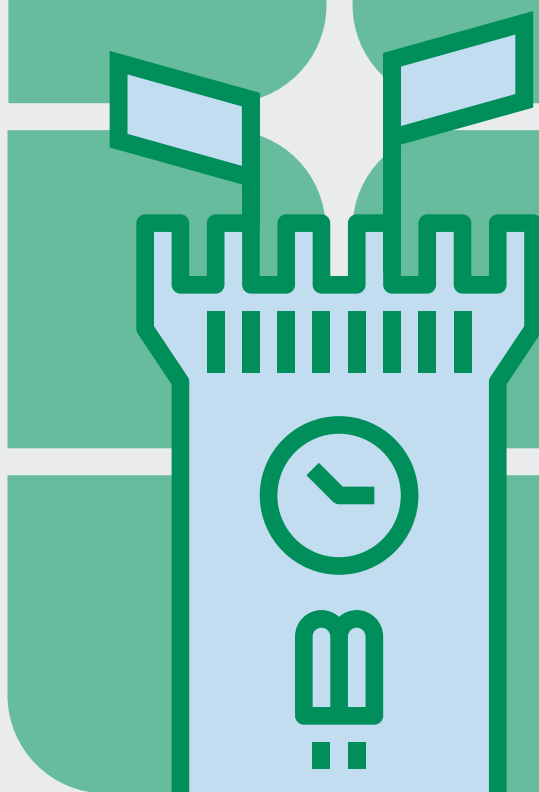


Dobra praksa
Turizma
Ljubljana

CELOSTNA
KOMUNIKACIJA
TURIZMA
LJUBLJANA
Z MEŠČANI



Turizem Ljubljana

CELOSTNA KOMUNIKACIJA TURIZMA LJUBLJANA Z MEŠČANI

Pri Turizmu Ljubljana verjamemo, da so meščani in lokalna skupnost regijske destinacije med našimi najpomembnejšimi deležniki.

Počutje in zadovoljstvo lokalnega prebivalstva pomembno vplivata na destinacijsko atmosfero in občutek sprejetosti gostov. Pri Turizmu Ljubljana že desetletje na različne načine komuniciramo z Ljubljančani in spremljamo njihovo zadovoljstvo s turizmom. S pomočjo raziskav, komunikacijskih kampanj in dogodkov so Ljubljančani vse bolj osveščeni, kako različni vidiki turizma vplivajo na kakovost življenja v Ljubljani.

Z integrirano komunikacijsko kampanjo z naslovom TURIZEM DELA LJUBLJANO BOLJ ... krepimo zavedanje o neposrednih pozitivnih učinkih, ki jih mestu prinaša turizem: od novih delovnih mest in poslovnih priložnosti do izboljšane dostopnosti in povezanosti glavnega mesta Slovenije s svetom. Sredstva z naslova turistične takse in koncesijskih dajatev iz posebnih iger na srečo med drugim vlagamo tudi v projekte, ki izboljšujejo javno infrastrukturo, zelene površine in utrip dogodkov.

RAZISKAVE MED MEŠČANI O ZADOVOLJSTVU S TURIZMOM V LJUBLJANI

od leta 2016

Redne letne raziskave javnega mnenja kažejo, da je odnos meščanov do turizma večinoma pozitiven, obenem pa nam pomagajo prepoznati izzive in šibke točke.

INTEGRIRANA KOMUNIKACIJSKA KAMPANJA TURIZEM DELA LJUBLJANO BOLJ ...

od leta 2021

Kampanja se osredotoča na predstavitev številnih pozitivnih učinkov turizma. Z namenskimi sredstvi financiramo mnoge prireditve in projekte ter turistično infrastrukturo, ki dviguje kakovost bivanja za vse.

TEDEN LJUBLJANSKEGA TURIZMA

od leta 2022

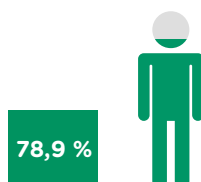
V Tednu ljubljanskega turizma spodbujamo meščane, da se aktivno vključijo in izkusijo turistično ponudbo destinacije ter spoznajo svoje mesto na drugačen način.

Vse od leta 2016 merimo zadovoljstvo s turizmom v Ljubljani

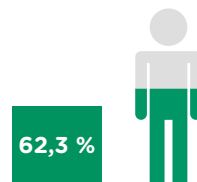
Pri Turizmu Ljubljana na letni ravni izvajamo raziskavo med meščani o zadovoljstvu s turizmom v Ljubljani. Med leti 2016 in 2024 smo opravljali kvantitativno raziskavo, v letu 2023 smo s pomočjo fokusnih skupin vključili še kvalitativno vrednotenje.



ZA VEČINO VPRAŠANIH
JE PRVA MISEL V POVEZAVI
S TURIZMOM POZITIVNA.

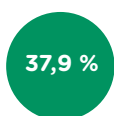


VELIKI VEČINI MEŠČANOV
JE VŠEČ, DA JE LJUBLJANA
PRIVLAČNO MESTO ZA TURISTE.



ANKETIRANIM MEŠČANOM
JE VŠEČ RAZNOVRSTNOST,
KI JO TURISTI ŠIRIJO V MESTU.

Izzivi za prihodnje



ANKETIRANCEV SE STRINJA, DA V VISOKI SEZONI ŠTEVILO TURISTOV VPLIVA NA KAKOVOST NJIHOVEGA ŽIVLJENJA.



ANKETIRANCEV MOTI, DA JE INFRASTRUKTURA, KI JO UPORABLJAJO, PREOBREMENJENA ZARADI ŠTEVILA TURISTOV.



ANKETIRANCEV MOTI, DA SO ZASEBNE NEPREMIČNINE V BLIŽINI NJIHOVEGA DOMA ODDANE TURISTOM.

Vir: Raziskava med meščani o zadovoljstvu s turizmom v Ljubljani 2024 (n=1420)

Komunikacijska kampanja z naslovom TURIZEM DELA LJUBLJANO BOLJ ...

Z usmerjeno komunikacijo, kam točno vlagamo prihodke iz naslova turistične takse in koncesijskih dajatev, sporočamo, na kakšen način turizem dviguje kakovost bivanja v Ljubljani. Tako poskušamo dolgoročno vplivati na prepoznavanje prednosti in spodbuditi pozitivno dojemanje turizma s strani meščanov.



ZELENO

- z zasaditvijo novih dreves in vrtnice Ljubljana,
- z urejanjem nabrežij Ljubljanice, parkov in pešpoti ...



INOVATIVNO

- z digitalizacijo kulturne dediščine, Plečnikove arhitekture in doživetij,
- s sodobnim oživljanjem tradicionalnih obrti in delavnic ...



POVEZANO

- s povezovanjem deležnikov znotraj mesta in regije,
- z organizacijo festivalov LUV fest, November Gourmet Ljubljana in December v Ljubljani ...



AMBICIOZNO

- z odpiranjem novih poslovnih priložnosti,
- z razcvetom ljubljanske kulinarične ponudbe ...



KREATIVNO

- s spodbudnim okoljem za življenje in delo priznanih ustvarjalcev,
- z razvojem kreativnih rokodelskih delavnic in doživetij,
- s postavitvijo razstav na prostem ...



ŽIVAHNO

- z brezplačnimi športnimi dogodki v mestu in regiji,
- s številnimi kulturnimi in zabavnimi prireditvami ...



PREPOZNAVNO

- s sodelovanjem pri mednarodnih projektih in tekmovanjih,
- s povezovanjem z mednarodnimi institucijami, s soorganizacijo odmevnih mednarodnih dogodkov ...



DOSTOPNO

- z analizo dostopnosti turistične infrastrukture, izobraževanju partnerjev na destinaciji in podajanjem predlogov mestnim oblastem,
- z brezplačnimi vožnjami s Kavalirjem po središču mesta ...



AKTIVNO

- z organizacijo številnih športnih prireditev,
- z razvojem mreže koloparkov, kolesarskih in pohodnih poti ...

Turizem prispeva, da je življenje v Ljubljani bolj kakovostno

Turizem v Ljubljani ustvarja dodatna delovna mesta in je povezan s številnimi panogami. Z raziskavami, komunikacijo in dogodki, ki jih pripravljamo za lokalne prebivalce, si prizadevamo identificirati občutljiva vprašanja, povezana s turizmom, in jih ustrezno nasloviti. Hkrati izobražujemo lokalno skupnost in poslovne partnerje o pomenu turizma za Ljubljano. Velik del namenskih sredstev namreč vračamo neposredno Ljubljani, saj si intenzivno prizadevamo dvigniti kakovost bivanja v mestu.



V občini Ljubljana je bilo leta 2024 po metodologiji OECD v povprečju 20.315 delovno aktivnih v turizmu. To predstavlja 8,2 % vseh delovno aktivnih v občini Ljubljana.

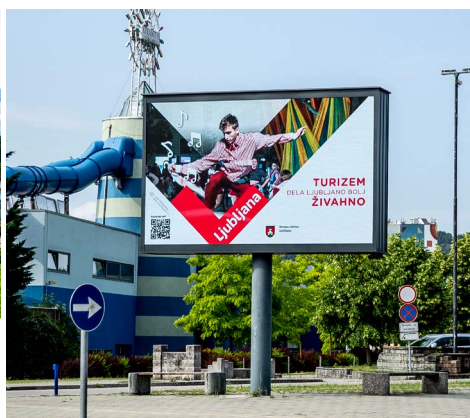
(Vir: SURS)

Raziskave javnega mnenja kažejo, da so meščani po izvedeni kampanji bolj naklonjeni turizmu



anketirancev v raziskavi pravi, da je kampanja TURIZEM DELA LJUBLJANO BOLJ ... spremenila njihov odnos do turizma in turistov v mestu na bolje.

Vir: Raziskava med meščani o zadovoljstvu s turizmom v Ljubljani 2024 (n=1420)



Vir: fotografije kampanje, turizem Ljubljana

Z raziskavami in komunikacijskimi aktivnostmi bomo nadaljevali tudi v prihodnje, saj je zadovoljstvo meščanov s turizmom eden od glavnih stebrov trajnostnega in regenerativnega razvoja mestnega turizma.



Mestna občina
Ljubljana

