FrikaFestu ter projektu Kozlov rob – preteklost za prihodnost.

Poleg tega je zavod sodeloval pri promociji partnerskih dogodkov, kot so Podbrdo Trail Run, Soča Outdoor Festival, Blitz Bovec Maraton in BOFF. S tem se je krepilo sodelovanje z organizatorji ter utrjevalo pozicioniranje Doline Soče kot prepoznavne outdoor destinacije na mednarodnih trgih.

Komunikacijska podpora je vključevala digitalne kampanje, e-mail obveščanje, PR aktivnosti, radijsko oglaševanje ter vsebinske objave na spletnih in družbenih kanalih.

ČEZMEJNO SODELOVANJE IN RAZVOJ PRODUKTOV (TRŽENJSKI VIDIK)

V letu 2025 je zavod nadaljeval sodelovanje z Benečijo kot del širšega čezmejnega prostora Julijskih Alp. Aktivnosti so bile usmerjene v povezovanje ponudnikov ter krepitev skupnih outdoor vsebin, zlasti na področju kolesarskega turizma.

Organizirano je bilo skupno strokovno srečanje in izobraževanje na temo razvoja kolesarskih produktov, s poudarkom na usklajevanju standardov ponudbe, interpretaciji prostora ter možnostih skupne promocije.

PRIREDITVE IN DOGODKI

Področje prireditev in dogodkov predstavlja enega ključnih mehanizmov za uravnavanje sezone dinamike Dolina Soče. V destinaciji z izrazitimi poletnimi obremenitvami dogodki niso usmerjeni v dodatno koncentracijo obiska v vrhuncu sezone, temveč v podaljševanje turistične sezone, aktivacijo pomladnega in jesenskega obdobja, prostorsko razpršitev obiska, krepitev identitete prostora in vključevanje lokalne skupnosti.

Dogodki so umeščeni v širši razvojni okvir destinacije in so načrtovani kot vsebinski nosilci produktnih prioritet (pohodništvo, kolesarjenje, kultura, dediščina, trajnostna kulinarika), ne kot izolirane aktivnosti.

FESTIVAL SOŠKE POSTRVI

Festival soške postrvi (22. 3. – 22. 4. 2025) je posvečen soški postrvi, eni najbolj plemenitih sladkovodnih rib in simbolu naravne dediščine Doline Soče. Kot tematski festival povezuje ribogojstvo, ribiško tradicijo, gastronomijo in naravovarstvo ter podpira strateške cilje destinacije na področju trajnosti, identitete prostora in ozaveščanja o varovanju vodnih virov.

Umeščenost v predsezonsko obdobje prispeva k desezonalizaciji in razvoju vsebin izven glavne poletne sezone. Festival je bil izveden v sodelovanju z Občino Tolmin in Ribiško družino Tolmin.

Zavod je prevzel celovito koordinacijo festivala, ki je obsegala:

- organizacijo in izvedbo osrednjega dogodka Ribja tržnica (5. 4. 2025),
- organizacijo in izvedbo strokovnega dogodka Okusi doline Soče – kulinarčna delavnica za gostinske ponudnike; v okviru Kolektivne blagovne znamke *Iz Doline Soče* (25. 3. 2025),
- usklajevanje in koordinacijo vseh spremljevalnih dogodkov v okviru festivalskega programa,
- koordinacijo priprave tiskovin (letak, plakat, transparent, tiskani oglasi),
- upravljanje spletnih vsebin in objav na destinacijski platformi,
- koordinacijo PR aktivnosti,
- izvedbo nabavnih postopkov ter finančno-administrativno izvedbo skladno z Dogovorom o skupni organizaciji (izdan zahtevek oziroma račun na Občino Tolmin in Ribiško družino Tolmin).





Slika: Letak Festival soške postrvi 2025

Osrednji javni dogodek festivala je bila Ribja tržnica, zasnovana kot predstavitev lokalnih ribjih izdelkov in kulinarčne ponudbe. Na dogodku so sodelovali lokalni ponudniki z ribjimi izdelki, program pa je vključeval tudi prikaze priprave ribjih jedi s poudarkom na uporabi lokalnih surovin ter interpretaciji tradicionalnih in sodobnih kulinarčnih pristopov.

Dogodek je prispeval k večji prepoznavnosti lokalne ribje ponudbe, krepitvi povezovanja med proizvajalci in gostinskim sektorjem ter ozaveščanju širše javnosti o pomenu trajnostnega upravljanja vodnih virov.

Kulinarčna delavnica za gostinske ponudnike je bila usmerjena v strokovno nadgradnjo znanja in večjo vključitev lokalnih ribjih izdelkov v gastronomsko ponudbo destinacije. S tem se festival umešča tudi v razvojno funkcijo dviga kakovosti in diferenciacije ponudbe Doline Soče.

Festival soške postrvi predstavlja primer vsebinsko usmerjenega dogodka, ki presega promocijsko funkcijo in deluje kot razvojno orodje destinacije. S povezovanjem naravne dediščine, lokalnega gospodarstva in strokovnega znanja prispeva k utrjevanju identitete Doline Soče ter podpira cilje trajnostnega upravljanja in razpršitve obiska.

FESTIVAL POHODNIŠTVA IN KOLESARJENJA DOLINA SOČE

Festival pohodništva Dolina Soče se tradicionalno odvija v septembru in oktobru, mesecih, ki veljata za najprimernejša za pohodništvo in doživljanje narave. V letu 2025 je festival prvič potekal v razširjeni obliki kot Festival pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče, s čimer smo programsko nadgradili obstoječi koncept in razširili nabor aktivnih doživetij.

Z vključitvijo kolesarjenja smo odgovorili na zaznane trende v prostoru ter obiskovalcem ponudili dodatne možnosti aktivnega raziskovanja destinacije. Festival je tako še naprej povezoval naravne danosti, kulturno dediščino in lokalno okolje ter obiskovalcem omogočil celostno doživljanje Doline Soče pod vodstvom izkušenih lokalnih vodnikov.

Festival pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče 2025 je potekal od petka, 19. septembra, do nedelje, 12. oktobra 2025 na območju občin Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal. Termin izvedbe je tudi letos sovpadal z uveljavljenima kulinarčno-kulturnima dogodkoma Festival in FrikaFest, kar je prispevalo k celostni festivalski ponudbi in večji prepoznavnosti dogodka.

Bogat festivalski program je ponudil raznolike aktivnosti, primerne tako za družine kot tudi za zahtevnejše ljubitelje gora in aktivnega preživljanja prostega časa.

Jedro festivala so tudi letos predstavljali organizirani pohodi. Skupno je bilo izvedenih osemnajst pohodov, raznolikih po zahtevnosti, dolžini in vsebini. Program je bil zasnovan tako, da je nagovoril širok spekter udeležencev – od družin in manj zahtevnih pohodnikov do izkušenih ljubiteljev gora.

Med letošnjimi pohodi so bile vključene tudi priljubljene stalnice, kot sta tradicionalno srečanje planincev na Črni prsti ter 31. tradicionalni pohod Breginj–Muzec–Breški Jalovec–Brezje, ki vsako leto povežeta številne ljubitelje gora. Program pa je bil obogaten tudi z novimi doživetji, med katerimi izstopa Livška štorja – nezahteven, a vsebinsko bogat pohod, ki obiskovalcem približa lokalne zgodbe in razkrije skrite kotičke Livka. Posebno čezmejno razsežnost je festival dobil s pohodom od Bovca do Rezije, ki simbolno in vsebinsko povezuje dve dolini znotraj čezmejnega biosfernega območja Julijskih Alp.

	Datum izvedbe	Organizirani pohodi	udeležba
1.	20. 9. 2025	21. Tradicionalno srečanje planincev na Črni prsti	14
2.	20. 9. 2025	Na slavne skutne štruklje na planino Razor	7
3.	20. 9. 2025	Livška štorja	75
4.	21. 9. 2025	Od Bovca do Rezije	6
5.	21. 9. 2025	Pohod Lom je moj dom	70
6.	21. 9. 2025	15. Pohod po Bevkovi poti	70
7.	23. 9. 2025	Dolina Tolminke in cerkev sv. Duha v Javorci - za vsakogar	15

8.	26. 9. 2025	Voden pohod po Soški poti 1/2	Odpovedano
9.	27. 9. 2025	31. tradicionalni pohod Breginj-Muzec-Breški Jalovec-Brezje	50
10.	27. 9. 2025	Voden pohod po Soški poti 2/2	Odpovedano
11.	27. 9. 2025	Pohod po rapalski meji	30
12.	28. 9. 2025	Po Voznikovih poteh	12
13.	28. 9. 2025	Od sotočja do sotočja po 11. etapi Juliana Trail poti	3
14.	4. 10. 2025	13. pohod po Tematski poti Na svoji zemlji	60
15.	5. 10. 2025	Zapotoški slapovi, pohod čez ostanek Soškega ledenika	Odpovedano
16.	12. 10. 2025	Banjšice, po Sedevčičevi poti	120
SKUPNA UDELEŽBA:			532

Tabela: Organizirani pohodi – Festival pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče 2025

Skupna udeležba na pohodih je znašala 532 udeležencev.

Pohodniški del festivala potrjuje stabilno zanimanje za organizirana vodena doživetja ter krepi sodelovanje z lokalnimi vodniki in planinskimi društvi.

Letošnja ključna novost je bila sistematična vključitev kolesarskih tur (cestne, MTB in e-kolesarske), s skupno udeležbo 30 udeležencev, s katerimi smo kot destinacija začeli bolj sistematično opozarjati na naraščajoč pomen kolesarskega turizma.

Čeprav destinacija še nima enotno urejene kolesarske infrastrukture, je festival deloval kot pilotna platforma za preverjanje interesa, organizacijskih modelov in sodelovanja z lokalnimi deležniki. Poseben poudarek je bil namenjen vključitvi novega Bike Parka Bovec v festivalski program.

Udeležba kaže na začetno fazo razvoja, hkrati pa potrjuje potrebo po nadaljnjem sistemskem urejanju področja – z vidika varnosti, infrastrukture in trajnostnega upravljanja prostora.

	Datum izvedbe	Organizirane kolesarske ture	udeležba
1.	20. 9. 2025	E-kolesarska tura do slapov in korit	0
2.	20. 9. 2025	Začetni in nadaljevalni tečaj v Bike Parku Bovec	4
3.	20. 9. 2025	Cestno kolesarska tura med Sočo in Julijci	4
4.	20. 9. 2025	Dan kolesarjenja pri Sotočju v Tolminu	0

5.	21. 9. 2025	Kolesarska tura na planino Razor	9
6.	4. 10. 2025	Cestno kolesarska tura do koč pri izviru Soče	5
7.	12. 10. 2025	Kolesarska tura po rezijanski dolini	8
	SKUPNA UDELEŽBA:		30

Tabela: Organizirane kolesarske ture – Festival pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče 2025

Spremljevalni program je vključeval tematske večere, predavanja, koncerte ter filmske projekcije in je potekal v vseh treh občinah destinacije. Skupna udeležba spremljevalnega programa je znašala 1.037 obiskovalcev.

	Datum izvedbe	Spremljevalni program	udeležba
1.	19. 9. 2025	Urban Gregorc: Pot pacifiškega grebena, potopisno predavanje	30
2.	19. 9. 2025	Rudi Bučar, koncert	80
3.	22. 9. 2025	Otvoritev fotografske razstave 130 let Aljaževega stolpa in ogled filma Ta pleh ima dušo	
4.	26. 9. 2025	Arne Hodalič: Od čistilne akcije do zaklada, fotografsko predavanje	42
5.	27. 9. 2025	Svetovni dan turizma - Trdnjava Kluže, brezplačen vstop	126
6.	27. 9. 2025	Svetovni dan turizma - Trdnjava Kluže, brezplačno vodenje po trdnjavi	14
7.	27. 9. 2025	Svetovni dan turizma - Trdnjava Kluže, brezplačno vodenje po rovu	23
8.	27. 9. 2025	Svetovni dan turizma - Trdnjava Kluže, predstava 1313	36
9.	27. 9. 2025	Svetovni dan turizma - Tolminska korita, prost vstop	577
10.	27. 9. 2025	Svetovni dan turizma - Tolminska korita, vodenje 11.30	12
11.	27. 9. 2025	Svetovni dan turizma - Tolminska korita, vodenje 15.00	11
12.	27. 9. 2025	Odprtje spominske plošče gorskemu vodniku Janezu Černuti - Vozniku	
13.	27. 9. 2025	Naša pot, predavanje Petre Majdič	50
14.	3. 10. 2025	Dogodek ob 50. obletnici Kolesarske dirke za pokal občine Kobarid	
15.	5. 10. 2025	Spominska cerkev Svetega Duha, dan odprtih vrat	6
16.	10. 10. 2025	Film Moja Švedska: divjina v primežu sprememb	30
	SKUPNA UDELEŽBA:		1.037

Tabela: Spremljevalni program – Festival pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče 2025

Otvoritev festivala je potekala v sproščenem vzdušju ob živi glasbi, vrhunec večernega dogajanja pa je predstavljal koncert Rudija Bučarja v baru Gouf v Bovcu.

Med pomembnejšimi spremljevalnimi dogodki velja izpostaviti tudi odprtje spominske plošče gorskemu vodniku Janezu Černuti – Vozniku v Logu pod Mangrtom ter dogodek ob 50. obletnici kolesarske dirke za pokal Občine Kobarid.

Posebno mesto v letošnjem programu je imel pohod »Dolina Tolminke in cerkev sv. Duha v Javorci – za vsakogar«, namenjen predvsem slepim in slabovidnim pohodnikom. Ob tej priložnosti je Medobčinsko društvo slepih in slabovidnih Nova Gorica Javnemu zavodu Turizem Dolina Soče predalo taktilno maketo cerkve Svetega Duha v Javorci, delo Kristine Naglost. Maketo je simbolično predal predsednik društva Igor Miljavec.

Novost in predvsem vsebinsko obogatitev letošnjega festivala so predstavljala vodena butična doživetja s certifikatom kakovosti *Iz Doline Soče*, ki združuje predane lokalne ponudnike in zagotavlja avtentična, kakovostna doživetja, utemeljena na naravi, kulturni dediščini in lokalnih zgodbah. Vsa načrtovana butična doživetja so bila tudi uspešno izvedena – od zgodovinskega doživetja na Kolovratu, kulinaričnega doživetja *Diši po gobah – od gozda do krožnika* v Bovcu do interpretativnega doživetja *Oko reke* na Mostu na Soči.

Pomemben del vsebin je bil namenjen tudi promociji svetovnega dne turizma, ki je potekal 27. 9. 2025. Na ta dan je Dolina Soče obiskovalce sprejela z dnevom odprtih vrat, saj je bil omogočen prost vstop v Tolminska korita, do slapa Kozjak ter v Trdnjavo Kluže. Na izbranih lokacijah so potekala brezplačna vodenja, ki so obiskovalcem približala naravne in zgodovinske značilnosti območja. Posebej živahno je bilo v Klužah, kjer smo organizirali brezplačen obisk podzemnega rova, kulturni program pa je soustvarilo Društvo 1313.

Spremljevalni program je tradicionalno zaokrožila projekcija na Festivalu gorniškega filma nagrajenega filma *Moja Švedska: Divjina v primežu sprememb*, ki je bil leta 2025 izbran za najboljši film o gorski naravi in kulturi.

Za promocijo Festivala pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče 2025 je bil oblikovan nov celostni logotip festivala. Pripravljeni so bili tudi tradicionalni promocijski letaki, pri čemer smo trajnostno povezali promocijo festivala s promocijo dogodkov Festival in FrikaFest, kar je dodatno okrepilo sodelovanje in skupno prepoznavnost.





Slika: Letak Festival pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče 2025

Festival pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče 2025 je z razširjenim konceptom uspešno nadgradil dosedanjo pohodniško zasnovo ter jo smiselno dopolnil s kolesarskimi vsebinami. Ob tem je festival jasno pokazal, da je kolesarski turizem v destinaciji že prisoten in predstavlja realnost, ki zahteva premišljen in usklajen odziv.

Zavedanje o pomanjkljivi in neenotno urejeni kolesarski infrastrukturi odpira pomembna vprašanja varnosti, upravljanja in trajnostnega razvoja te dejavnosti. Festival je s pilotno vključitvijo kolesarjenja prispeval k odpiranju razmisleka, da je nujno sodelovanje med odločevalci, stroko in lokalnim okoljem pri iskanju dolgoročnih rešitev.

Hkrati kolesarski turizem predstavlja pomembno razvojno priložnost za širitev ponudbe aktivnih doživetij in podaljševanje turistične sezone, s čimer lahko Dolina Soče v prihodnje še okrepi svojo vlogo celovite in trajnostno naravnane destinacije.

JESTIVAL – FESTIVAL OKUSOV IN UMETNOSTI

Jestival – festival okusov in umetnosti v Kobaridu – je bil leta 2025 izveden že dvanajstiči (4. 10. 2025) in predstavlja pomemben jesenski kulinarčno-kulturni dogodek destinacije. S svojo umeščenostjo v oktober neposredno podpira cilje podaljševanja turistične sezone ter krepi gastronomsko identiteto Doline Soče.

Dogodek je vsebinsko povezan s teritorialno kolektivno blagovno znamko Iz Doline Soče ter deluje kot platforma za predstavitev certificirane in lokalno pridelane ponudbe. Uvod v festivalski vikend so predstavljali Jestivalski

meniji v lokalnih restavracijah (19. 9.–12. 10. 2025), s čimer je bil učinek dogodka časovno razširjen in usmerjen v večjo vključitev gostinskih ponudnikov.

PROGRAMSKA ZASNOVA IN IZVEDBA

Na kobarškem trgu se je predstavilo več kot 50 ponudnikov s pridelki, izdelki ter kulinarično ponudbo. Program je povezal športni, kulturni in kulinarični del, pri čemer je jubilejni 50. vzpon za pokal Občine Kobarid dodatno prispeval k raznolikosti obiskovalcev ter povezovanju športa in gastronomije.

Poseben poudarek letošnjega Festivala je bil namenjen skuti kot surovini z visokim potencialom v lokalni kulinariki. Tematski »show cooking« z Valterjem Kramarjem je poudaril pomen valorizacije lokalnih sestavin ter njihove sodobne interpretacije.

Dogodek je aktivno vključeval učence Osnovne šole Simona Gregorčiča Kobarid, ki so sodelovali z glasbeno-pevskim nastopom in uprizoritvijo igre *Pastirci*, ter turistični krožek šole, ki je sodeloval pri izvedbi otroške ustvarjalne delavnice. Program so soustvarjali tudi Mešani pevski zbor Sv. Anton ter lokalni ustvarjalci in izvajalci, kar je festivalu zagotovilo močno lokalno vsebinsko komponento.

Program so dopolnjevali glasbeni in ulični nastopi, med drugim nastop skupine Dej še'n litro ter večerni koncert skupine Zvita Feltna, ki je zaključil letošnje festivalsko dogajanje.





Slika: Letak Jestival okusov in umetnosti 2025

V letu 2025 je bil Jestival v okviru projekta Nadgradnja TKBZ Iz Doline Soče uspešno ocenjen ter pridobil certifikat kakovosti za uporabo teritorialne kolektivne znamke. S tem je dogodek formalno umeščen med nosilce preverjene in kakovostne ponudbe destinacije. Certificiranje predstavlja pomemben korak v smeri standardizacije kakovosti prireditev ter utrjevanja gastronomske prepoznavnosti Doline Soče.

Zavod je zagotovil celovito organizacijo in izvedbo dogodka, ki je vključevala:

- koordinacijo programa in nastopajočih,
- pripravo in izvedbo promocijskih aktivnosti (tiskovine, radio, digitalni kanali, terensko oglaševanje),
- logistično izvedbo (postavitev stojnic, odra, infrastrukture),
- varovanje, redarsko službo in zapore,
- ureditev ravnanja z odpadki in sanitarne infrastrukture,
- zaključno čiščenje prizorišča.

Jestival utrjuje gastronomsko prepoznavnost Doline Soče z vključevanjem več kot 50 lokalnih ponudnikov ter z aktivacijo gostinskega sektorja v širšem jesenskem obdobju. Z večtedensko izvedbo Jestiivalskih menijev (19. 9.–12. 10. 2025) je dogodek presegel okvir enodnevne prireditve ter postal razvojna platforma za večjo uporabo lokalnih surovin, krepitev jesenske gospodarske aktivnosti in stabilnejši letni obisk destinacije.

FRIKAFEST – KMEČKI PRAZNIK TOLMIN

FrikaFest – Kmečki praznik Tolmin – je bil v letu 2025 izveden že peto leto zapored kot dvodnevni kulinarčno-etnografski dogodek (10.–11. oktober 2025). Festival združuje tradicijo nekdanjega Kmečkega praznika in Praznika frike ter se je uveljavil kot pomembna jesenska platforma za predstavitev lokalne hrane, kmetijstva in podeželske dediščine.

Dogodek pomembno prispeva k podaljševanju sezone ter h kreptvi lokalne prehranske verige, saj na enem mestu povezuje kmetije, gostince, rokodelce in druge lokalne ponudnike. Na stojnicah je bil vidno izpostavljen znak kakovosti *Iz Doline Soče*, ki ga uporablja vse več ponudnikov v destinaciji, kar dodatno potrjuje usmeritev festivala v predstavitev preverjene in kakovostno strukturirane lokalne ponudbe.

V letu 2025 je bil FrikaFest tudi uradno ocenjen in certificiran v okviru sistema teritorialne kolektivne blagovne znamke *Iz Doline Soče*. Pridobljeni certifikat potrjuje doseganje organizacijskih in vsebinskih standardov ter utrjuje vlogo dogodka kot nosilca kakovostne in razvojno usmerjene ponudbe destinacije.

PROGRAMSKA ZASNOVA IN IZVEDBA

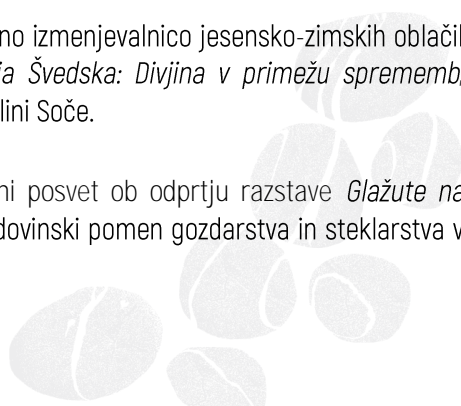
Tretje leto zapored je bil petkov dopoldanski program (10. oktober 2025) namenjen osnovnošolcem. Učenci 6. razredov OŠ Tolmin so v okviru naravoslovnega dneva v knjižnici Gimnazije Tolmin najprej spremljali dokumentarni film *Gozd in ekosistemske storitve* iz arhiva RTV Slovenija, ki obravnava pomen lesa, gozdarstva in funkcij gozda v prostoru.

Po ogledu filma so sodelovali v sedmih tematskih delavnicah, kjer so se praktično preizkusili v prepoznavanju gozdnih živali, žaganju hloda, prepoznavanju vrst lesa, zlaganju drv v skladovnico. Na delavnici arboristike so spoznavali poklic arborista, muzejske vsebine pa so bile povezane z razstavo *V objemu gozdov: gospodarjenje z gozdovi Zgornjega Posočja*, ki je učencem približala zgodovinski in razvojni vidik upravljanja gozdov v regiji.

Vzporedno je v Kinogledališču Tolmin potekal strokovni posvet *Predelava mleka in gradnja blagovnih znamk* v organizaciji PRC.

Popoldanski program je bil vsebinsko razširjen s trajnostno usmerjeno izmenjevalnico jesensko-zimskih oblačil v Kinogledališču Tolmin ter projekcijo dokumentarnega filma *Moja Švedska: Divjina v primežu sprememb*, izvedeno v sodelovanju s Festivalom pohodništva in kolesarjenja v Dolini Soče.

Pred Tolminskim muzejem je potekalo tudi predavanje in strokovni posvet ob odprtju razstave *Glažute na območju Trebuše in Trnovskega gozda*, s čimer je bil poudarjen zgodovinski pomen gozdarstva in steklarstva v širšem prostoru.



Sobota, 12. oktobra 2025, je predstavljala osrednji dan festivala in je potekala v znamenju celodnevne lokalne tržnice na Mestnem trgu in širšem območju Tolmina. Obiskovalci so lahko degustirali in kupili lokalne kulinarične izdelke ter tradicionalne jedi, med drugim friko, sire, joto, polento, postrv, njoke, gobe in štruklje. Stojnice so bile razporejene po glavnem trgu in okoliških ulicah, kjer so se predstavljali lokalni pridelovalci, gostinci, rokodelci in ustvarjalci.

Dopoldanski program je zaznamovala tradicionalna dražba živine, ki je bila letos zaradi pojava bolezni modrega jezika izvedena v prilagojeni obliki. Avkcija je potekala v živo, živali pa so bile predstavljene s promocijskimi videoposnetki na platnu, kar je omogočilo izvedbo dogodka ob upoštevanju zdravstvenih in varnostnih omejitev.

Program je vključeval tudi predstavitev domačih živali. Posebej obiskane so bile razstavne kokoši, otroci pa so se razveselili tudi ponijev. Dobro obiskana je bila razstava gozdarske mehanizacije ter prikaz ustvarjanja lesenih skulptur z motorno žago. Tradicionalno so na dogodku sodelovali tudi potujoči brusači iz Rezije. Kmečki del programa sta dopolnila glasbena spremljava Glasbenega centra harmonIKA z učenci ter nastop glasbene skupine Abuhi.

Dogajanje je bilo razširjeno tudi na športni park Brajda, kjer je potekal otroški program z bungee trampolinom in otroškim koticom v sodelovanju z Malo hišo.

Na Mestnem trgu sta bili postavljeni razstava ocenjenih sirov iz Doline Soče ter gobarska razstava. Pod šotorom so se predstavile Ženske sveta »Stronger together«, ki so obiskovalcem približale kulinariko in kulturo držav, iz katerih prihajajo. Srečelov je organiziralo Kulturno društvo podeželskih žena Gornjega Posočja.

Novost letošnjega programa je bilo tekmovanje v podeželskih izzivih »Znoj in smeh za tminsko čast« v organizaciji Društva podeželske mladine severne Primorske.

Tolminski muzej je pripravil dan odprtih vrat z dvema organiziranima vodenjema po aktualni razstavi. Ob 40-letnici delovanja se je Folklorna skupina Razor predstavila z gledališko, glasbeno in plesno sekcijo na več prizoriščih.

Na glavnem trgu so otroci in drugi obiskovalci sodelovali pri izdelavi medenih lizik ter v delavnici »Gozdni detektivi – kdo tukaj poje?«. Dogajanje sta z nastopi na Mestnem trgu in po prizorišču dopolnila TačMi Brass Band, večerni program pa je zaključil koncert skupine Prismojeni Profesorji Bluesa.

Obiskovalci so sodelovali tudi pri ocenjevanju najboljše Tminske frike, kjer se je za priznanje potegovalo pet ekip; zmagala je ekipa TMiN. Festivalski dan se je zaključil ob fontani na placu s podelitvijo priznanj za najboljše v podeželskih izzivih ter priznanj za najboljše sire in frike.





Slika: Letak FrikaFest 2025

Zavod je zagotovil celovito organizacijo in izvedbo dvodnevne dogodka, ki je vključevala:

- celovito organizacijo in izvedbo dogodka, vključno s sodelovanjem s partnerji in drugimi izvajalci ter koordinacijo ponudnikov na stojnicah,
- sodelovanje z naročnikom pri časovnem in prostorskem načrtovanju ter usklajevanju prireditve,
- strokovno vodenje in povezovanje programa na prizorišču,
- koordinacijo in izvedbo nastopov sodelujočih izvajalcev,
- oglaševanje in promocijo dogodka (radijski oglasi, družbena omrežja, tiskani letaki, plakati, transparenti),
- varovanje, redarsko službo in zdravstveno varstvo,
- okrasitev prireditvenega prostora na več lokacijah,
- dostavo, postavitve in odvoz stojnic,
- ureditev vseh prizorišč, vključno s postavitvijo odra, ograj, ozvočenja ter zagotavljanjem električne oskrbe,
- ureditev točk za odpadke ter najem, postavitve in odvoz WC kabin,
- čiščenje prizorišča po zaključku dogodka in odvoz smeti,
- fotografiranje dogodka,
- zavarovanje prireditve.

FrikaFest 2025 je po ocenah pritegnil med 4.000 in 6.000 obiskovalcev. Poleg močne prisotnosti lokalnega prebivalstva je zaznati tudi rast obiska iz drugih delov Slovenije ter tujine, kar potrjuje doseg in prepoznavnost dogodka.

Jesenski festivali poleg podaljševanja sezone prispevajo k ohranjanju kmetijske in kulinarčne dediščine ter krepitvi sodelovanja med javnim sektorjem, lokalnimi ponudniki in skupnostjo.

FrikaFest – Kmečki praznik Tolmin je organiziral Javni zavod za Turizem Dolina Soče ob aktivnem sodelovanju številnih ponudnikov in prostovoljcev, finančno pa ga je podprla Občina Tolmin.

KOLEKTIVNA BLAGOVNA ZNAMKA IZ DOLINE SOČE

Kolektivna blagovna znamka *Iz Doline Soče* je razvojni projekt, katerega cilj je sistematičen dvig kakovosti celovite ponudbe destinacije, spodbujanje povezovanja ponudnikov ter razvoj novih, medsebojno povezanih izdelkov in storitev na območju občin Bovec, Kobarid, Tolmin in Kanal ob Soči.

Model temelji na vzpostavljanju mreže ponudnikov, ki se medsebojno povezujejo in skupaj razvijajo tržno prepoznavne produkte. Ključna stebra sistema sta prenos znanja iz akademskega okolja v prakso skozi izobraževanja ter proces certificiranja, ki zagotavlja merljiv dvig kakovosti in hkrati omogoča učinkovitejšo promocijo lokalne ponudbe.

Gradnja kakovosti po principu »od spodaj navzgor« je dolgoročen proces, ki traja najmanj pet let in ustvarja temelje za kakovostno bivanje tako domačinov kot obiskovalcev. Projekt, ki se je v letu 2025 začel izvajati s podporo LAS, je že v začetni fazi pokazal močan odziv ponudnikov, rast certificirane ponudbe, ki jo s ponosom promoviramo in prodajamo v naših turistično-informacijskih centrih, ter okrepljeno povezovanje pri razvoju novih turističnih storitev. Za nadaljnjo konsolidacijo sistema bo v prihodnjem obdobju ključno zagotoviti stabilno finančno podporo ter aktivnosti še intenzivneje usmeriti v promocijo in prodajo certificirane ponudbe.

Skupaj vse kategorije	Rokodelski izdelki	Pridelki in živilski izdelki	Jedi in pijače	Vodena doživetja	Ambasadorji	Gastronomske prireditve
206	40	91	61	10	2 (Hiša gastronomije in Hiša okusov)	2

Tabela: Stanje TKBZ Iz Doline Soče (2025)

V letu 2025 smo nadaljevali z aktivnostmi gradnje kolektivne blagovne znamke. Leto je zaznamovala prijava na razpis LAS ESRR s projektom Nadgradnja TKBZ Iz Doline Soče, s katerim smo zagotovili podlago za nadaljnjo sistemsko nadgradnjo modela. Ob tem so se vzporedno izvajale že utečene aktivnosti na področju izobraževanja, ocenjevanja in certificiranja.

V marcu smo v okviru Festivala soške postrvi izvedli dve kulinarčni delavnici, namenjeni spodbujanju raznolike uporabe lokalnih surovin v gostinski ponudbi, s poudarkom na postrvi iz lokalnih ribogojnic. Delavnici je vodil chef Tomaž Sovdat iz restavracije Mangrt, teoretični del o trendih v sodobni kuhinji pa je izvedla mag. Mojca Polak z VSGT Maribor.

Aprila smo pripravili tudi tradicionalno slavnostno podelitev certifikatov kakovosti ponudnikom, ki so certifikate pridobili v preteklem letu. Prireditve je potekala v Zeleni hiši v Kobaridu v okviru Festivala soške postrvi.

V zimskih mesecih so bila izvedena individualna svetovanja za ponudnike rokodelskih izdelkov ter pridelkov in živilskih izdelkov, s ciljem priprave na ocenjevanje, ki je potekalo konec maja. V tem ciklu smo pridobili enajst novih rokodelskih izdelkov ter sedemnajst pridelkov in živilskih izdelkov.

Na razpis za ocenjevanje jedi in pijač v maju smo povabili tudi udeležence kulinarčnih delavnic, pri čemer je bilo certificiranih dvajset novih jedi in pijač.

V začetku julija smo prejeli potrditev o uspešni prijavi na LAS razpis, kar je omogočilo nadaljnjo nadgradnjo aktivnosti. Izvedli smo delavnici s projektno in delovno skupino za vzpostavitev nove kategorije TKBZ – gastronomske in druge prireditve, pripravili ustrezno dokumentacijo ter organizatorjem zagotovili svetovanje. Oktobra smo izvedli ocenjevanje za pridobitev certifikata kakovosti za prireditvi Festival in FrikaFest; obe ocenjevanji sta bili uspešno zaključeni, s strani ocenjevalne komisije smo prejeli izjemne pohvale.

Konec oktobra sta sledili delavnici projektno in delovne skupine za vzpostavitev nove kategorije – nastanitvene kapacitete, konec novembra pa še delavnica za ponudnike nastanitvenih kapacitet z namenom dviga kakovosti in priprave na prijavo za pridobitev certifikata. Odziv ponudnikov je bil spodbuden, zato v prihodnjem obdobju pričakujemo prve certificirane nastanitve z znakom TKBZ Iz Doline Soče.

V okviru projekta smo izvedli tudi ponatis certifikatov (nalepk) za obstoječe nosilce, nabavili novo računalniško opremo za izvajanje projekta ter projekt večkrat predstavili zainteresiranim deležnikom, med drugim LAS Gorenjska in bodočim turističnim vodnikom JA.

Pri izvajanju projekta vseskozi sledimo ključnim ciljem: spodbujanju lokalnega podjetništva, zlasti v sektorjih kmetijstva, turizma in rokodelstva, krepitvi sodelovanja in mreženja med ponudniki ter vzpostavljanju skupne promocije in enotnega nastopa na trgu. Poseben poudarek je namenjen sistematičnemu izboljševanju kakovosti in trženja lokalnih izdelkov ter storitev.

V letu 2025 smo tako v okviru programa izvedli ocenjevanja v treh produktih kategorijah. Ocenjenih je bilo 19 rokodelskih izdelkov, 17 izdelkov iz kategorije pridelkov in živilskih izdelkov ter 21 jedi in pijač. Certifikat kakovosti *Iz Doline Soče* je prejelo 11 rokodelskih izdelkov, vseh 19 pridelkov in živilskih izdelkov ter 20 jedi in pijač. V kategoriji gastronomskih prireditev sta certifikat kakovosti prejeli prireditvi Festival – festival okusov in umetnosti ter FrikaFest – Kmečki praznik Tolmin.

Aktivno smo nadaljevali tudi sodelovanje v Mreži teritorialnih kolektivnih blagovnih znamk, razvitih po modelu Izvorno Slovensko. V okviru mreže poteka povezovanje znamk na področjih skupnega financiranja, promocije, izobraževanja ter prenosa znanja med koordinatorji in akademskim okoljem, z namenom nadgradnje in optimizacije sistema. V letu 2025 je bil pripravljen načrt digitalnega trženja mreže, izvedena so bila tri srečanja članov ter dve spletni srečanja koordinatorjev, destinacija pa se je predstavila tudi na sejmu Alpe Adria v Ljubljani.

AGENCIJSKA IN DRUGA LASTNA DEJAVNOST

Zavod razvija agencijsko dejavnost kot dopolnilno funkcijo destinacijskega upravljanja, usmerjeno predvsem v tiste produkte in segmente, ki jih posamezni ponudniki sami ne izvajajo ali jih ne morejo učinkovito tržiti. Dejavnost je zasnovana komplementarno trgu in ne posega v konkurenčni položaj ponudnikov. Nasprotno – vključevanje lokalnih partnerjev v agencijske produkte prispeva k povečanju njihove realizacije ter k boljšemu izkoriščanju obstoječih kapacitet.

Agencijska in druga lastna dejavnost obsegata organizacijo in prodajo večdnevni programov po daljinskih poteh ter prodajo dovolilnic, kart in izbranega blaga v turistično-informacijskih centrih in na vstopnih točkah destinacije. Zavod pri tem usklajuje storitve več izvajalcev, omogoča enotno prodajno mesto za regulirane aktivnosti (plovba, ribolov, parkiranje ipd.) ter zagotavlja pregledno ponudbo za obiskovalce.

Prodajni program v TIC-ih je usmerjen v storitve, povezane z obiskom destinacije, ter v certificirane lokalne izdelke pod kolektivno blagovno znamko *Iz Doline Soče*, s čimer se krepi lokalna dodana vrednost.

BOOKING CENTER

Booking center obsega upravljanje, trženje in prodajo produktov Alpe Adria Trail, Juliana Trail in Juliana Bike Trail (skupaj s sekundarnim kolesarskim omrežjem znotraj Julijskih Alp). V letu 2025 je Booking center uspešno nadaljeval prodajo večdnevni paketov, pri čemer sta Alpe Adria Trail in Juliana Trail ostala osrednja produkta trajnostnega doživljanja regije.

S prodajo pohodniških in kolesarskih programov je Booking center deloval kot operativni instrument razpršitve obiska in spodbujanja prihodov izven visoke sezone ter neposredno podpiral cilj sezonalizacije in zmanjševanja prostorskih pritiskov.

V letu 2025 je bila izvedena optimizacija predstavitve ponudbe in posodobitev kolesarskih programov, kar je izboljšalo preglednost, uporabniško izkušnjo in tržno učinkovitost produktov.

Booking center tako ostaja pomembno orodje aktivnega upravljanja turističnih tokov, saj spodbuja organizirano, trajnostno in vnaprej načrtovano raziskovanje območja.

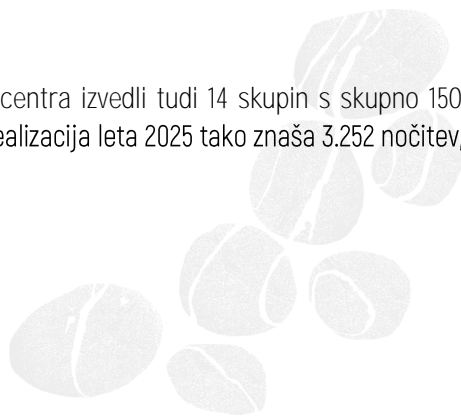
ALPE ADRIA TRAIL

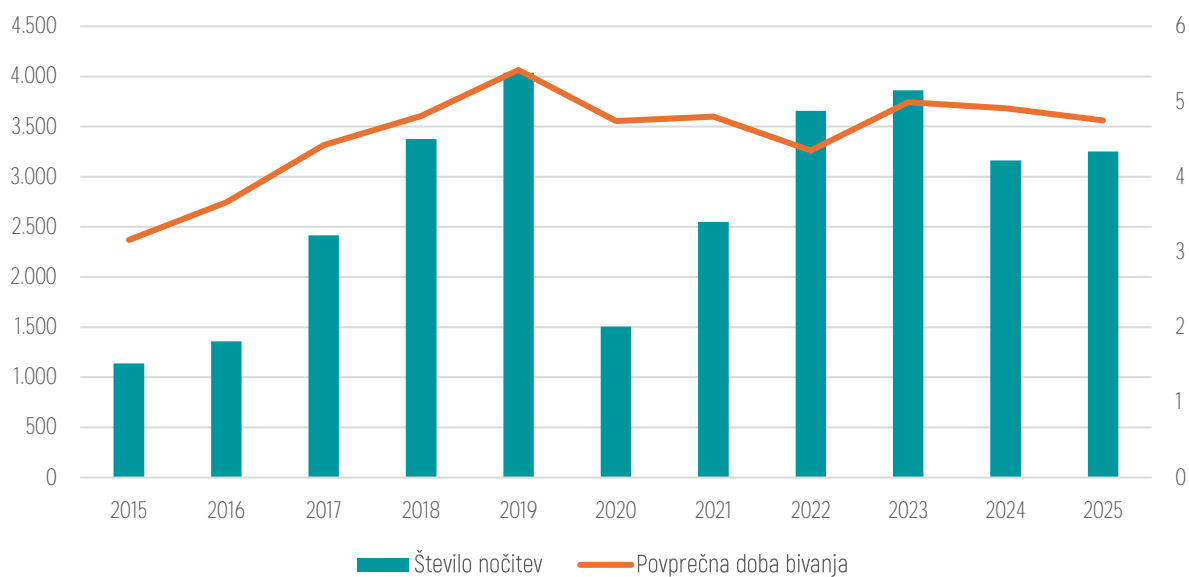
Turizem Dolina Soče v okviru Alpe Adria Trail (AAT) izvaja funkcijo slovenskega rezervacijskega centra ter sodeluje z rezervacijskim centrom Trail Angels (Avstrija) in Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano (Italija). Dejavnost omogoča usklajeno prodajo večdnevni pohodniških programov ter povezuje ponudnike v treh državah.

OBSEG REALIZACIJE IN TRENDI

V letu 2025 smo pripravili 265 individualni ponudb, od katerih je bilo potrjenih 248 rezervacij. Zaradi osebnih razlogov gostov (poškodbe, bolezni) je bilo 13 rezervacij odpovedanih, realiziranih pa je bilo 235 individualni rezervacij, s katerimi smo gostili 535 individualni pohodnikov. Ti so na celotni poti (Slovenija, Avstrija, Italija) ustvarili 2.845 nočitev, od tega 2.452 v Sloveniji.

Poleg individualni gostov smo preko slovenskega rezervacijskega centra izvedli tudi 14 skupin s skupno 150 udeleženci, ki so ustvarili 407 nočitev, od tega 311 v Sloveniji. Skupna realizacija leta 2025 tako znaša 3.252 nočitev, pri čemer je večina realizirana v Sloveniji.





Graf: Število nočitev in povprečne dobe bivanja v letih 2015 – 2025

Opažamo trend postopnega krajšanja povprečne dobe bivanja. Povprečna doba nočitev v Sloveniji je v letu 2025 znašala 3,58 noči (2024: 3,89; 2023: 3,86), na ravni etap, ki jih pokriva Booking center v Avstriji, Sloveniji in Italiji pa 4,75 noči (2024: 4,91; 2023: 4,99). Trend kaže na večjo prilagodljivost gostov in krajše itinerarje, kar zahteva nadaljnjo optimizacijo programov ter prilagoditev ponudbe.

Leto	Število individualnih rezervacij	Število nočitev (individualni gosti)		Število skupin	Število nočitev (skupine)	
2013	12	130		3	118	
2014	29	348	168%	1	54	54%
2015	99	843	142%	5	280	418%
2016	107	893	5%	7	466	66%
2017	194	2.074	132%	8	342	-26%
2018	254	2.977	43%	7	399	17%
2019	263	3.574	20%	8	464	16%
2020	106	1.250	-65%	6	254	-45%
2021	159	2.159	72%	15	390	53%
2022	249	3.315	54%	14	343	-12%

2023	262	3.356	1%	15	505	47%
2024	219	2.840	-15%	11	324	-36%
2025	235	2.845	0,20%	14	407	26%

Tabela: Primerjava nočitev v letih 2013 – 2025

Primerjava z obdobjem 2013–2025 kaže, da se je po izrazitem padcu v letu 2020 realizacija stabilizirala. Individualni segment v letu 2025 ostaja na ravni preteklega leta (+0,2 %), medtem ko je segment skupin zabeležil 26-odstotno rast glede na leto 2024, kar nakazuje ponovno krepitev prihodov.

STRUKTURA GOSTOV IN TRGI

Struktura gostov po državah v letu 2025 ostaja primerljiva s preteklimi leti. Najpomembnejši trg ostaja Nemčija, ki predstavlja 53,9 % vseh nočitev. Sledi Avstrija z 19,2 %, kar skupaj potrjuje izrazito prevlado nemško govorečega prostora.

Med drugimi evropskimi trgi izstopa skupina držav Beneluxa. Nizozemska je ustvarila 11,4 % vseh nočitev, Belgija in Luksemburg pa dodatnih 1,2 %, kar skupaj predstavlja 12,6 % realizacije. Ta segment tako predstavlja tretji najpomembnejši trg za Alpe Adria Trail.

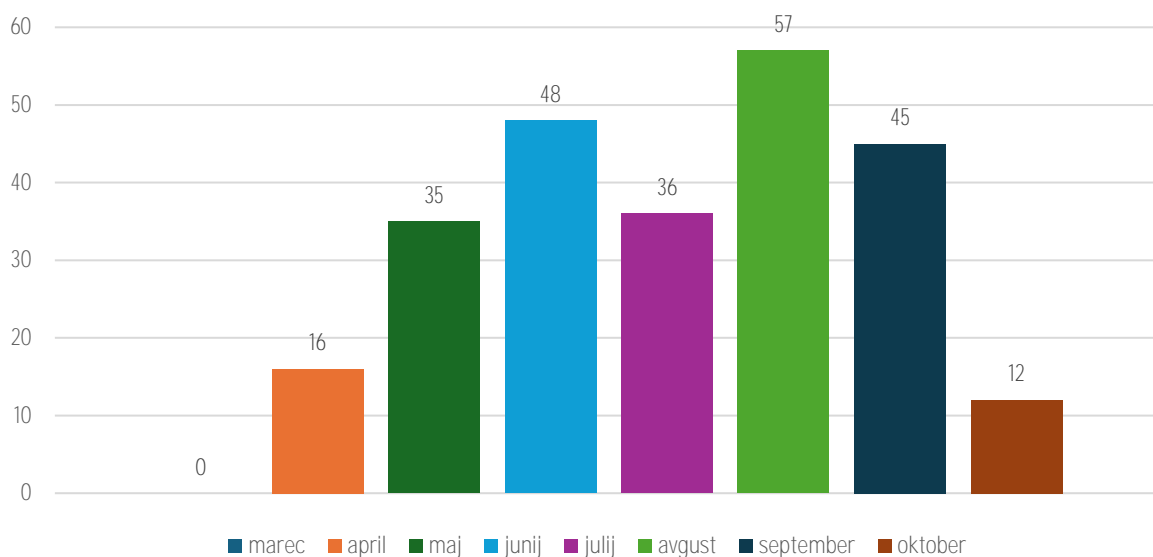
Med ostalimi evropskimi državami so pomembnejši še Švica (3,3 %) in Velika Britanija (2,2 %). Prisotni so tudi gostje iz skandinavskih držav (Švedska, Finska, Danska), vendar v manjšem deležu.

Prekomorski trgi so zastopani v omejenem, a stabilnem obsegu. Združene države Amerike predstavljajo 4,0 % nočitev, Kanada 0,8 % in Avstralija 1,2 %.

Država	Število oseb	Število nočitev	Delež
Nemčija	401	1754	53,9%
Avstrija	144	624	19,2%
Nizozemska	56	372	11,4%
ZDA	16	130	4,0%
Švica	21	106	3,3%
Velika Britanija	9	73	2,2%
Avstralija	2	40	1,2%
Luksemburg	6	36	1,1%

Švedska	2	30	0,9%
Italija	14	29	0,9%
Kanada	4	26	0,8%
Finska	2	22	0,7%
Danska	4	4	0,1%
Poljska	2	4	0,1%
Belgija	2	2	0,1%
SKUPAJ	685	3252	100,0%

Tabela: Struktura gostov po trgih (AAT)



Graf: Realizacija rezervacij po mesecih (AAT)

Sezonska dinamika rezervacij za Alpe Adria Trail potrjuje izrazito koncentracijo povpraševanja v poletnih mesecih, z vrhuncem v avgustu ter zelo dobrim rezultatom v juniju in septembru. Pomladni mesec maj že predstavlja pomemben uvod v sezono, medtem ko se v oktobru povpraševanje izrazito zmanjša. Podatki potrjujejo, da glavnino realizacije ustvarimo v obdobju od junija do septembra.

Ob tem ostajata ključna omejitvena dejavnika v pred- in posezoni predvsem vremenska nestabilnost ter krajši obratovalni čas ali zaprtost posameznih nastanitvenih in gostinskih ponudnikov ob trasi.

Rezervacije so se v letu 2025 začele postopno povečevati v aprilu, vrhunec dosegle v avgustu, sezona pa se je zaključila v oktobru, z zadnjimi odhodi gostov s poti v začetku novembra, kar potrjuje časovno omejenost produkta na približno šestmesečno obdobje z izrazitim poletnim jedrom.

PROSTORSKA RAZPOREDITEV NOČITEV

Znotraj slovenskega dela poti je bilo 2.452 individualnih nočitev razporejenih med destinacije, pri čemer je Dolina Soče ustvarila 1.577 nočitev, Kranjska Gora 436, Brda 317 in območje Sežane (Lipica) 122 nočitev. Dolina Soče tako predstavlja osrednji segment realizacije znotraj slovenskega dela poti.

TIPI STORITEV IN LOGISTIKA

Večina gostov (70 %) se odloča za storitev s polpenzionom, 27 % za nočitev z zajtrkom, približno 3 % rezervacij pa zajema zgolj logistične storitve (prevozi ali prevoz prtljage), saj imajo gostje nastanitve že rezervirane v lastni režiji.

Prevoz prtljage je bil organiziran pri 151 rezervacijah, kar predstavlja 60,6 % vseh rezervacij. Storitve izvajamo izključno med partnerskimi nastanitvami, saj le na ta način lahko zagotovimo operativno učinkovitost in varnost prevoza in hrambe prtljage. Dodatne prevoze z železniških postaj, letališč ali povratne prevoze na izhodišče so gostje naročili pri 108 rezervacijah (43,4 %), struktura naročenih storitev pa ostaja primerljiva z letom 2024.

Kadar gostje nastanitve rezervirajo samostojno, prevoz prtljage v določenih primerih ni mogoč, predvsem pri nastanitvah brez recepcije ali kontaktne osebe, kjer ni zagotovljen varen prevzem in predaja prtljage.

V letu 2025 smo na poti gostili 11 psov, kar predstavlja 4,4 % vseh rezervacij. Delež realizacij je nizek glede na dejansko povpraševanje, saj interes za potovanje s hišnimi ljubljenci narašča, izvedba pa je pogosto omejena zaradi omejene razpoložljivosti nastanitvenih kapacitet, ki sprejemajo živali. Del povpraševanj smo zato primorani zavrniti, v izvedljivih primerih pa program prilagodimo ali organiziramo dodatne prevoze.

IZZIVI PRETEKLE SEZONE

Po izraziti rasti v letu 2023 smo v letu 2024 prvič po pandemiji zaznali upad števila rezervacij in nočitev. V letu 2025 je bila tako na Alpe Adria Trail kot na Juliana Trail ponovno zaznana zmerna rast, vendar realizacija še vedno ne dosega ravni iz leta 2023. To sicer kaže na stabilizacijo povpraševanja po obdobju izrazite postpandemične rasti.

Pomemben operativni izziv ostaja pravočasnost rezervacij. Goste je potrebno spodbujati k rezervacijam že v jesenskem in zimskem obdobju oziroma najkasneje zgodaj spomladi, saj so kapacitete ob poti omejene in se hitro zapolnijo. V pozni pomladi in poleti je razpoložljivost nastanitev močno zmanjšana, kar pogosto onemogoča pripravo ustrezne ponudbe ali pa povzroči tako visoke cene, da jih gostje ne sprejmejo.

RAZVOJ IN STRATEŠKE USMERITVE

Z vidika kakovosti storitve smo med aprilom in začetkom novembra ponovno vzpostavili 10-urno dežurno linijo za goste na poti. V tem obdobju sva zaposleni zagotavljali dosegljivost tudi izven rednega delovnega časa, kar je predstavljalo dodatno organizacijsko obremenitev. V času najvišje sezone (junij–september) je dežurstvo izven rednega delovnega časa prevzel TIC Kobarid, kjer so se na klice odzivali študenti. S tem smo zagotovili neprekinjeno podporo gostom.

Ob koncu leta 2025 smo začeli postopke za pridobitev certifikata Travelife for Tour Operators. Do konca leta 2026 je predvidena pridobitev naziva Partner, kar predstavlja prvi korak v procesu certificiranja. Certifikat bo Booking

centru omogočil sodelovanje s tujimi agencijami, usmerjenimi v trajnostni turizem, hkrati pa opažamo, da trajnostni standardi vse pogostejše postajajo predpogoj za vstop na določene tuje trge.

JULIANA TRAIL, JULIANA BIKE IN JULIANA SKITOUR

JULIANA TRAIL

OBSEG REALIZACIJE IN TRENDI

V letu 2025 smo za Juliana Trail pripravili ponudbe za 196 individualnih interesentov. Pri tem je treba poudariti, da je bilo za posamezne goste zaradi ponovnih usklajevanj in sprememb pripravljenih več verzij ponudb, kar predstavlja pomemben časovni vložek in vpliva na obseg opravljenega dela. Skupno je bilo potrjenih 89 rezervacij (realizacija 45,4 %), od tega je bilo 5 rezervacij naknadno odpovedanih iz osebnih razlogov (bolezen, poškodba). Realiziranih je bilo 84 rezervacij, ustvarjenih pa 1.939 nočitev.

Poleg individualnih gostov smo gostili tudi dve skupini. Za eno skupino smo organizirali zgolj prevoze, za drugo pa celoten paket (nastanitve in prevoze).

JULIANA BIKE

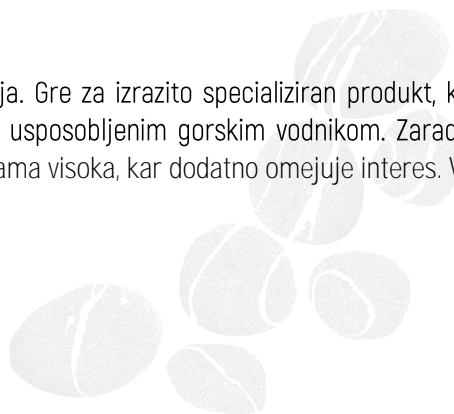
OBSEG REALIZACIJE IN TRENDI

V letu 2025 smo pripravili 7 informativnih ponudb za Juliana Bike, potrjene in izvedene pa so bile 4 rezervacije. Nekateri programi se niso nanašali izključno na krožno kolesarsko pot Juliana Bike, temveč na pridružene kolesarske poti v okviru omrežja Juliana Bike Network. Ti programi so temeljili na stacionarnem bivanju z izvedbo krajših dnevnih tur v okolici.

Povpraševanje po Juliana Bike ostaja nižje v primerjavi z Juliana Trail, kar je povezano z zahtevnejšim značajem produkta in bolj jasno profilirano ciljno skupino, ki jo takšna ponudba nagovarja. Kljub rahli rasti števila rezervacij produkt še vedno nima jasno definirane ciljne skupine, kar vpliva na njegovo tržno učinkovitost. Del gostov smo zato preusmerili na manj zahtevne etape znotraj sekundarnega omrežja Julian Alps Bike Network. Poleg tega so nekateri pohodniki na Juliana Trail ob daljšem bivanju vključili posamezne kolesarske ture, vendar teh zaradi načina evidentiranja ne vodimo pod produkt Juliana Bike.

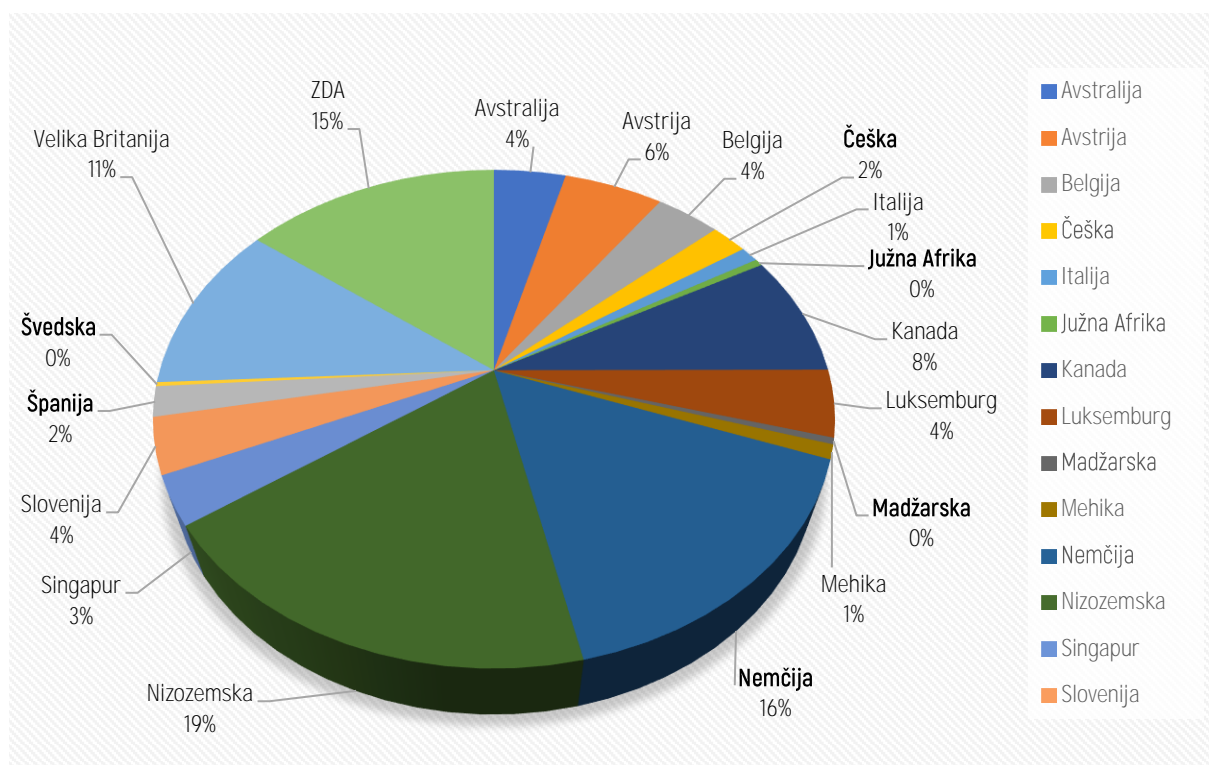
JULIANA SKITOUR

Za Juliana SkiTour v letu 2025 nismo prejeli nobenega povpraševanja. Gre za izrazito specializiran produkt, ki zahteva ustrezno predznanje, ugodne snežne razmere in izvedbo z usposobljenim gorskim vodnikom. Zaradi potrebnih prevozov med etapami in zahtevne logistike je cena programa visoka, kar dodatno omejuje interes. V letu 2025 tako ni bilo pripravljenih ponudb niti realiziranih rezervacij.



STRUKTURA GOSTOV IN TRGI

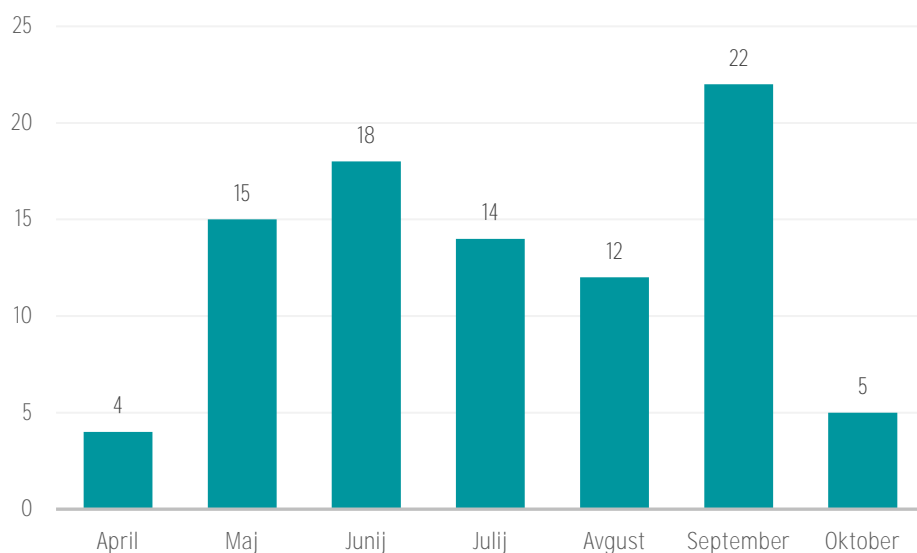
Struktura gostov po državah se v letu 2025 razlikuje od preteklih let. Glede na število nočitev prvič prevladujejo gostje iz Nizozemske (19 %), sledijo Nemčija (16 %) in ZDA (15 %). Te tri države skupaj ustvarijo polovico vseh nočitev na produktu Juliana Trail. Pomemben delež predstavljajo tudi Velika Britanija (11 %) in Kanada (8 %). Sledijo Avstrija (6 %), Avstralija (4 %), Belgija (4 %), Luksemburg (4 %), Slovenija (4 %), Singapur (3 %), Španija (2 %) in Češka (2 %). Manjši delež nočitev ustvarjajo gostje iz Italije in Mehike (po 1 %) ter v manjšem obsegu še Švedska in Južna Afrika.



Graf: Nočitve Juliana Trail po trgih

Še naprej ocenjujemo, da se večina slovenskih pohodnikov na Juliana Trail poda v lastni organizaciji, zato delež domačih gostov v rezervacijskem sistemu ne odraža dejanskega obsega domačega obiska.

V letu 2025 je bilo največ rezervacij realiziranih v septembru (22), sledijo junij (18), maj (15), julij (14) in avgust (12). Najmanj rezervacij smo izvedli v oktobru (5) in aprilu (4).



Graf: Realizacija rezervacij po mesecih (vsi produkti)

Sezonska dinamika potrjuje, da sta pomlad in zgodnja jesen za pohodniške in kolesarske produkte najprimernejši obdobji, saj ponujata ugodnejše vremenske razmere ter manjšo obremenjenost poti in nastanitvenih kapacitet. Goste zato aktivno spodbujamo k načrtovanju poti izven vrhunca poletne sezone.

Omejitveni dejavniki v pred- in posezoni ostajajo morebitna zasneženost etap ter zmanjšan obseg turistične ponudbe ob poti.

Prve goste smo v letu 2025 gostili 17. aprila, zadnji pa so bili na poti do 23. oktobra, kar potrjuje sezonsko omejenost obeh produktov na obdobje približno šestih mesecev.

Leto	Št. rezervacij	Št. gostov	Št. nočitev	Povprečna doba bivanja
2020	23	33	185	5,61
2021	46	114	756	6,63
2022	92	233	2038	8,75
2023	94	222	2101	9,46
2024	62	141	1210	8,58
2025	86	237	1939	8,18

Tabela: Primerjava nočitev in povprečne dobe bivanja v letih 2020 – 2025 (Juliana Trail)

Podatki za obdobje 2020–2025 kažejo izrazito rast produkta Juliana Trail po pandemičnem letu 2020, z vrhom v letih 2022 in 2023, ko je bilo realiziranih več kot 2.000 nočitev letno. V letu 2024 je sledil občuten upad (1.210

nočitev), v letu 2025 pa ponovna rast na 1.939 nočitev, kar predstavlja stabilizacijo produkta, vendar še ne dosega rekordnega leta 2023.

Povprečna doba bivanja se je po izrazitem vrhu v letu 2023 (9,46 noči) v zadnjih dveh letih nekoliko znižala (2024: 8,58; 2025: 8,18), kar nakazuje krajše programe oziroma večjo fleksibilnost gostov pri izbiri posameznih etap. Kljub temu ostaja povprečna dolžina bivanja visoka, kar potrjuje značaj Juliana Trail kot večdnevnega, vsebinsko poglobljenega produkta.

Leto	Št. rezervacij	Št. gostov	Št. nočitev	Povprečna doba bivanja
2021	2	4	10	2,50
2022	3	8	51	6,38
2023	5	12	103	8,58
2024	1	4	16	4,00
2025	4	16	116	7,25

Tabela: Primerjava nočitev in povprečne dobe bivanja v letih 2021 – 2025 (Juliana Bike)

Podatki za obdobje 2021–2025 kažejo, da Juliana Bike ostaja manj obsežen in izrazito nišni produkt v primerjavi s pohodniškim delom ponudbe. Po postopni rasti v letih 2021–2023, ko je bilo zabeleženih 103 nočitev, je v letu 2024 sledil izrazit upad (16 nočitev), v letu 2025 pa ponovno okrevanje na 116 nočitev.

Povprečna doba bivanja v letu 2025 znaša 7,25 noči, kar potrjuje, da se gostje za kolesarski produkt odločajo za večdnevne programe, vendar je obseg realizacij majhen. Nihanja med leti kažejo na občutljivost produkta na tržne razmere, vremenske pogoje in jasnost pozicioniranja produkta na ciljne segmente kolesarjev.

Juliana Bike tako ostaja razvojni produkt z omejenim, a potencialno zanimivim tržnim segmentom, ki zahteva nadaljnjo vsebinsko in tržno opredelitev.

PROSTORSKA PORAZDELITEV NOČITEV

Največ nočitev (249) je bilo tudi v letu 2025 realiziranih na Bledu. Razlogi so večplastni: bližina letališča Brnik, pogosta predhodna ali zaključna nočitev pred oziroma po pohodu ter visoka prepoznavnost in turistična ponudba destinacije.

Sledijo Tolmin (208 nočitev) in Bovec (200 nočitev), nato Stara Fužina oziroma Ribčev Laz (174 nočitev). Goreljek in Kobarid sta ustvarila po 164 nočitev, Bohinjska Bistrica 153. Gre za kraje z večjimi nastanitvenimi kapacitetami, kar omogoča večjo realizacijo rezervacij.

Od tega vzorca odstopata Kranjska Gora (109 nočitev) in Trbiž (31 nočitev). Italijanski del Juliana Trail je zaradi zahtevnosti in manj ustrezne trase pogosto logistično prilagojen s prevozi, zato gostje pot nadaljujejo neposredno

v Kranjsko Goro ali celo na Bled, kjer zaključujejo program. To vpliva tudi na nižji delež nočitev v Mojstrani, na Jesenicah in v Begunjah (45–61 nočitev), kjer je poleg tega ponudba nastanitev omejena.

Kraji v Baški Grapi (Podbrdo, Hudajužna), Most na Soči in Log pod Mangartom so ustvarili med 67 in 85 nočitev, kar kaže na razmeroma enakomerno vključevanje manjše infrastrukture ob poti.

Na večini lokacij ostaja izziv zagotavljanje nočitev za eno noč, zlasti v obdobju glavne sezone (od sredine junija do sredine septembra). Nekateri ponudniki za enodnevne rezervacije še vedno zaračunavajo višje cene, kar vpliva na končno strukturo in konkurenčnost paketov.

TIPI STORITEV IN LOGISTIKA

V letu 2025 se je 69 % gostov odločilo za program s polpenzionom, medtem ko je 31 % gostov izbralo nočitev z zajtrkom. Pri tem je treba upoštevati, da vse nastanitve ob poti ne ponujajo polpenziona; ponekod je na voljo zgolj večerja à la carte ali možnost večerje v bližnji restavraciji, kar vpliva na strukturo izbranih paketov.

Prevoz prtljage je bil organiziran v 63,3 % primerih, prevoz nazaj na izhodišče, do letališča ali železniške postaje pa pri 65,6 % rezervacijah. Dodatno smo izvedli eno skupinsko rezervacijo, pri kateri smo zagotovili zgolj logistične storitve (prevoz oseb in prtljage), brez nastanitvenega dela programa. Podatki potrjujejo, da logistična podpora ostaja ključen element produkta in pomembna dodana vrednost booking centra.

V letu 2025 nismo realizirali nobene rezervacije gostov s psi, kljub prejetim povpraševanjem. Razlog je predvsem pomanjkanje psom prijaznih nastanitvenih kapacitet, saj vse več ponudnikov domačih živali ne sprejema. Posledično je priprava izvedljivega programa logistično zahtevna in pogosto cenovno manj ugodna (dodatni prevozi, omejitve javnega prevoza), kar goste odvrča od rezervacije.

IZZIVI PRETEKLE SEZONE

Prve goste na Juliana Trail smo v letu 2025 gostili že v sredini aprila. Od tega obdobja dalje pomemben delež časa namenjamo pripravi in urejanju potovalnih dokumentov, ki jih še vedno izdelujemo ročno. Analiza iz leta 2024 je pokazala, da obstoječi booking sistem ne omogoča ustreznega podajanja vseh ključnih informacij, ki jih pohodniki potrebujejo na poti (vozni redi, vsebinske informacije o destinacijah, priporočila ipd.), prav tako ni prilagojen gostom, ki krožno pot začenejo na alternativnih izhodiščih (npr. Jesenice, Bled). V takšnih primerih bi bilo potrebno prek sistema pripraviti več ločenih ponudb in dokumentov, kar bi gostom otežilo preglednost ter razumevanje ključnih informacij o njihovih programih.

Čeprav prevoze iz sistema izvozimo avtomatizirano, jih je zaradi občasnih napak in neskladij še vedno potrebno ročno pregledati in prilagoditi. Tako priprava potovalnih dokumentov kot logistike prevozov ostaja časovno zahtevna in predstavlja pomemben organizacijski izziv.

S pripravo ponudb za sezono 2025 smo začeli že novembra 2024. Do konca marca 2025 je bilo potrjenih več rezervacij kot v primerljivem obdobju preteklih let, kar kaže na pozitiven odziv trga. Od aprila dalje pa se je zaradi porasta rezervacij v zadnjem trenutku pojavilo več težav pri zagotavljanju ustreznih nastanitev. Največ povpraševanja za meseca maj in junij smo prejeli prav v aprilu, ko so bile številne partnerske kapacitete že zapolnjene. Posledično so bile razpoložljive alternative cenovno manj konkurenčne in pogosto niso bile potrjene. V prihodnje bo zato nujno sistematično spodbujati goste k zgodnejšim rezervacijam, idealno že ob koncu jeseni za naslednjo sezono.

RAZVOJ IN STRATEŠKE USMERITVE

Kljub ponovni rasti prodaje paketov na Juliana Trail (in Juliana Bike) realizacija ostaja pod ravni iz let 2022 in 2023. To kaže na potrebo po okrepljenih in vsebinsko prenovljenih marketinških kampanjah, usmerjenih v ključne trge (ZDA, Nemčija, Benelux, Avstralija). Po šestih letih od otvoritve je zaznati določeno upadanje začetnega navdušenja nad produktom, zato bo poleg promocijskih aktivnosti potrebno tudi vsebinsko nadgrajevanje poti in jasno pozicioniranje produkta pri najpomembnejših ciljnih segmentih.

DRUGA TRŽNA DEJAVNOST

Druga tržna dejavnost zajema prodajo drobnega trgovskega blaga, kart in dovolilnic v turistično-informacijskih centrih ter na vstopnih točkah v destinaciji.

Ponudba je vsebinsko usklajena z osnovnim poslanstvom zavoda in podpira ključne aktivnosti destinacije. Med pomembnejše segmente sodijo dovolilnice za plovbo, ribiške dovolilnice, parkirne dovolilnice, najem športnih površin (npr. teniško igrišče) ter prodaja tematskih knjig, vodnikov, zemljevidov, razglednic in drugih spominskih artiklov.

Prodajni program je oblikovan tako, da dopolnjuje informacijsko dejavnost zavoda ter obiskovalcem omogoča dostop do relevantnih storitev in vsebin. Od vzpostavitve kolektivne blagovne znamke *Iz Doline Soče* je prodajni program prednostno usmerjen v certificirane lokalne izdelke višje kakovosti, s čimer zavod krepi prepoznavnost lokalnih ponudnikov in povečuje ustvarjanje dodane vrednosti v destinaciji.

DESTINACIJSKA KARTICA

V sezoni 2025 (od konca aprila do konca oktobra) je destinacijska kartica gostom omogočala brezplačen vstop na 11 znamenitosti v Dolini Soče, dodatno tri brezplačne znamenitosti oziroma doživetja v Julijskih Alpah ter popust pri obisku dveh znamenitosti v Benečiji. Poleg tega je kartica vključevala brezplačno uporabo določenih javnih prevozov: povratno vozovnico z vlakom, sezone shuttle prevoze ter Hop-On Hop-Off avtobuse v Dolini Soče in Bohinju.

V letu 2025 smo ponudbo kartice nadgradili z vključitvijo Ribiške hiše, s čimer smo okrepili vsebino na bovškem območju. Po dogovoru z ZKŠTM Kanal pa smo iz ponudbe umaknili dve znamenitosti iz Kanala, ki sta bili vključeni promocijsko in nista beležili večjega obiska s kartico.

PRODAJA PO MESECIH

Uradna prodaja kartice se je začela 26. aprila, prve kartice pa so bile prodane 19. maja. Analiza kaže, da v zgodnjem spomladanskem obdobju destinacija nima izrazite ciljne skupine za tovrstni produkt. V tem času prevladujejo segmenti gostov (kajakaši, pohodniki, individualni obiskovalci z že načrtovanim programom), ki destinacijske kartice praviloma ne kupujejo.

Med 26. aprilom in 31. oktobrom 2025 je bilo prodanih 348 kartic. Največja prodaja je bila realizirana v juliju (121) in avgustu (160), kar potrjuje, da je kartica najprivlačnejša v vrhuncu poletne sezone, ko v destinaciji prevladujejo gostje, usmerjeni v obisk znamenitosti.

Mesec	Odrasli (25,00€)	Otroci (15,00€)	Otroci-mali (0,00€)	Skupaj
Maj	12	0	1	13
Junij	27	3	0	30
Julij	94	18	9	121
Avgust	119	35	6	160
September	21	0	0	21
Oktober	3	0	0	3
Skupaj	276	56	16	348

V strukturi prodaje je bilo 79,3 % kartic za odrasle, 16,1 % plačljivih otroških in 4,6 % brezplačnih otroških kartic.

PRODAJA PO PRODAJNIH MESTIH

V letu 2025 se je kartica prodajala izključno na TIC-ih v Dolini Soče (v fizični ali digitalni obliki). Lokalni ponudniki imajo možnost prodaje, vendar goste večinoma usmerjajo na TIC.

Prodajno mesto	Skupaj kartic	Odrasle (25,00€)	Otroške plačljive (15,00€)	Otroci-mali (0,00€)	Delež
TIC Tolmin	150	131	16	3	43,10%
TIC Kobarid	136	97	31	8	39,10%
TIC Bovec	62	48	9	5	17,80%
Skupaj	348	276	56	16	100,00%
Delež	100,00%	79,30%	16,10%	4,60%	

Tabela: Prodane destinacijske kartice po prodajnih mestih

Največ kartic je bilo prodanih na TIC Tolmin (43,1 %), sledil je TIC Kobarid (39,1 %), najmanj pa TIC Bovec (17,8 %). Prodaja v Bovcu ostaja občutno nižja kot v preteklih letih, kar je predvsem posledica neobratovanja žičnice na Kanin. Nasprotno pa sta TIC Tolmin in TIC Kobarid zabeležila rast prodaje v primerjavi z lanskim letom.

STATISTIKA KORIŠČENJA

Analiza koriščenja kaže izrazito koncentracijo obiska.

Storitev	Število koriščenj	Delež	Delež izkoriščenih kartic
Tolminska korita	325	25,40%	93,40%
Kobariški muzej	212	16,60%	60,90%
Muzej Planika	173	13,50%	49,70%
Javorca	133	10,40%	38,20%
Slap Kozjak	113	8,80%	32,50%
Trdnjava Kluže	93	7,30%	26,70%
Botanični vrt Juliana	80	6,30%	23,00%
Tolminski muzej	71	5,60%	20,40%
Muzej Dom Trenta	53	4,10%	15,20%
Ribiška hiša	18	1,40%	5,20%
Gregorčičeva hiša	7	0,50%	2,00%
Skupaj	1278	100,00%	367,20%

Analiza koriščenja destinacijske kartice kaže izrazito koncentracijo obiska na ključnih znamenitostih. Skoraj vsi imetniki kartice so obiskali Tolminska korita, saj je to storilo kar 93,4 % vseh gostov. Tolminska korita tako ostajajo osrednji motiv za nakup kartice. Zelo visok delež obiska beleži tudi Kobariški muzej, ki ga je obiskalo 60,9 % imetnikov kartice, kar je primerljivo z lanskim letom.

Opazen je izrazit porast obiska Muzeja Planika, kjer je bilo koriščenih 173 kartic, kar predstavlja skoraj polovico vseh prodanih kartic. V preteklih letih se je delež koriščenja gibal med 20 % in 30 %, zato letošnji rezultat pomeni pomembno rast prepoznavnosti in vključevanja te vsebine v obiskovalčev program.

Dobro obiskani ostajata tudi Javorca, ki jo je z destinacijsko kartico obiskalo 38,2 % gostov, ter Slap Kozjak z 32,5 %. Pri Javorci se delež koriščenja skozi leta postopno povečuje, medtem ko se pri Slapu Kozjak kaže rahel upad.

Ostale znamenitosti dosegajo med 15 % in 26 % koriščenja, z izjemo Ribiške hiše in Gregorčičeve hiše, kjer je delež ostal pod 10 %.

Gostje so s kartico v povprečju obiskali 3–4 znamenitosti, kar potrjuje, da kartica deluje kot spodbujevalec dodatnih obiskov in podaljšanja bivanja.

Za nekatere vključene prevoze in znamenitosti, kjer velja sistem »show your card«, natančna statistika koriščenja ni na voljo.

PRIMERJAVA 2019–2025

Prodaja v letu 2025 (348 kartic) je nekoliko višja kot v letu 2024 (303 kartice), vendar ostaja bistveno nižja kot v rekordnih letih 2022 (710) in 2023 (629). Skupno število koriščenj je v letu 2025 znašalo 1.278.

Leto	Število prodanih kartic	Število koriščenj
2019	133	463
2020	341	1503
2021	274	1156
2022	710	2524
2023	629	1964
2024	303	1060
2025	348	1278

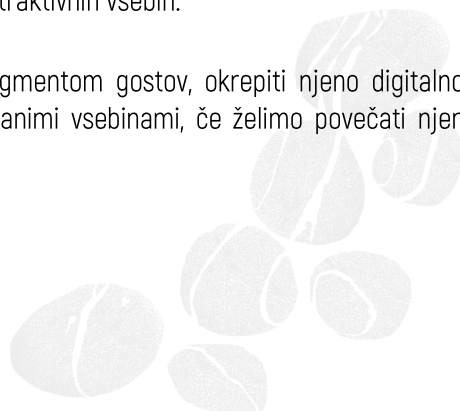
Prostorska porazdelitev prodaje pa ostaja neenakomerna. V Bovcu je še vedno zaznan občuten upad prodaje destinacijske kartice, kar je neposredno povezano z neobratovanjem žičnice na Kanin, ki je v preteklih letih predstavljala pomemben motiv za nakup kartice.

Nasprotno pa sta TIC Tolmin in TIC Kobarid v primerjavi z lanskim letom zabeležila višjo prodajo, kar je prispevalo k skupni rasti prodaje na ravni destinacije.

Destinacijska kartica ostaja smiselni dopolnilni produkt, zlasti v poletni sezoni, ko nagovarja segment gostov, usmerjenih v obisk znamenitosti. Prispeva k večji preglednosti ponudbe in spodbuja obisk več vsebin, vendar je njen učinek na razpršitev obiska omejen, saj je koriščenje izrazito skoncentrirano na nekaj ključnih točkah.

Z vidika trajnosti ima kartica potencial predvsem kot orodje za usmerjanje obiskovalcev in spodbujanje uporabe javnega prevoza, vendar ta funkcija trenutno ni v celoti izkoriščena. Produkt je izrazito vezan na poletno sezono, njegova prodaja pa je močno odvisna od vključitve prepoznavnih in atraktivnih vsebin.

V prihodnje bo treba razmisliti, ali kartico prilagoditi različnim segmentom gostov, okrepiti njeno digitalno uporabo ter jo tesneje povezati z javnim prevozom in manj obiskanimi vsebinami, če želimo povečati njen trajnostni učinek.



INFORMACIJSKA SLUŽBA

Informacijska služba predstavlja enega ključnih operativnih mehanizmov upravljanja destinacije Dolina Soče. Zavod upravlja turistično-informacijske centre v Bovcu, Kobaridu in Tolminu ter informacijsko točko v Podbrdu (v sodelovanju s Turističnim društvom Podbrdo), delovanje mreže pa dopolnjuje tudi pogodbeno sodelovanje s TIC Kanal. S tem je zagotovljena prostorsko razvejna in stalna prisotnost informacijske podpore v celotni destinaciji.

Vloga TIC-ov vključuje neposredno informiranje in svetovanje obiskovalcem, usmerjanje turističnih tokov, sodelovanje s ponudniki ter prodajo blaga in storitev. Poleg podajanja informacij centri sistematično spremljajo obseg in strukturo obiska ter zbirajo povratne informacije gostov, ki predstavljajo pomembno analitično podlago za upravljanje destinacije.

V letu 2025 so TIC-i delovali v pogojih rasti obiska ter zagotavljali večjezično svetovanje o poteh, mobilnosti, dogodkih in odgovornem ravnanju v naravi, kar je neposredno podpiralo cilje trajnostnega upravljanja destinacije.

S strokovnim svetovanjem so TIC-i aktivno prispevali k razprševanju obiska in zmanjševanju pritiskov na najbolj obremenjene lokacije. Neposreden stik z več deset tisoč obiskovalci letno predstavlja pomemben operativni vpliv na varnost, kakovost izkušnje ter prostorsko razporeditev turističnega prometa.

TIC-i so hkrati pomemben podporni mehanizem lokalnemu gospodarstvu. V letu 2025 so izvajali prodajo destinacijske kartice, ribiških dovolilnic, dovolilnic za plovbo na Soči ter lokalnih izdelkov in storitev, vključno s certificiranimi produkti kolektivne blagovne znamke »Iz Doline Soče«, s čimer so neposredno prispevali k promociji in prodaji lokalne ponudbe.

STATISTIKA OBISKOV TURISTIČNO-INFORMACIJSKIH CENTROV

	JAN	FEB	MAR	APR	MAJ	JUN	JUL	AVG	SEP	OKT	NOV	DEC	SKUPAJ
TIC Bovec	55	47	59	641	1.893	3.597	6.783	9.554	4.125	1.111	103	87	28.055
TIC Kobarid	42	59	122	364	612	1.679	2.713	3.174	1.321	649	113	51	10.899
TIC Tolmin	26	14	35	210	478	960	2.166	2.830	1.157	316	38	46	8.276
SKUPAJ 2025	123	120	216	1.215	2.983	6.236	11.662	15.544	6.603	2.076	254	188	47.220
SKUPAJ 2024	82	143	285	777	2.419	5.451	11.836	14.866	4.929	1.418	198	217	42.621

Tabela: statistika obiskov turistično-informacijskih centrov po mesecih v 2025 in primerjava z 2024

V letu 2025 so turistično-informacijski centri v Bovcu, Kobaridu in Tolminu skupaj zabeležili 47.220 obiskov, kar predstavlja 11-odstotno rast v primerjavi z letom 2024. Rast potrjuje povečano potrebo po osebnem informiranju obiskovalcev ter okrepljeno vlogo informacijske službe v času glavne turistične sezone.

Največ obiskov je v letu 2025 zabeležil TIC Bovec (28.055), kar predstavlja 11-odstotno rast glede na leto 2024. Sledita TIC Kobarid z 10.899 obiski in 2-odstotnim povečanjem ter TIC Tolmin z 8.276 obiski, kjer je bila rast najbolj izrazita in je znašala 23 %. Razlike v stopnji rasti med posameznimi centri sledijo strukturi turističnega prometa znotraj destinacije in odražajo specifično lokalno dinamiko, hkrati pa potrjujejo pomen razvejane mreže informacijskih točk za učinkovito upravljanje obiska.

Sezonska dinamika obiskov je izrazito usklajena s sezonsko razporeditvijo nočitev. Največ obiskov je bilo zabeleženih v juliju (11.662) in avgustu (15.544), kar potrjuje visoko koncentracijo informativnih potreb v času največje obremenitve prostora. V tem obdobju ima usmerjanje obiskovalcev, svetovanje glede razpršitve obiska ter podajanje informacij o varnem in trajnostnem ravnanju poseben pomen za uravnoteženo upravljanje destinacije.

Kazalnik	2024	2025	Sprememba
Skupno število obiskov TIC-ov	42.621	47.220	11%
Število obiskov TIC Bovec	25.365	28.055	11%
Število obiskov TIC Kobarid	10.651	10.899	2%
Število obiskov TIC Tolmin	6.742	8.276	23%

Tabela: Obseg in rast neposrednega informiranja

STRUKTURA OBISKOVALCEV PO DRŽAVAH

Med obiskovalci TIC-ov so v letu 2025 prevladovali gostje iz Nemčije (28,8 %), sledili so slovenski gostje (14,5 %) in gostje iz Francije (7,3 %). Struktura po trgih je primerljiva s strukturo nočitev v destinaciji, kar potrjuje, da TIC-i niso namenjeni zgolj domačim obiskovalcem, temveč predstavljajo pomembno podporo tudi mednarodnim gostom.

TIC BOVEC

TIC Bovec je v letu 2025 zabeležil 28.055 obiskov in tako ustvaril največji delež med vsemi informacijskimi centri v destinaciji. Obisk je izrazito sezonsko skoncentriran, z vrhom v avgustu (9.554 obiskov) in juliju (6.783 obiskov).

Struktura obiskovalcev kaže izrazito mednarodni značaj centra. Največ obiskovalcev prihaja iz Nemčije (8.936), sledijo gostje iz Francije (2.845), Slovenije (2.709) in Nizozemske (2.155). Pomembno so zastopani tudi gostje iz Češke, Združenega kraljestva, Španije in Italije. Raznolika struktura izvornih trgov potrjuje široko mednarodno prepoznavnost območja ter pomen kakovostnega večjezičnega svetovanja.

Ob visokem deležu tujih gostov TIC Bovec opravlja ključno vlogo neposrednega informiranja in usmerjanja obiskovalcev v času največjih prostorskih obremenitev.

TIC KOBARID

TIC Kobarid je v letu 2025 zabeležil 10.899 obiskov. Obisk je prav tako izrazito skoncentriran v juliju in avgustu.

Največ obiskovalcev prihaja iz Slovenije (3.114), sledijo gostje iz Nemčije (2.410) in Italije (1.266). Opazen je tudi delež gostov iz Francije, Nizozemske, Španije in Češke. Struktura obiskovalcev kaže močno prisotnost regionalnih in bližnjih trgov ob hkratni mednarodni komponenti.

TIC Kobarid ima pomembno vlogo pri informiranju individualnih obiskovalcev ter dnevnih gostov, zlasti na območju z izrazito koncentracijo naravnih in kulturnozgodovinskih znamenitosti, kjer je pravočasno usmerjanje ključno za razbremenitev najbolj izpostavljenih točk.

TIC TOLMIN

TIC Tolmin je v letu 2025 zabeležil 8.276 obiskov. Sezonska dinamika sledi splošnemu vzorcu destinacije, z vrhom v juliju in avgustu.

Med obiskovalci prevladujejo gostje iz Nemčije (2.271), sledijo slovenski gostje (1.006), gostje iz Francije (793), Italije (746) in Nizozemske (725). Struktura potrjuje izrazito mednarodno naravnost centra ter pomembno vlogo pri informiranju individualnih tujih gostov.

TIC Tolmin predstavlja pomembno podporno točko za obiskovalce, ki iščejo informacije o pohodništvu, aktivnostih v naravi ter drugih doživetjih širšega območja.

RAZVEJANA MREŽA TURISTIČNO-INFORMACIJSKIH CENTROV

Primerjava podatkov treh informacijskih centrov kaže, da posamezne lokacije nagovarjajo deloma različno strukturo obiskovalcev. TIC Bovec izkazuje najvišji obseg in izrazito mednarodno razpršenost trgov, TIC Kobarid ima večji delež domačih in bližnjih trgov, TIC Tolmin pa močno prisotnost nemškega in zahodnoevropskega trga.

Razlike v strukturi obiskovalcev potrjujejo, da informacijska služba ni enotna in nadomestljiva na eni sami lokaciji, temveč je prilagojena značilnostim posameznih območij. Mreža TIC-ov omogoča prostorsko razpršeno upravljanje obiskovalcev ter neposreden stik z različnimi ciljnimi skupinami.

Več kot 47.000 neposrednih stikov z obiskovalci v enem letu jasno potrjuje, da TIC-i predstavljajo enega ključnih operativnih mehanizmov upravljanja destinacije. Njihova vloga presega zgolj podajanje informacij; vključuje aktivno usmerjanje obiskovalcev, zmanjševanje pritiskov na najbolj obremenjene lokacije, spodbujanje trajnostnega ravnanja ter podporo lokalnemu gospodarstvu.

V razmerah naraščajočega turističnega prometa in izrazite sezone koncentracije bi zmanjševanje ali ukinjanje informacijskih centrov pomenilo oslabitev enega ključnih mehanizmov upravljanja destinacije. Nasprotno – podatki kažejo, da je za zagotavljanje varnega, trajnostnega in kakovostnega razvoja turizma potrebno informacijsko mrežo nadalje krepiti in prilagajati novim izzivom.

AKTIVNOSTI TIC BOVEC V LETU 2025

V letu 2025 je TIC Bovec poleg ustaljenih nalog turistično-informacijskega centra izvajal tudi številne operative in strokovne aktivnosti, povezane z upravljanjem turistične infrastrukture, mobilnosti ter podporo dogodkom in razvojnim pobudam v občini. Delo je potekalo skozi vse leto, ob sezonski kadrovske okrepitvi v času glavne turistične sezone, s poudarkom na neposrednem stiku z obiskovalci, aktivnem sodelovanju z lokalnimi deležniki ter podpori upravljanju destinacije.

Poleg neposrednega informiranja je TIC skrbel za sistematično vodenje evidence obiska ter spremljanje odzivov obiskovalcev, kar predstavlja pomembno podlago za nadaljnje načrtovanje ukrepov. Redno je potekalo posodabljanje ter distribucija informativnih in promocijskih materialov, center pa je sodeloval tudi na sejmi in strokovnih delavnicah doma in v tujini, kjer je aktivno predstavljal destinacijo Dolina Soče.

UPRAVLJANJE INFRASTRUKTURE IN SPREMLJANJE STANJA NA TERENU

TIC Bovec je aktivno zbiral povratne informacije obiskovalcev ter spremljal stanje pohodniške in druge turistične infrastrukture. Vodene so bile evidence opažanj, ugotovitve pa so bile posredovane pristojnim službam in pogodbenim vzdrževalcem. S tem je TIC opravljal pomembno terensko funkcijo spremljanja kakovosti infrastrukture.

V okviru operativnih nalog je TIC upravljal tudi parkomat na parkirišču Virje (v lasti Občine Bovec), kar je vključevalo pripravo sistema na sezono, izklop ob zaključku obratovanja, praznjenje in polog gotovine ter odpravljanje tehničnih napak.

MOBILNOST IN SEZONSKI PREVOZI

Pomemben del aktivnosti je predstavljalo sodelovanje z Občino Bovec pri organizaciji sezonskih avtobusnih prevozov Hop-On Hop-Off. TIC je sodeloval pri usklajevanju voznih redov (liniji Bovec–Lepena in Bovec–Mangartsko sedlo) ter na predlog TIC-a v letu 2025 prispeval k vzpostavitvi krožne linije Bovec–Virje (Plužna)–slap Boka–Čezsoča–Bovec.

Uspešno so bila izvedena tudi pogajanja za razširitev obratovanja koncesionirane linije Bovec–Vršič–Kranjska Gora na vsakodnevne prevoze v juniju. TIC je poskrbel za oblikovanje, tisk in distribucijo voznih redov po vseh postajališčih.

Te aktivnosti so neposredno prispevale k razbremenjevanju cestnega prometa in usmerjanju obiskovalcev k trajnostnejšim oblikam mobilnosti.

PRODAJNA DEJAVNOST IN DOVOLILNICE

TIC je skrbel za posodabljanje prodajnega programa ter naročanje novih izdelkov s poudarkom na lokalno izdelanih artiklih. V letu 2025 je potekala tudi prodaja dovolilnic za uporabo vstopno izstopnih mest na reki Soči in Koritnici ter priprava ponudb organiziranim skupinam v času zaprtja Trdnjave Kluže.

SODELOVANJE PRI DOGODKIH IN LOKALNIH POBUDAH

TIC Bovec je aktivno sodeloval pri izvedbi in podpori številnim dogodkom, med drugim:

- tradicionalnem dogodku Od jaslic do jaslic (v organizaciji Sekcije mladih TD Bovec),
- prvi izvedbi dogodka Wca z Bca gre na potep v času prvomajskih počitnic (v organizaciji Sekcije mladih TD Bovec),
- sodelovanju pri organizaciji in podpori dogodka Blitz Bovec maraton, v okviru katerega je TIC zagotavljal logistično podporo organizatorjem (hrambo nagrad) ter informiranje tekačev in spremljevalcev na dan dogodka. Zavod je kot sponzor sodeloval tudi pri sofinanciranju oglaševalskih aktivnosti.
- v marcu in aprilu je TIC sodeloval pri zbiranju in posredovanju informacij o čistilnih akcijah v organizaciji lokalnih društev ter omogočal prevzem brezplačnih rokavic in vrečk za udeležence akcij.
- Zavod je sodeloval tudi na strokovnih delavnicah (Občinska celostna prometna strategija, srečanja TNP ipd.).
- Redno sodelovanje s ponudniki turističnega gospodarstva pri usklajevanju informacij, promociji ponudbe ter reševanju operativnih vprašanj.

DECEMBRSKO DOGAJANJE

Turizem Dolina Soče je v sodelovanju z Občino Bovec v letu 2025 prevzel organizacijo praznične okrasitve kraja ter izvedbo silvestrovanja. Okrasitev je, tako kot v preteklih letih, izvedel Robert Erzetič s.p. V okviru priprav je bilo ugotovljeno, da je del obstoječe praznične razsvetljave dotrajan in tehnično neustrezen, zato je bila v dogovoru z Občino izvedena delna nabava nove razsvetljave ter zamenjava najbolj poškodovanih elementov. Tradicionalni prižig prazničnih lučk je potekal 5. decembra 2025.

Organizator silvestrovanja je bil izbran na podlagi javnega povabila; za izvedbo dogodka je bil izbran Danjel Tomažinčič s.p. Silvestrovanje je potekalo na parkirišču pred Kulturnim domom Bovec pod šotorom z zagotovljeno gostinsko ponudbo Kburger. Program je vključeval otroško zabavo »Dejan dogaja Matineja«, DJ program ter osrednji glasbeni nastop skupine Dejan Dogja Band. Dogodek je bil dobro obiskan in je pomembno prispeval k prazničnemu vzdušju ter oživitvi kraja v zaključku leta.

DRSALIŠČE BOVEC

V novembru 2025 je bil z Občino Bovec sklenjen dogovor, da Turizem Dolina Soče prevzame organizacijo upravljanja drsališča v Bovcu z namenom obogatitve zimske ponudbe ter spodbujanja druženja lokalnega prebivalstva in obiskovalcev.

Drsališče je bilo v decembru 2025 postavljeno na parkirišču pred Kulturnim domom Bovec in je obratovalo od 6. decembra 2025 do 20. januarja 2026. Upravljelec je bil izbran na podlagi javnega povabila; za sezono 2025/2026 je bila izbrana družba Soča Rafting d.o.o., ki je skrbela za vzdrževanje ledene ploskve, izposoja drsalk ter nemoteno obratovanje.

V času obratovanja so bile izvedene tudi spremljevalne vsebine, med drugim pravljica na ledu, predstavitev osnov drsanja za otroke v sodelovanju z učiteljicama Drsalnega kluba Labod Bled, praznično dogajanje z gostinsko ponudbo in glasbenim programom ter predstavitev Inline hokej kluba Mufloni Tolmin.

Največji obisk je bil zabeležen v času božično-novoletnih praznikov, po praznikih pa je drsališče v večji meri služilo lokalnim otrokom. Projekt je prispeval k dodatni zimski ponudbi destinacije ter k oživiljanju javnega prostora v obdobju izven glavne turistične sezone.

BOFF - BOVEC OUTDOOR FILM FESTIVAL

Zavod je v dogovoru z Občino Bovec v letu 2025 sofinanciral tudi Bovec Outdoor Film Festival (BOFF), ki tradicionalno bogati kulturno in turistično ponudbo Bovca v zaključku leta. Festival, ki se razvija že 18 let, sledi sodobnim trendom športnega turizma in outdoor segmenta ter predstavlja prepoznavno blagovno znamko z nacionalnim in vse bolj mednarodnim dosegom, saj privablja obiskovalce iz celotne Slovenije in tujine.

Program festivala je bil nadgrajen z dodatnimi vsebinami, hkrati pa je bilo okrepljeno sodelovanje z različnimi institucijami in organizacijami, med drugim z Zavodom za turizem, kulturo, mladino in šport Kanal, Kinoateljejem Gorica [Italija], Posoškim razvojnim centrom, Alpsko konvencijo, Planinskim muzejem Mojstrana in Planinskim društvom Tolmin. BOFF tako ostaja pomemben del zimske ponudbe destinacije ter predstavlja potencial za nadaljnjo vsebinsko in razvojno nadgradnjo v prihodnjih letih.

AKTIVNOSTI TIC KOBARID V LETU 2025

TIC Kobarid je v letu 2025 obratoval skozi vse leto. Skupni obisk je bil nekoliko višji kot v letu 2024, pri čemer sta bila nižja obiska zabeležena le v mesecih oktobru in decembru. Obisk šolskih skupin v pred- in posezoni je pomembno prispeval k obiskanosti TIC-a ter potrjuje njegovo vlogo kot informacijske in interpretacijske točke tudi izven glavne turistične sezone.

Poleg rednega informiranja obiskovalcev je TIC izvajal dodatne operativne in razvojne aktivnosti, povezane s podporo daljinskim potem, promocijo destinacije, organizacijo dogodkov ter nadgradnjo lokalne informacijske infrastrukture.

PODPORA POHODNIŠKIM POTEV IN BOOKING CENTRU

V času glavne sezone je TIC Kobarid zagotavljal dežurstvo Booking centra za poti Alpe Adria Trail in Juliana Trail, ki so ga v popoldanskem času ter ob vikendih izvajali študenti. S tem je center zagotavljal podporo pohodnikom na daljinskih poteh ter prispeval k nemotenemu delovanju sistema rezervacij in informiranja.

V letu 2025 je potekala tudi obnova markacij na poteh Juliana Trail in Alpe Adria Trail na območju Občine Kobarid ter sanacija posameznih odsekov, kjer je bilo to potrebno. Aktivnosti so prispevale k ohranjanju kakovosti in varnosti pohodniške infrastrukture.

PROMOCIJA IN PRODAJNI PROGRAM

TIC je skrbel za oblikovanje in pripravo promocijskih materialov ter letakov za dogodke in razstave v Zeleni hiši. Izvedeni so bili ponatisi ključnih promocijskih brošur (trganka Kobarid/Breginjski kot, Drežnica, Kobariška

zgodovinska pot – poleg ostalih jezikov je bil izveden tudi ponatis francoske različice – ter Nadiža in Breginjski kot).

Redno je potekalo dodajanje novih produktov v prodajni program, zlasti izdelkov z znakom kakovosti »Iz Doline Soče«, s čimer je TIC prispeval k promociji lokalne ponudbe in kolektivne blagovne znamke.

TIC Kobarid se je udeleževal sejmov in strokovnih delavnic doma in v tujini ter tako aktivno predstavljal destinacijo Dolina Soče.

SODELOVANJE IN ČEZMEJNE AKTIVNOSTI

V letu 2025 se je nadaljevalo čezmejno sodelovanje z DMO Benečija, med drugim s predstavitvijo njihove ponudbe na prireditvi Jestival v Kobaridu. Sodelovanje prispeva k povezovanju širšega čezmejnega prostora ter nadgradnji skupne promocije območja.

PODPORA DOGODKOM IN ORGANIZACIJA JESTIVALA

TIC je aktivno sodeloval pri koordinaciji in izvedbi dogodkov v Zeleni hiši ter pri večjih javnih prireditvah, med drugim »Poletje v Kobaridu« in »Koncert miru«, kjer je skrbel za koordinacijo in zbiranje ponudnikov.

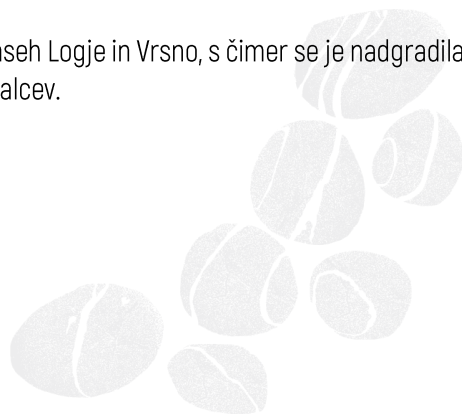
Osrednji organizacijski projekt leta je predstavljal Jestival – festival okusov in umetnosti, katerega celotno organizacijo in izvedbo je tudi v letu 2025 prevzel TIC Kobarid. Projekt je zajemal vse faze priprave – od vsebinske zasnove, koordinacije ponudnikov in sodelujočih ustvarjalcev, logistične organizacije ter promocije do operative izvedbe na terenu.

Jestival predstavlja osrednji kulinarčno-kulturni dogodek Kobarida, ki združuje lokalne gostince, pridelovalce, nosilce znaka kakovosti »Iz Doline Soče« ter ustvarjalce z območja. Dogodek neposredno podpira promocijo lokalnih produktov in kratkih dobavnih verig ter krepi sodelovanje med ponudniki. Pomemben je tudi njegov časovni vidik, saj poteka izven vrhunca poletne sezone in tako prispeva k podaljševanju obiska ter večji dinamiki kraja v jesenskem obdobju.

V letu 2025 je bil festival certificiran v okviru Kolektivne blagovne znamke »Iz Doline Soče«, s čimer je bila formalno potrjena njegova kakovostna raven ter usklajenost s standardi destinacije.

SIGNALIZACIJA

V letu 2025 je potekalo oblikovanje in izdelava informacijskih tabel v vaseh Logje in Vrsno, s čimer se je nadgradila lokalna informacijska infrastruktura ter izboljšala orientacija obiskovalcev.



AKTIVNOSTI TIC TOLMIN V LETU 2025

V letu 2025 je TIC Tolmin nadaljeval z izvajanjem ustaljenih informacijskih in operativnih nalog. Urnik delovanja je bil, skladno s povpraševanjem, prilagojen sezonski dinamiki obiska. V primerjavi z letom 2024 je bil obisk TIC-a za 23 % višji. Medtem ko so bili zimski meseci nekoliko šibkejši, so julij, avgust in zlasti september izkazovali izrazito rast obiska.

Opazno je bilo tudi povečanje obiska domačinov, ki v prodajnem prostoru iščejo lokalna darila in izdelke. Prodajni program se sistematično nadgrajuje, pri čemer imajo prednost izdelki s certifikatom kakovosti TKBZ »Iz Doline Soče«, s čimer TIC aktivno podpira kolektivno blagovno znamko in lokalne proizvajalce.

V letu 2025 je bila nadgrajena tudi vidnost centra – TIC je bil dodatno označen z nalepkami na okenskih površinah, naročen je bil samostojeci označevalni stebriček ter nova označevalna tabla »i«, ki bo nameščena ob vhodu v center.

Nova digitalna oglasna deska pred stavbo Krajevne skupnosti Tolmin (postavitev je izvedla Krajevna skupnost Tolmin) dopolnjuje lokalni informacijski sistem. TIC Tolmin je prevzel aktivno vlogo pri pripravi in objavi vsebin v sodelovanju s Krajevno skupnostjo Tolmin, ZKŠM in Občino Tolmin.

PODPORA DOGODKOM IN PRIREDITVAM

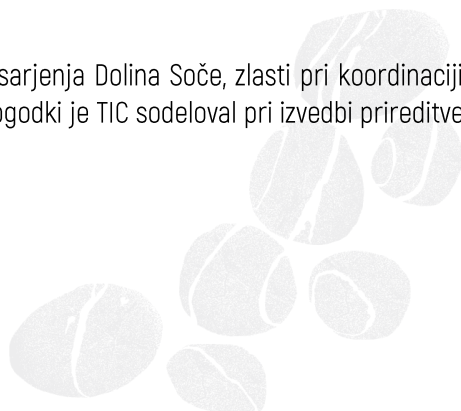
V letu 2025 je TIC Tolmin organiziral osrednje prireditve v kraju, sodeloval pri izvedbi tradicionalnih dogodkov ter zagotavljal promocijsko podporo drugim športnim in glasbenim festivalom v Dolini Soče.

Med dogodki, pri katerih je TIC prevzel nosilno organizacijsko vlogo, osrednje mesto zaseda FrikaFest – Kmečki praznik Tolmin. Gre za vodilno kulinarčno-etnološko prireditev območja, ki povezuje lokalne pridelovalce, gostince, nosilce znaka kakovosti »Iz Doline Soče« ter obiskovalce. Festival temelji na promociji tradicionalne jedi – frike – ter širše kulinarčne dediščine Tolminske, ob hkratnem vključevanju sodobnih interpretacij in spremljevalnega kulturnega programa.

FrikaFest pomembno prispeva k promociji lokalnih produktov, ohranjanju tradicionalnih znanj ter krepitvi sodelovanja med ponudniki. V letu 2025 je bil festival certificiran v okviru Kolektivne blagovne znamke »Iz Doline Soče«, s čimer je bila potrjena njegova kakovostna raven ter umeščenost v sistem certificirane ponudbe destinacije.

TIC Tolmin je pomemben soorganizator Festivala soške postrvi, ki povezuje lokalno prebivalstvo in obiskovalce z vsebinami, povezanimi z vodnim bogastvom območja, trajnostnim ravnanjem z naravo ter dolgoletno tradicijo ribištva in ribogojstva.

Sodeloval je tudi v organizacijski ekipi Festivala pohodništva in kolesarjenja Dolina Soče, zlasti pri koordinaciji programskih vsebin in izvedbi aktivnosti na območju. Med ostalimi dogodki je TIC sodeloval pri izvedbi prireditve Na Grad po zgodbi Tolminske.



ČEZMEJNO SODELOVANJE

Nadaljevalo se je čezmejno sodelovanje z DMO Benečija, med drugim s predstavitvijo njihove ponudbe na FrikaFestu ter s sodelovanjem pri organizaciji kolesarskega dogodka »Čezmejna kolesarska regija Benečija / Dolina Soče« (6. 4. 2025). S tem se krepí povezovanje širšega čezmejnega prostora in skupna promocija območja.

UPRAVLJANJE ZNAMENITOSTI IN DELO Z ORGANIZIRANIMI SKUPINAMI

TIC Tolmin ima pomembno vlogo pri koordinaciji in upravljanju dveh ključnih znamenitosti – Tolminskih korit in Javorce. Aktivnosti so vključevale pripravo ponudb in prodajo za organizirane skupine, vodenje koledarja najavljenih skupin, komunikacijo s turističnimi vodniki, izdajo računov po dobavnicah ter izplačila vodnikom ter operativno podporo pri koordinaciji upravljanja območij.

RAZVOJ PRODUKTOV, PROMOCIJSKI MATERIALI IN DIGITALNE VSEBINE

TIC je sodeloval pri aktivnostih projekta »Grad na Kozlovem robu – preteklost za prihodnost«, zlasti pri delavnicah za razvoj turističnih produktov.

Pripravljeni so bili promocijski materiali (vodeni izleti v Dolini Soče, letak z QR-povezavami do javnih prevozov, pohodniške in kolesarske poti, Tolminska korita in Javorca), namenjeni TIC-om in večjim ponudnikom.

TIC Tolmin aktivno sodeluje pri pripravi in vnosu digitalnih vsebin (splošnih in poslovnih vsebin, koledar dogodkov, podstrani za kolektivno blagovno znamko, vsebine za Tolminska korita in spletno stran Javorca).

Izvedene so bile priprave za ponatis brošure Javorca v italijanskem in nemškem jeziku ter zemljevida Tolmina in okolice.

PROMOCIJA IN STROKOVNO DELO

TIC Tolmin se je udeleževal turističnih borz, sejmov in strokovnih delavnic doma in v tujini. Izvajal je tudi predstavitve destinacije ter ključnih znamenitosti (Javorca, Tolminska korita) ter kolektivne blagovne znamke kot primera dobre prakse za različne organizacije (LAS Gorenjska, Erasmus programi, novinarji, bodoči turistični vodniki Julijskih Alp ipd.).



PREGLED PRIHODKOV IN PORABE SREDSTEV ZA LETO 2025

10 SKUPNE SLUŽBE

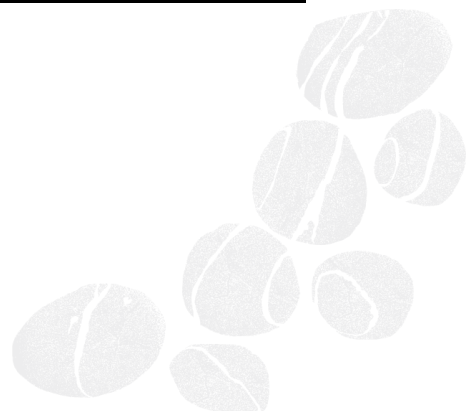
STM / Posel	Prihodki	Odhodki
100 Uprava		
10000 Stroški zaposlenih	6.101,35	242.393,99
10002 Izobraževanje, literatura, časopisi	0,00	8.708,54
10003 PTT (pošta, telefon)	62,59	6.853,32
10004 Računalniški programi in licence	0,00	18.123,91
10006 Materialni str.in storitve (zavod)	24.908,65	40.626,30
10007 Materialni str. in storitve (skupne službe)	90,00	17.448,71
10009 Računovodstvo	0,00	17.947,30
10011 Uprava skupaj	533.100,00	5.169,79
10012 Oprema in drobní inventar	2.144,21	23.103,00
Skupaj Uprava	566.406,80	380.374,86
101 Trženje		
10100 Sejmi in delavnice	0,00	912,97
10101 Portali	0,00	4.722,60
10102 PR (odnosi z javnostjo)	0,00	5.702,52
10103 Klasično oglaševanje	0,00	807,32
10104 E-oglaševanje in komuniciranje	0,00	9.278,41
10105 Foto & video materiali	0,00	758,72
10106 Tiskani materiali	0,00	19.533,13
10109 Julijske Alpe	7.543,27	70.898,81

10110 Partnerji in združenja	0,00	4.175,00
10111 KBZ - Kolektivna blagovna znamka-ne gre v razpis	638,86	14.675,09
10112 MONITORING - ne gre v razpis	0,00	12.734,83
10113 Izobraževanje ponudnikov in drugih	0,00	2.739,50
Skupaj Trženje	8.182,13	146.938,90
102 Skupne prireditve		
10200 Festival pohodništva	0,00	13.284,01
Skupaj Skupne prireditve	0,00	13.284,01
105 LAS		
10500 LAS - pripravljalni stroški	0,00	0,00
Skupaj LAS	0,00	0,00
106 Razpisi - digital		
10602 STO - promocija VD	128.989,28	100.336,34
10603 NOO - Grad na Kozlovem robu	10.750,00	50.650,00
Prenos prihodkov na kto 980	39.900,00	
Skupaj Razpisi - digital	179.639,28	150.986,34
107 Razvoj produktov		
10703 Zelena shema slovenskega turizma	0,00	600,00
Skupaj Razvoj produktov	0,00	600,00
SKUPAJ SKUPNE SLUŽBE	754.228,21	692.184,11
RAZLIKA	62.044,10	

20 BOVEC

STM / Posel	Prihodki	Odhodki	
200 TIC Bovec			
20000 Stroški zaposlenih	1.368,32	64.943,44	
20001 Študentski servis	0,00	19.536,36	
20004 Druge storitve (B)	0,00	3.294,95	
20005 Materialni stroški n in storitve	5.645,52	22.711,68	
20006 TIC Bovec skupaj	106.660,67	0,00	
20007 Oprema in drobn inventar	0,00	3.188,08	
Skupaj TIC Bovec	113.674,51	113.674,51	
201 Prodaja Bovec			
20100 Trgovsko blago	24.830,36	16.201,04	
20102 Dovolilnice SOČA	3.801,40	160,85	
20103 Storitve ostale	30,34	0,00	
Skupaj Prodaja Bovec	28.662,10	16.361,89	12.300,21
202 Infrastruktura Bovec			
20200 Tablice in drugo	686,86	686,86	
20201 Pohodniške poti	32.117,00	32.117,00	
20202 Drsališče, tekaške proge, sankanje	12.349,40	41.383,91	
20209 Infrastrukturni objekti	8.867,50	8.867,50	
Skupaj Infrastruktura Bovec	54.020,76	83.055,27	-29.034,51
203 Prireditve Bovec			
20300 Podpora prireditvam	68,92	68,92	

20303 Novo leto, Boff	42.738,99	42.738,99	
20304 Bovec Maraton	2.015,12	2.015,12	
Skupaj Prireditve Bovec	44.823,03	44.823,03	
205 Virje			
20502 Tekoče vzdrževanje	0,00	2.803,00	
20504 Materialni stroški in storitve	0,00	3.305,39	
20508 Parkirna	48.707,30	936,14	
Skupaj Virje	48.707,30	7.044,53	41.662,77
206 Trdnjava Kluže			
20600 Stroški zaposlenih	400,34	25.169,17	
20602 Tekoče vzdrževanje	0,00	536,32	
20604 Materialni stroški in storitve	5.054,02	12.099,40	
20605 Stroški oglaševanja	0,00	384,67	
20606 Trgovsko blago	2.485,11	1.014,78	
20607 Vodenje	767,22	0,00	
20608 Vstopnine	34.206,30	0,00	
Skupaj Trdnjava Kluže	42.912,99	39.204,34	3.708,65
SKUPAJ BOVEC	332.800,69	304.163,57	
RAZLIKA	28.637,12		



30 KOBARID

STM / Posel	Prihodki	Odhodki	
300 TIC Kobarid			
30000 Stroški zaposlenih	1.837,54	68.143,04	
30001 Študentski servis	0,00	14.075,95	
30005 Materialni stroški in storitve	11.782,45	20.865,66	
30006 TIC Kobarid skupaj	86.583,33	0,00	
30007 Oprema in drobni inventar	4.342,42	4.342,42	
Skupaj TIC Kobarid	104.545,74	107.427,07	-2.881,33
301 Prodaja Kobarid			
30100 Trgovsko blago	11.755,63	8.972,02	
30101 Vstopnice in dovolilnice - OSTALE	3.239,21	3.141,33	
30102 Dovolilnice SOČA	776,11	39,24	
30103 Storitve ostale	113,57	0,00	
30104 Ribiške dovolilnice	143,12	29,67	
Skupaj Prodaja Kobarid	16.027,64	12.182,26	3.845,38
302 Infrastruktura Kobarid			
30200 Tablice in drugo	0,00	0,00	
30201 Pohodniške poti	14.078,05	14.078,05	
30207 Oprema in drobni inventar	0,00	4.493,87	
Prenos prihodkov na kto 980	4.493,87		
Skupaj Infrastruktura Kobarid	18.571,92	18.571,92	
303 Prireditve Kobarid			

30300 Podpora prireditvam	8,20	8,20
30301 Festival	20.573,25	20.573,25
Skupaj Prireditve Kobarid	20.581,45	20.581,45
SKUPAJ KOBARID	159.726,75	158.762,70
RAZLIKA	964,05	

40 TOLMIN

STM / Posel	Prihodki	Odhodki	
400 TIC Tolmin			
40000 Stroški zaposlenih	746,86	62.391,75	
40001 Študentski servis	0,00	15.512,57	
40004 Druge storitve (T)	0,00	438,24	
40005 Materialni stroški in storitve	1.350,00	25.033,95	
40006 TIC Tolmin skupaj	129.785,49	0,00	
40007 Oprema in drobní inventar	0,00	7.368,23	
Skupaj TIC Tolmin	131.882,35	110.744,74	21.137,61
401 Prodaja Tolmin			
40100 Trgovsko blago	16.718,74	11.223,37	
40101 Vstopnice in dovolilnice - OSTALE	324,55	0,00	
40102 Dovolilnice SOČA	136,41	11,31	
40103 Storitve ostale	58,44	334,93	
Skupaj Prodaja Tolmin	17.238,14	11.569,61	5.668,53

402 TIC Podbrdo		
40200 Stroški dela	0,00	4.956,13
40201 Materialni stroški in storitve	0,00	5.472,52
40202 TIC Podbrdo skupaj	11.543,80	0,00
40203 Oprema in drobn inventar	0,00	1.115,15
Skupaj TIC Podbrdo	11.543,80	11.543,80
403 Infrastruktura Tolmin		
40301 Turistične točke	2.625,50	2.625,50
Skupaj Infrastruktura Tolmin	2.625,50	2.625,50
404 Tolminska korita		
40400 Stroški zaposlenih	2.628,21	142.438,18
40401 Študentski servis	0,00	40.690,64
40402 Tekoče vzdrževanje	0,00	23.874,78
40403 Promocija in informiranje	0,00	4.052,21
40404 Materialni stroški in storitve	0,00	19.622,06
40405 Zavarovanje	0,00	14.656,84
40406 Investicijsko vzdrževanje	0,00	16.619,69
40407 Trgovsko blago	17.667,41	8.715,07
40408 Vstopnice	646.859,06	22.433,59
40409 Projekti Tolmin	0,00	90.314,61
40410 Prevozi, parkirišča in parkomat	83.091,27	97.062,64
40411 Vstopnice - spletna prodaja	255.940,65	25.263,45
40420 Projekti Tolmin - gradbena dela	0,00	5.505,00
40421 Oprema in drobn inventar	0,00	8.483,11

40425 SERVISNI OBJEKT OB VSTOPNI TOČKI V TK - gradbena dela	0,00	601.178,74	
40426 SERVISNI OBJEKT OB VSTOPNI TOČKI V TK - materialni stroški	0,00	2.223,11	
40505 Prevozi SPLETNA PRODAJA	2.454,79	0,00	
40508 Vstopnice - spletna prodaja	1.053,89	0,00	
Skupaj Tolminska korita	1.009.695,28	1.123.133,72	-113.438,44
405 Javorca			
40500 Stroški zaposlenih	336,64	15.541,77	
40503 Promocija	0,00	398,00	
40504 Materialni stroški in storitve	106,56	54.226,64	
40505 Prevozi SPLETNA PRODAJA	488,73	212,58	
40506 Trgovsko blago	1.723,30	1.007,90	
40507 Vstopnice	14.363,25	0,00	
40508 Vstopnice - spletna prodaja	370,78	212,04	
Skupaj Javorca	17.389,26	71.598,93	-54.209,67
406 Turistična društva			
40600 Turistična društva	14.215,00	14.215,00	
Skupaj Turistična društva	14.215,00	14.215,00	
407 Prireditve Tolmin			
40700 Prireditve - FESTIVAL SOŠKE POSTRVI	18.700,00	11.840,47	
40701 Prireditve - FRIKA FEST	34.830,23	36.385,23	
Prenos prihodkov na kto 980	1.555,00		
40702 Podpora prireditvam	2.832,49	2.832,49	

Skupaj Prireditve Tolmin	57.917,72	51.058,19	6.859,53
408 Projekti Tolmin			
408 Projekti Tolmin	0,00	0,00	
Skupaj Projekti Tolmin	0,00	0,00	
SKUPAJ TOLMIN	1.262.507,05	1.396.489,49	
RAZLIKA		-133.982,44	

50 BOOKING CENTER

STM / Posel	Prihodki	Odhodki	
500 Skupni agencijski stroški			
50000 Stroški zaposlenih	1.502,00	76.912,31	
50001 Študentski servis	0,00	7.593,24	
50003 Materialni stroški in storitve	440,30	4.195,74	
50004 Drugi agencijski stroški	0,00	1.291,64	
Skupaj Skupni agencijski stroški	1.942,30	89.992,93	-88.050,63
501 Alpe Adria Trail			
50100 Poračun DDV - storno prihodki	-4.757,89	0,00	
50102 Infrastruktura - vzdrževanje poti AAT	0,00	793,26	
50105 Računalniški programi in licence	0,00	7.498,60	
50106 Materialni stroški in storitve	30,00	0,00	
50107 Drugi agencijski stroški	7.377,05	4.000,00	
AAT - Prodaja skupaj	438.182,51	346.429,90	91.752,61

Skupaj Alpe Adria Trail	440.831,67	358.721,76	82.109,91
502 Julijana			
50200 Poračun DDV - storno prihodki	-1.571,17	0,00	
50201 Stroški trženja Juliana	0,00	1.309,45	
50202 Infrastruktura - vzdrževanje poti Juliana Trail	0,00	3.295,05	
50205 Računalniški programi in licence	0,00	4.622,24	
50207 Drugi agencijski stroški	0,00	1.830,20	
JAT - Prodaja skupaj	208.338,45	165.262,56	43.075,89
Skupaj Julijana	206.767,28	176.319,50	30.447,78
504 Druge agencijske storitve			
50400 Druge agencijske storitve	4.418,71	3.023,40	
50401 Destinacijska kartica	3.962,50	367,90	
Skupaj Druge agencijske storitve	8.381,21	3.391,30	4.989,91
505 Oko reke			
50501 Rezervacije Oko Reke	0,00	0,00	
OR-01-25 Herak, 10.7.2025	432,87	355,00	
Skupaj Oko reke	432,87	355,00	77,87
SKUPAJ BOOKING CENTER	658.355,33	628.780,49	
RAZLIKA	29.574,84		

60 FINANCIRANJE IZ LASTNIH SREDSTEV

STM / Posel	Prihodki	Odhodki
601 Projekti		
60101 LAS - ESRR - TKBZ IDS 2025-2027 (razpis)	0,00	13.273,61
60102 TKBZ IDS (izven razpisa)	0,00	616,40
60103 LAS - ESRR - DOSTOPNOST 2025-2027 (razpis)	0,00	11.520,00
Skupaj Projekti	0,00	25.410,01
SKUPAJ FINANCIRANJE IZ LASTNIH SREDSTEV	0,00	25.410,01
RAZLIKA		-25.410,01

SKUPAJ TDS	3.167.618,03	3.205.790,37
RAZLIKA		-38.172,34

Obrazložitev tabele:

Tabela Pregled prihodkov in pregled porabe sredstev 2025 se razlikuje od Izkaza prihodkov in odhodkov za leto 2025.

Tabela prikazuje prihodke od občin ustanoviteljic, prihodke od tržne dejavnosti in ostale prihodke v letu 2025 in porabo teh sredstev.

V tej tabeli so v odhodkih vključene nabave osnovnih sredstev, ni pa vključena amortizacija in sedanje vrednosti izločenih osnovnih sredstev



FINANCIRANJE SKUPNIH PROGRAMOV TDS IN PROGRAMOV OBČIN

Stroškovna mesta	Odhodki	Prihodki po občinah			Prihodki občin	Prihodki ostali	Prihodki skupaj	Razlika prih.-odh.
		Bovec	Kobarid	Tolmin				
Skupni program TDS								
100 Uprava	380.374,86					9.253,99		
101 Trženje	146.938,90					8.182,13		
102 Skupne prireditve	13.284,01							
106-Razpis STO 20% last.delež	13.878,75							
107 Razvoj produktov	600,00							
ZTKMŠ Kanal						13.700,00		
Skupni program TDS	555.076,52	259.700,00	129.850,00	129.850,00	519.400,00	31.136,12	550.536,12	-4.540,40
Pokrivanje iz lastnih sredstev							4.540,40	4.540,40
Skupni program TDS	555.076,52	259.700,00	129.850,00	129.850,00	519.400,00	31.136,12	555.076,52	0,00

Program Bovec								
200 TIC Bovec	113.674,51	112.306,19			112.306,19	1.368,32	113.674,51	0,00
202 Infrastruktura Bovec	83.055,27	54.020,76			54.020,76		54.020,76	-29.034,51
203 Prireditve Bovec	44.823,03	44.823,03			44.823,03		44.823,03	0,00
206 Kluže najemnina	5.054,02	5.054,02			5.054,02		5.054,02	0,00
Primanjkljaj Bovec 2024	13.318,40							-13.318,40
Skupni program Bovec	259.925,23	216.204,00	0,00	0,00	216.204,00	1.368,32	217.572,32	-42.352,91
Pokrivanje iz presežka iz infrastrukture v upravljanju (P Virje, Trdnjava Kluže)							42.352,91	42.352,91
SKUPAJ	259.925,23	216.204,00	0,00	0,00	216.204,00	1.368,32	259.925,23	0,00

Program Kobarid								
300 TIC Kobarid	99.364,47		90.925,75		90.925,75	5.557,39	96.483,14	
300 TIC Kobarid - zloženke	8.062,60		8.062,60		8.062,60		8.062,60	
302 Infrastruktura Kobarid	18.571,92		18.571,92		18.571,92		18.571,92	
303 Prireditve	20.581,45		17.608,68		17.608,68	2.972,77	20.581,45	
Skupni program Kobarid	146.580,44		135.168,95		135.168,95	8.530,16	143.699,11	-2.881,33

Presežek Kobarid 2024						701,24	701,24	
SKUPAJ	146.580,44		135.168,95		135.168,95	9.231,40	144.400,35	-2.180,09

Program Tolmin								
400 TIC Tolmin	110.744,74			129.785,49	129.785,49	2.096,86	131.882,35	21.137,61
402 TIC Podbrdo	11.543,80			11.543,80	11.543,80		11.543,80	0,00
403 Infrastruktura Tolmin	2.625,50			2.625,50	2.625,50		2.625,50	0,00
407 Prireditve Tolmin	51.058,19			32.845,71	32.845,71	25.072,01	57.917,72	6.859,53
406 Turistična društva	14.215,00			14.215,00	14.215,00		14.215,00	0,00
Skupni program Tolmin	190.187,23			191.015,50	191.015,50	27.168,87	218.184,37	27.997,14
Prenos sredstev na infrastrukturo v upravljanju (Tolminska korita)	21.137,61							-21.137,61
SKUPAJ	211.324,84	0,00	0,00	191.015,50	191.015,50	27.168,87	218.184,37	6.859,53
SKUPAJ TDS	1.172.907,03	475.904,00	265.018,95	320.865,50	1.061.788,45	68.904,71	1.177.586,47	4.679,44

Ustanovni akt javnega zavoda Turizem Dolina Soče (TDS) v 23. členu zelo jasno določa načela financiranja s strani ustanoviteljev:

- Vsaka občina na svojem območju pokriva vse stroške informacijskega centra (zaposleni, material, storitve), stroške izgradnje in vzdrževanja infrastrukture, za katero na območju zadevne občine skrbi zavod in stroške prireditve, ki jih zavod izvaja ali financira na območju posamezne občine.
- Skupne stroške zavoda, ki vključujejo stroške skupnih služb (zaposleni, material in storitve, potni stroški za skupne aktivnosti (npr. sejmi) ipd.) in stroške skupnih tržnih aktivnosti Doline Soče pokrivajo v razmerjih: Občina Bovec 50 %, preostali dve občini pa po 25 %. Manko pa se krije iz lastnih sredstev TDS, kot je razvidno tudi v tabeli.

Z Občino Kanal ima TDS od leta 2020 naprej sklenjeno pogodbo, v kateri je dogovorjeno, da TDS vključi Kanal v destinacijsko znamko in skupne tržne aktivnosti Doline Soče. V letu 2025 smo ZTKMŠ Kanal izstavili zahteve v skupni vrednosti 13.700 EUR za skupne aktivnosti.

Na občinskem programu Občine Kobarid je nastal primanjkljaj sredstev v vrednosti 2.881,33€, ki se je delno pokrtil iz presežka 2024, kot je razvidno v tabeli. Končni primanjkljaj Občine Kobarid znaša 2.180,09 €.

V Občini Bovec smo zaradi organiziranja drsališča, ki ni bil v Planu za leto 2025 TDS, ustvarili manko v vrednosti 29.034,51€, ki se je pokrtil s presežkom nastalega na infrastrukturi v upravljanju – parkirišče Virje. Prav tako del manka v vrednosti 13.318,40 € iz leta 2024, se po dogovoru z Občino Bovec pokriva iz ostanka presežka na infrastrukturi v upravljanju - parkirišče Virje in Trdnjava Kluže. Obveznosti Občine Bovec do TDS za leto 2025 so poravnane v celoti.

Na občinskem programu Občine Tolmin je v letu 2025 nastal presežek v vrednosti 27.997,14€.

Od tega 21.137,61€ so bili nižji odhodki na TIC Tolmin, ker izdelava promocijskega materiala ni bila v celoti realizirana in se je delno prenesla v leto 2026. Poleg tega je bila ponudba za izdelavo označevalnega stebrička višja od dejanskih stroškov. Ta del se prenese na infrastrukturo v upravljanju - Tolminska korita.

Preostanek presežka v vrednosti 6.859,53€ je nastal na programu Prireditve Tolmin – Festival soške postrvi, ki spada v 2-letni LAS-ov projekt z naslovom "Okusi Alpski rek", financiran iz Ribiškega sklada. TDS kot izvajalec Festivala soške postrvi, bo v skladu z dogovorom z Občino Tolmin, višek sredstev porabil v l.2026.

Vsebinsko poročilo pripravili zaposleni TDS

