

Dobra praksa
Turizma
Ljubljana



TEDEN LJUBLJANSKEGA TURIZMA



TEDEN LJUBLJANSKEGA TURIZMA

Turizem Ljubljana vsako jesen od leta 2022 ob svetovnem dnevu turizma organizira Teden ljubljanskega turizma, ki domačinom omogoča, da mesto odkrijejo in doživijo na povsem nov način. V tem tednu prebivalce spodbudimo, naj mesto raziskujejo kot obiskovalci in se skozi osebno izkušnjo seznanijo s pozitivnimi učinki turizma na mesto in lokalno skupnost. V projektu povezujemo prebivalce, turistične delavce in turistične ponudnike v skupno zgodbo o odgovornem razvoju mesta.



1. Ogléd Plečnikove hiše. Foto: Primož Bregar / **2.** Tradicionalna rokodelska delavnica Odprto vreteno. Foto: Andrej Tarfila / **3.** Tradicionalna rokodelska delavnica Popravi svoj dežnik. Foto: Andrej Tarfila

Izzivi in cilji

Zadovoljstvo prebivalcev je eden ključnih strateških ciljev razvoja turizma v Ljubljani. Raziskava med prebivalci Mestne občine Ljubljana kaže, da kar 72,5 % meščanov turizem dojemata pozitivno, kar potrjuje dosedanja prizadevanja destinacije za razvoj odgovornega turizma. Z rastjo števila obiskovalcev in nočitev se pojavljajo novi izzivi in hkrati številne priložnosti: nastajajo sveža doživetja, odpirajo se novi hoteli, muzeji in prenovljene znamenitosti. Da bi to bogato ponudbo približali prebivalcem in jih vključili v soustvarjanje turistične zgodbe mesta, smo leta 2022 zasnovali Teden ljubljanskega turizma.

Ljubljanski turizem temelji predvsem na tujih gostih, več kot 95 % vseh nočitev ustvarijo mednarodni obiskovalci. Takšna odvisnost povečuje ranljivost ob potovalnih omejitvah, zato je ključno okrepiti zanimanje domačega trga za turistične produkte in spodbuditi partnerje k razvoju ponudbe, namenjene tudi lokalnim prebivalcem.

S projektom smo želeli spodbuditi mreženje med partnerji ter okrepiti poznavanje destinacije med tistimi, ki so v neposrednem stiku z obiskovalci – informatorji, turističnimi vodniki, receptorji, zaposlenimi v agencijah in tržniki. Na ta način smo jim omogočili, da bolje spoznajo ponudbo mesta in jo posledično učinkoviteje predstavljajo ter tržijo.

Teden ljubljanskega turizma je tako postal doživljajski del kampanje »Zaradi nas je Ljubljana...«, ki izpostavlja, da turizem prinaša številne koristi prebivalcem – od novih delovnih mest in podpore lokalnim ustvarjalcem do urejenih zelenih površin in bogatega kulturnega življenja. Z dogodki in aktivnostmi projekta prebivalce aktivno ozaveščamo o dobrotah turizma ter krepimo občutek ponosa in pripadnosti mestu.

Cilji projekta so bili:

- izboljšati razumevanje pozitivnih učinkov turizma med prebivalci,
- spodbuditi domači turizem in okrepiti odpornost panoge,
- okrepiti sodelovanje med ponudniki, ki delujejo v mestu.



Sprehod po Cukrarni. Foto: Blaž Gutman, MGML



Ogled železničarskega muzeja. Foto: Nik Erik Neubauer

Potek projekta

Turizem Ljubljana projekt razvija celostno – je njegov pobudnik, koordinator in izvajalec. Skrbi za povezovanje lokalnih ponudnikov, soustvarja program in koordinira partnerje. Oblikuje vizualno identiteto dogodka, pripravi skupni programski vodič in partnerske komunikacijske materiale, vodi komunikacijo z javnostmi in enotno oglaševanje ter tako poskrbi za učinkovito promocijo in prepoznavnost projekta.

Projekt se vsako leto širi po obsegu, kakovosti in številu sodelujočih.

Leta 2022 je sodelovalo 11 partnerjev, do leta 2025 pa že več kot 60. Program vključuje hotele, muzeje, restavracije, galerije, obrtnike, javne zavode in druge ponudnike, ki skupaj ustvarjajo več kot 150 dogodkov.

Aktivnosti potekajo teden dni, v tednu okrog svetovnega dne turizma (27. september), po različnih lokacijah v mestu – od muzejev in parkov do hotelov, delavnic in tržnic.

Program zajema vodene ogleda, ustvarjalne delavnice, kulinarčne degustacije, dneve odprtih vrat, tematske igre ter doživetja za otroke in družine.

Vsako leto je približno polovica dogodkov brezplačnih, preostali pa cenovno dostopni. S tem projekt nagovarja široko občinstvo, spodbuja medsebojno mreženje ter odpira nove možnosti sodelovanja med javnim in zasebnim sektorjem.

Vsakoletni program spremlja večfazna komunikacijska kampanja »Zaradi nas je Ljubljana...«, ki vključuje plakate, radio, digitalne oglase, objave na družbenih omrežjih in sodelovanje z mestnimi komunikacijskimi kanali.

Pomemben del Tedna ljubljanskega turizma je tudi zbiranje povratnih informacij prek anket, spletnih obrazcev in TIC točk, kar omogoča stalno nadgradnjo vsebin.

Program vključuje



hotele



muzeje



restavracije



galerije



obrnike



javne zavode



in druge
ponudnike

Skupaj ustvarjajo več kot

<150
dogodkov

Rezultati in dosežki

Projekt je v štirih letih postal ena ključnih platform promocije lokalne turistične ponudbe meščanom.

- Leta 2022 je sodelovalo 11 partnerjev, leta 2025 pa že več kot 60 partnerjev z več kot 150 dogodki, kar potrjuje rast zanimanja in zaupanja med ponudniki.
- Udeležba prebivalcev vsako leto narašča.
- 95 % udeležencev je bilo zadovoljnih s programom in aktivnostmi.
- Leta 2025 je bil Teden ljubljanskega turizma tisti projekt, ki je Ljubljani omogočil že enajsto uvrstitev na seznam Green Destinations Top 100 Stories.

Z rastjo števila partnerjev, kakovosti vsebin in raznolikostjo programov projekt krepi mrežo ponudnikov, spodbuja inovacije v turizmu ter utrjuje položaj Turizma Ljubljana kot povezovalca med turističnim gospodarstvom, prebivalci in javnimi institucijami.

Zadovoljstvo

udeležencev s programom
in aktivnostmi.



Sodelovanje



11

partnerjev

2022



60+

partnerjev

2025

Zaključek in nadaljnji koraki

Projekt je postal zgled, kako lahko turistični deležniki sooblikujejo identiteto mesta, izboljšajo kakovost bivanja in krepijo njegovo prepoznavnost v svetu.

Na podlagi zbranih mnenj in analiz se bo program še naprej razvijal in prilagajal (z dodatnimi anketami, delavnicami in pobudami prebivalcev ter povezovanjem s sorodnimi kampanjami).