



Številka: 03200-6/2016-1
Datum: 26. 2. 2016

Mestna občina Ljubljana
Mestni svet

ZADEVA: Predlog za obravnavo na seji Mestnega sveta Mestne občine Ljubljana

PRIPRAVIL: Javni zavod Turizem Ljubljana, Mestna občina Ljubljana, Mestna uprava, Oddelek za gospodarske dejavnosti in promet

NASLOV: Letno poročilo javnega zavoda Turizem Ljubljana za poslovno leto 2015

POROČEVALCA: Petra Stušek, direktorica javnega zavoda Turizem Ljubljana
David Polutnik, vodja Oddelka za gospodarske dejavnosti in promet

PRISTOJNO DELOVNO TELO: Odbor za gospodarske dejavnosti, turizem in kmetijstvo

PREDLOG SKLEPA:

Mestni svet Mestne občine Ljubljana sprejme Letno poročilo javnega zavoda Turizem Ljubljana za poslovno leto 2015.

Župan
Mestne občine Ljubljana
Zoran Jankovič

Priloga:
- Letno poročilo javnega zavoda Turizem Ljubljana za poslovno leto 2015

LETNO POROČILO

**javnega zavoda
TURIZEM LJUBLJANA**

ZA POSLOVNO LETO 2015

POSLOVNO POROČILO

I. Splošni del

I./1. PREDSTAVITEV javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA

- Ustanovitev
- Organiziranost
- Splošni akti
- Dejavnost

I./2. OPIS RAZVOJA javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA

- Povzetek vidnejših rezultatov

I./3. ORGANI javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA

- Predstavitev Sveta zavoda
- Predstavitev Strokovnega sveta zavoda

II. Posebni del

II./1. POROČILO O DOSEŽENIH CILJIH IN REZULTATIH V 2015

- Zakonske in druge pravne podlage, ki pojasnjujejo delovno področje javnega zavoda Turizem Ljubljana
- Dolgoročni cilji
- Letni cilji
- Ocena uspeha pri doseganju zastavljenih ciljev
- Nastanek morebitnih nedopustnih in neupravičenih posledic pri izvajanju programa
- Ocena uspeha pri doseganju zastavljenih ciljev v primerjavi z doseženimi cilji iz preteklega leta
- Ocena gospodarnosti in učinkovitosti poslovanja glede na opredeljene standarde in merila z ukrepi za izboljšanje učinkovitosti in kakovosti poslovanja
- Pojasnila na področjih, na katerih zastavljeni cilji niso bili doseženi
- Ocena učinkov poslovanja javnega zavoda Turizem Ljubljana na druga področja

II./ 2. OBRAZLOŽITEV IZVAJANJA NAČRTA RAZVOJNIH PROGRAMOV V 2015

II./ 3. OBRAZLOŽITVE REALIZACIJE PRIHODKOV IN ODHODKOV IZ ODLOKA O PRORAČUNU MOL ZA 2015

- Obrazložitev prihodkov, ki so bili realizirani v 2015
- Pojasnilo večjih odstopanj med planiranimi in realiziranimi prihodki v 2015
- Poročilo o realizaciji finančnega načrta javnega zavoda Turizem Ljubljana za 2015

RAČUNOVODSKO POROČILO

1. ZAKONODAJA, KI JE BILA UPOŠTEVANA PRI VODENJU POSLOVNIH KNJIG

- Slovenski računovodski standardi
- Zakon o javnih financah
- Zakon o računovodstvu
- Pravilnik o vodenju registra neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov

2. POJASNILA K POSTAVKAM BILANCE STANJA

Sredstva

- Dolgoročna sredstva in sredstva v upravljanju
- Kratkoročna sredstva in kratkoročne časovne razmejitve

Obveznosti do virov sredstev

- Kratkoročne obveznosti in pasivne časovne razmejitve
- Lastni viri in dolgoročne obveznosti

3. POJASNILA K IZKAZOM PRIHODKOV IN ODHODKOV

4. PREDLOG RAZPOREDITVE UGOTOVLJENEGA POSLOVNEGA IZIDA ZA LETO 2015

POSLOVNO POROČILO

I. Splošni del:

I./1. PREDSTAVITEV javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA

1.1. Ustanovitev

Odlok o ustanovitvi javnega gospodarskega zavoda Javni zavod Turizem Ljubljana je bil sprejet na Mestnem svetu MOL in objavljen v Uradnem listu RS št. 26 dne 12. 04. 2001. V letu 2007 je bil po istem postopku sprejet Odlok o spremembah in dopolnitvah odloka o ustanovitvi javnega gospodarskega zavoda Javni zavod Turizem Ljubljana, ki je bil objavljen v Uradnem listu RS št. 10. 10. 2007. Bistvene spremembe ustanovitvenega akta se nanašajo na razvojno vlogo na področju turizma na območju MOL, ki jo je MOL prenesla na zavod.

Pri ažuriranju registra proračunskih uporabnikov je maja 2009 Uprava RS za javna plačila ugotovila neskladje organizacijske oblike zavoda s *Pravilnikom o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov* ter s sklepom naložila preoblikovanje zavoda iz javnega gospodarskega zavoda v javni zavod, javno agencijo ali javni sklad do 30. 09. 2009, sicer bi sledila izključitev iz registra proračunskih uporabnikov. Iz tega razloga je bil sprožen postopek uskladitve z veljavno zakonodajo. Mestni svet MOL je 28. 09. 2009 sprejel Sklep o ustanovitvi javnega zavoda Turizem Ljubljana, ki je bil objavljen v Uradnem listu RS št. 79 dne 09. 10. 2009. Na ta način je bilo ugodeno zahtevi Uprave RS za javna plačila, hkrati pa je bila to tudi priložnost za ureditev drugih zadev (sprememba imena v Turizem Ljubljana, uskladitev dejavnosti zavoda z zadnjo Uredbo o standardni klasifikaciji dejavnosti, drugo). Vpis Turizma Ljubljana v sodni register je bil izveden na dan 31. 12. 2009. Matična in davčna številka sta ostali nespremenjeni.

Po Sklepu o ustanovitvi javnega zavoda Turizem Ljubljana **zavod kot javno službo opravlja osnovno dejavnost načrtovanja, organiziranja in izvajanja politike spodbujanja razvoja turizma v Mestni občini Ljubljana**, ki obsega naslednje dejavnosti in storitve, ki se izvajajo v javnem interesu:

1. informacijsko turistično dejavnost
2. spodbujanje razvoja in promocija celovitih turističnih proizvodov v Mestni občini Ljubljana
3. načrtovanje, oblikovanje in trženje celovite turistične ponudbe v Mestni občini Ljubljana
4. spodbujanje razvoja in urejanje objektov turistične infrastrukture
5. organizacija in izvajanje prireditev
6. ozaveščanje in vzpodbujanje lokalnega prebivalstva za pozitiven odnos do turistov in turizma
7. druge storitve, ki se v Mestni občini Ljubljana brezplačno nudijo turistom
8. in druge naloge na podlagi predpisov Mestne občine Ljubljana

Dejavnost zavoda, navedena zgoraj, je v skladu z *Uredbo o standardni klasifikaciji dejavnosti* razvrščena v skupino O/84.1 Dejavnost državne uprave ter ekonomska in socialna politika skupnosti, podrazred O/84.130 Urejanje gospodarskih področij za učinkovitejše poslovanje.

Turizem Ljubljana ima matično številko 1622035 in ID za DDV: SI 85321389. Številka podračuna, odprtega pri banki Slovenije je 01261-6030365162.

Turizem Ljubljana ima svoj sedež na Krekovem trgu 10 v Ljubljani, telefon: 01 306 45 83, telefaks: 01 306 45 94 in naslov elektronske pošte: info@visitljubljana.si ter naslov spletnega mesta: www.visitljubljana.com.

Povprečno število zaposlenih v letu 2015 je znašalo 28,07 oseb. V to število je zajeta odsotnost zaradi porodniške (2,33 zaposlene v letu 2015).

Zavod od 07. 04. 2014 dalje vodi direktorica Petra Stušek.

1.2. Organiziranost

Delo zaposlenih v zavodu je glede na vsebino, zahtevnost, vrsto in medsebojno povezanost nalog organizirano tako, da se opravlja

- na Krekovem trgu 10 v Ljubljani, kjer je sedež zavoda
- v turistično informacijskem centru – TIC na Adamič Lundrovem nabrežju 2 v Ljubljani
- v slovenskem turističnem informacijskem centru – STIC na Krekovem trgu 10 v Ljubljani

1.3. Splošni akti

Po 49. členu Statuta javnega zavoda Turizem Ljubljana so splošni akti zavoda statut zavoda, pravilniki, poslovniki, organizacijski in drugi akti, s katerimi se ureja način uresničevanja pravic, obveznosti in odgovornosti delavcev, notranja organizacija in druga vprašanja, pomembna za delovanje zavoda.

1.4. Dejavnost

Dejavnost zavoda je v skladu z *Uredbo o standardni klasifikaciji dejavnosti* razvrščena v skupino O/84.1 Dejavnost državne uprave ter ekonomska in socialna politika skupnosti, podrazred O/84.130 Urejanje gospodarskih področij za učinkovitejše poslovanje.

I./2. OPIS RAZVOJA javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA

Javni zavod Turizem Ljubljana je v letu 2015 dopolnil štirinajst let svojega delovanja. V tem času se je zavod izkazal kot učinkovita in fleksibilna organizacijska oblika izvajanja javne službe, z notranjo organizacijo pa je doseženo, da imamo pokrite vse temeljne aktivnosti, ki jih pred nas postavlja zakonodaja na tem področju. Svoje delo zavod usmerja skladno z razvojnimi dokumenti in sicer:

- 2001 je Mestni svet MOL sprejel Strateške usmeritve razvoja turizma v Ljubljani in akcijski načrt nalog za obdobje 2001 – 2004.
- 2004 je bila sprejeta Strategija Zavoda za turizem Ljubljana za obdobje 2005 – 2008. Dokument je predstavljal temelj projekta Turistične destinacija Ljubljana – razvoj organizacijskih struktur, s katerim je zavod skupaj s 27 partnerji (glavnimi nosilci ljubljanske turistične ponudbe Ljubljane) uspešno kandidiral za evropska sredstva za spodbujanje razvoja turističnih destinacij. Pogodba z Ministrstvom za gospodarstvo je bila podpisana marca 2005. Konec leta 2007 se je projekt iztekel in izdelano je bilo končno poročilo o izvajanju tega projekta, ki je med drugim prinesel tudi dokument, ki ga je leta 2006 sprejel Mestni svet MOL - Strateški razvojni in marketinški načrt turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2007 – 2013, dokument, ki jasno opredeljuje smernice razvoja turizma v Ljubljani za navedeno obdobje in ima v svoji sestavi tudi akcijski načrt.
- V letu 2009 je bila izvedena sprememba organiziranosti zavoda. Mestni svet MOL je ustanovil javni zavod Turizem Ljubljana, ki je pravni naslednik Zavoda za turizem Ljubljana. Spremembe so stopile v veljavo s 01. 01. 2010.
- V letu 2011 je bil zasnovan Osnutek modela vzpostavitve in delovanja regionalne destinacijske organizacije za Osrednjeslovensko regijo, s katerim je Turizem Ljubljana v soglasju s 25 občinami, ki skupaj z MOL tvorijo Ljubljansko urbano regijo, uspešno kandidiral za pridobitev sredstev ESRR za izvedbo aktivnosti regionalnih destinacijskih organizacij. Turizem Ljubljana je po sklepu Sveta LUR postal nosilec funkcije Regionalne destinacijske organizacije za Osrednjeslovensko regijo.

- V 2011 je bila izdelana Strategija razvoja in trženja turizma regije osrednja Slovenija za obdobje 2012 do 2016. Strategijo je novembra 2011 sprejel Svet LUR, pred tem pa tudi Svet zavoda.
- Konec leta 2011 je Svet zavoda Turizem Ljubljana sprejel še en strateški dokument: Razvojno politiko kongresne destinacije Ljubljana do leta 2020, ki med drugim predvideva ustanovitev Kongresnega urada Ljubljane kot nadgradnje kongresne dejavnosti v zavodu.
- V začetku 2013 so stekle aktivnosti za pripravo strateških usmeritev razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 do 2020. V prvi fazi je bil izdelan analitični del, ki je predstavljal podlago za drugi del – usmeritve razvoja in trženja.
- V januarju 2014 je Mestni svet Mestne občine Ljubljana sprejel in potrdil dokument Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 do 2020.

I./3. ORGANI javnega zavoda Turizem Ljubljana

Po 18. členu ustanovitvenega akta zavoda Turizem Ljubljana naslednje organe:

- Svet zavoda
- direktorja
- Strokovni svet zavoda.

3.1. Predstavitev Sveta javnega zavoda Turizem Ljubljana

Svet zavoda ima 11 članov, od tega je eden predstavnik delavcev.

9. septembra 2013 je bila ustanovna seja Sveta zavoda (četrti mandat) v naslednji sestavi: Jadranka Dakić (predsednica), Aleš Kardelj (podpredsednik), Matic Bizjak, Vasja Butina, Gregor Jamnik, Anton Kranjc, Marko Koprivc, Anže Logar, Tanja Mihalič, Aleksander Valentin. Predstavnica delavcev v Svetu zavoda je Polona Dolžan.

Odgovornosti in pristojnosti Sveta zavoda so opredeljene v 18. členu Statuta javnega zavoda Turizem Ljubljana.

3.2. Predstavitev Strokovnega sveta javnega zavoda Turizem Ljubljana

Člani Strokovnega sveta javnega zavoda Turizem Ljubljana so od 1. septembra 2014: dr. Janez Bogataj, Dominik S. Černjak, Tatjana Juriševič in Miha Rakar.

II. Posebni del:

II./1. POROČILO O DOSEŽENIH CILJIH IN REZULATIH V 2015

1.1. Zakonske in druge pravne podlage, ki pojasnjujejo delovno področje javnega zavoda Turizem Ljubljana

Temeljni zakon, ki na ravni Republike Slovenije ureja področje turizma, je **Zakon o spodbujanju razvoja turizma**, ki je stopil v veljavo v začetku leta 2004 in ureja načrtovanje in izvajanje politike spodbujanja razvoja turizma, določa organiziranost izvajanja turistične politike tako na nacionalni ravni, kot na ravni turističnega območja, določa turistično takso in druga sredstva za izvajanje politike spodbujanja razvoja turizma, določa pa tudi pogoje za opravljanje dejavnosti organiziranja in prodaje turističnih aranžmajev, turističnega vodenja in spremljanja ter turističnih športnih storitev kot pridobitne dejavnosti.

Poleg omenjenega zakona so pravne podlage za naše delo še:

- Sklep o ustanovitvi javnega zavoda Turizem Ljubljana (Ur. l. RS 79/2009)
- Odlok o določitvi višine turistične takse v Mestni občini Ljubljana (Ur. l. RS 14/2009)
- Odlok o turističnem vodenju v Mestni občini Ljubljana (Ur. l. RS 54/2010)
- Zakon o igrah na srečo (Ur.l. RS 134/2003- UPB 1, 10/2010, 106/2010 in 14/2011)

1.2. Dolgoročni cilji javnega zavoda Turizem Ljubljana

Dolgoročne kvalitativni in kvantitativni cilji na področju promocije in razvoja turizma in gostinstva so opredeljeni v *Strategiji razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 – 2020*. Kvalitativne cilje in kvantitativne rezultate v ZTL spremljamo redno na strateških koordinacijah in prilagajamo aktivnosti aktualnim razmeram.

Vizija, kateri sledijo aktivnosti zavoda, je:

- Ljubljana bo do leta 2020 na mednarodnem trgu prepoznana kot doživljajsko bogata evropska mestna turistična destinacija, mesto za aktivna in romantična doživetja ter poslovna srečanja skozi vse leto.
- Ljubljana bo ostala mesto z visoko kakovostjo bivanja in prijetno atmosfero za njene vse prebivalce, obiskovalce in turiste.

Ljubljana kot turistična destinacija bo do leta 2020 dosegla naslednje strateške cilje:

Kvantitativni cilji so:

- rast števila nočitev za 5% povprečno letno,
- rast števila prihodov obiskovalcev za 3,5% povprečno letno,
- rast povprečne dobe bivanja 1,5 % povprečno letno,
- povečanje dnevne potrošnje na turista za 3 % povprečno letno,
- povprečna letna zasedenost sob v hotelih nad 60 % (v celotnem strateškem obdobju naj povprečna letna zasedenost sob v hotelih znaša vsaj 60 %).

Kvalitativna cilja sta:

- povečanje konkurenčnosti skozi novo vrednost za turista in
- povečanje mednarodne prepoznavnosti destinacije v skladu z identiteto turistične destinacije Ljubljane.

Strateški cilji se bodo dosegali skozi delovanje na temeljnih politikah, z uresničevanjem operativnih ciljev:

- operativni cilj 1: boljše sodelovanje med javnim in zasebnim sektorjem za konkurenčnejšo turistično destinacijo Ljubljana,
- operativni cilj 2: izboljšanje pogojev za gospodarsko rast,
- operativni cilj 3: razvoj celovite turistične ponudbe Ljubljane,
- operativni cilj 4: dvig konkurenčnosti destinacije z izboljšanjem prometne dostopnosti in povezanosti Ljubljane,
- operativni cilj 5: udejanjanje strateških usmeritev kongresne dejavnosti – Kongresna Ljubljana 2020,
- operativni cilj 6: bolj usmerjeno trženje ponudbe turistične destinacije Ljubljane,
- operativni cilj 7: dvig prepoznavnosti destinacije Ljubljane,
- operativni cilj 8: boljša informiranost turistov ob uporabi novih tehnologij,
- operativni cilj 9: dvig privlačnosti destinacije z inovativnimi turističnimi proizvodi,
- operativni cilj 10: dvig kakovosti turistične ponudbe in infrastrukture,
- operativni cilj 11: boljša usposobljenost v turizmu zaposlenih in s turizmom povezanih zaposlenih v turistični destinaciji Ljubljana,
- operativni cilj 12: informiranost deležnikov na turistični destinaciji Ljubljana,
- operativni cilj 13: udejanjanje trajnostnega pristopa pri razvoju destinacije,
- operativni cilj 14: umeščenost koncepta turizem za vse v turistično ponudbo destinacije.

1.3. Letni cilji javnega zavoda Turizem Ljubljana v 2015

Letni izvedbeni cilj je uspešno in učinkovito izvajanje zastavljenih nalog:

- Izvedba javnega razpisa za sofinanciranje turističnih prireditev na javnih površinah in prireditev turističnih društev na območju MOL in v nadaljevanju izvedba vseh aktivnosti, potrebnih za realizacijo plana turističnih prireditev v Ljubljani;
- Nadaljevanje povezovanja glavnih nosilcev kongresne dejavnosti v Ljubljani s ciljem skupnega pridobivanja čim večjega števila kongresov v Ljubljano;
- Izvedba plana nastopov na turističnih in kongresnih borzah v tujini in na t.i. workshopih oz. delavnicah;
- Izvedba plana oglaševanja in pospeševanja prodaje turistične destinacije Ljubljana;
- Izvajanje programov za področje odnosov z javnostmi, tujimi in domačimi;
- Stalna skrb za vizualno podobo tiskovin s turistično ponudbo destinacije, izvedba novih in ponatisi obstoječih tiskovin;
- Razvoj receptivne dejavnosti;
- Dopolnjevanje turistične signalizacije in sofinanciranje vsakoletne tradicionalne akcije »Za lepšo Ljubljano«;
- Sodelovanje in predstavitev Ljubljane in Regije osrednja Slovenija v projektu EXPO 2015 v Milanu, v okviru slovenskega nacionalnega paviljona;
- Zagon projekta »Okusi Ljubljane«, ki uveljavlja večjo zastopanost značilnih ljubljanskih jedi v gostinski ponudbi, njihovo sodobno pripravo in ustrezno promocijo.
- Nadaljevanje implementacije blagovne znamke turistične destinacije Ljubljana;
- Organizacija fotografskih razstav na Jakopičevem sprehajališču in na Krakovskem nasipu;
- Nadaljevanje vlaganj sredstev turistične infrastrukture v odpravljanje tako imenovanih prezrtih detajlov in v ocvetličanje starega mestnega jedra;

- Nadaljevanje izpopolnjevanja in razvoja informacijske infrastrukture turistične destinacije in širitev na regionalni nivo;
- Nadaljevanje povezovanja turistične ponudbe 26 občin, ki tvorijo Osrednjeslovensko regijo ter izvajanje promocijske in distribucijske funkcije za regijo.

V 2015 smo kot javni zavod, skladno z veljavnim Zakonom o javnem naročanju, izvedli sledeča javna naročila:

- Storitve oskrbe cvetličnih obešank v stari Ljubljani
- Storitve čiščenja poslovnih prostorov Turizma Ljubljana
- Storitve Google oglaševanja
- Storitve grafičnega oblikovanja in digitalnega tiska
- Storitve nadgradnje destinacijskega portala

Za leto 2015 je bilo načrtovano:

- Število prihodov gostov, ki bodo v Ljubljani prenočili: 531.670
- Število nočitev: 1.030.000
- Načrtovan priliv turistične takse na MOL: 1.040.160 EUR, od tega načrtovan priliv na turizem Ljubljana 925.500 EUR po rebalansu
- Načrtovan priliv koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo na MOL: 1.080.000 EUR, od tega priliv na Turizem Ljubljana 800.000 EUR
- Skupno višino namenskih sredstev za izvajanje programa dela: 2.120.160 EUR

1.4. Ocena uspeha pri doseganju zastavljenih ciljev

PODROČJE PRIREDITEV

V začetku februarja smo v Uradnem listu objavili dva javna razpisa, in sicer za sofinanciranje turističnih prireditev na javnih površinah in za sofinanciranje programov aktivnosti turističnih društev na območju MOL za leto 2015. Med 104 prispelimi vlogami s predlogi, za katere so predlagatelji pričakovali preko 726.000 EUR sofinanciranja, je komisija izbrala 61 projektov oz. prireditev, med katere je razdelila razpoložljivih 172.000 EUR. Za sofinanciranje programov turističnih društev smo namenili 55.000 in jih razdelili med 16 turističnih društev, ki so se odzvala na naš razpis.

Izpolnili smo trajnostno usmerjen cilj, ki smo si ga na področju prireditev zastavili. S sofinanciranimi prireditvami smo vnesli dodatno dogajanje tako v mestno središče, namenjeno pešcem, kot tudi izven njega. Prav tako smo razpršili dogajanje, saj smo dodatno vsebino vnesli tudi v mesece, ko je prireditev manj. Po odzivih sodeč so naše delo na tem področju zaznali tako prebivalci, kot tudi domači in tuji obiskovalci mesta, ki ugotavljajo, da je Ljubljana mesto z živahnim dogajanjem na prostem in velikim številom brezplačnih dogodkov in prireditev s kakovostnimi vsebinami.

Podprli smo tako nove koncepte prireditev, kot tradicionalne prireditve in festivale, kot so festival Junij v Ljubljani, festival uličnih gledališč Ana Desetnica, Noči v Stari Ljubljani in Ljubljanska vinska pot. Kino pod zvezdami na Kongresnem trgu postaja tradicija in odlična popestritev avgustovskih večerov. Predvsem tujce so navduševali slovenski plesi ob Ljubljanici, Urška in Povodni mož na hoduljah in Knjižnice pod krošnjami. Umetniška tržnica, boljši trg, Artish in srednjeveški semnji so bili prav tako magnet za privabljanje obiskovalcev in so se na ustaljenih lokacijah dodobra uveljavili. Privabljal je Krakovski nasip in Jakopičevo sprehajališče v Tivoliju, kjer so se skozi celo leto odvijale fotografske razstave na prostem, v veliki meri v počastitev 150 letnice rojstva arhitekta Maksa Fabianija, pa tudi druge. V paviljonu v parku Zvezda so se vrstili nastopi glasbenikov, ob nedeljah pa so dopoldneve na Novem trgu popestrili ljubljanski pihalni orkestri.

Pripravili smo še zaključno prireditev v počastitev 2000 let Emone, ki je, podobno kot leto pred tem, privabila številne domače in tuje obiskovalce vseh starosti.

Tudi tokrat smo priredili in s turističnimi društvi skoordinali tradicionalno akcijo čiščenja »Za lepšo Ljubljano«, ki v Ljubljani poteka vsako pomlad. Aktivno smo se vključili v Evropski teden mobilnosti ter Ljubljanski maraton, ki je postal največja ljubljanska mednarodna športna prireditev.

V zadnjem delu leta smo se osredotočili na program December 2015 v Ljubljani, katerega koncept smo delno spremenili in prilagodili gospodarskim razmeram. Da bi v Ljubljano privabili čim več domačih, predvsem pa tujih obiskovalcev, smo začeli pred prvim adventnim vikendom, t.j. zadnji vikend v novembru. Ta sprememba se je izkazala za pravilno odločitev, saj so bili dogodki v okviru projekta (že v prvem vikendu) rekordno obiskani.

PODROČJE KONGRESNE DEJAVNOSTI

Naše »kongresno leto« se je tradicionalno začelo s 7. borzo kongresnega turizma JV Evrope, ki ima svoj domicil v Ljubljani – s Convento, kjer od začetka nastopamo kot strateški partnerji. Ob borzi smo uspešno izvedli poseben študijski program Ljubljane za 20 vabljenih klientov iz 11 držav, med katerimi sta bili tudi predstavnici uveljavljenega PCO podjetja Kenes. V 2015 se je Kenes vrnil v Ljubljano, na GR, z drugim dogodkom - evropskim medicinskim kongresom, ki je bil v tem letu blizu s 1.400 udeležencev največji v Ljubljani.

Aktivno smo se, v vlogi soorganizatorja in gostitelja, vključili v več posebej organiziranih študijskih programov za tuje organizatorje srečanj in poslovnih potovanj z vsega sveta in Ljubljano predstavili kot primerno in konkurenčno kongresno destinacijo. V različnih vlogah smo s partnerji sodelovali pri pripravi kandidatur, uradnih predstavitev kandidatur in obenem organizirali ali aktivno sodelovali pri številnih oglednih obiskih tujih organizatorjev mednarodnih kongresov v fazi izbire ali po potrditvi Ljubljane kot destinacije srečanja. Posebno pozornost in veliko podpore z destinacijskim znanjem smo nudili trem tujim organizatorjem večjih kongresov v Ljubljani v zadnjih mesecih njihovih priprav. Izpostavljamo PCO agencijo MCI Dublin za kongres EUPSA, izraelsko PCO podjetje Kenes za kongres ESRA in združenje Alzheimer Europe, ki je nastopilo v vlogi organizatorja lastnega kongresa. Na teh dogodkih smo imeli tudi informacijske točke na samih prizoriščih.

Izpeljali smo največje število trženjskih nastopov v tujini doslej. V sodelovanju s Kongresnim uradom Slovenije, javno agencijo SPIRIT in partnerji smo namreč sprejeli ambiciozni načrt za serijo workshopov oz. delavnic v tujini, tako smo med marcem in decembrom 2015 nastopili na dogodkih za organizatorje poslovnih srečanj v Parizu, Münchnu, Zürichu, Stockholmu, Varšavi, Pragi, Amsterdamu in Bruslju.

Izpolnili smo plan nastopov na kongresnih borzah v 2015, med katerimi smo prevzeli koordinatorsko vlogo za naš nastop s štirimi partnerji na borzi ACE of MICE v Istanbulu konec februarja. Sledili so ključni poslovni dogodki globalne industrije srečanj borzi IMEX v Frankfurtu, The Meetings Show UK v Londonu in novembrska globalna borza EIBTM v Barceloni, ki ju tako po številu sestankov, kot kakovosti klientov, ocenjujemo kot zelo uspešno.

V sklopu dodatnih trženjskih aktivnosti v sodelovanju s KUS, SPIRIT in partnerji smo se tudi aktivno vključili v projekt digitalnega marketinga v sodelovanju z nemško marketinško agencijo Tmf dialogmarketing in generirali vsebine za objave, prav tako pa smo nadgradili objave novic na zavihku za organizatorje srečanj na našem portalu. Bolj aktivno smo se usmerili na družbene medije in odprli Twitter račun za Kongresni urad Ljubljana. Aktivno smo soustvarjali uspeh kampanje v sodelovanju z irsko marketinško agencijo SoolNua, ki se je nanašala na izbiro najboljšega sladoleda na svetu (SoolNua World Ice Cream Index, zmagala je ljubljanska slaščičarna Lolita, kar smo uporabili za dodatno promocijo v drugi polovici leta. V začetku julija smo tudi partnersko sodelovali pri osrednji študijski turi KUS za tuje organizatorje srečanj po Sloveniji, ki se je je udeležilo preko 30 klientov iz evropskih trgov.

Na področju orodij tržnega komuniciranja je bila pred borzo IMEX izvedena prenova destinacijskega priročnika za organizatorje srečanj – A Key to Ljubljana for Meeting Planners. Z namenom vsebinske nadgradnje zavihka za organizatorje srečanj na portalu www.visitljubljana.com smo izvedli delavnice za partnerje v sodelovanju s podjetjem e-Laborat.

PODROČJE ODNOSOV Z JAVNOSTMI

V 2015 smo z vsemi novostmi in novicami domačo javnost obveščali z mesečnim novinčnikom "Pisma iz Ljubljane". Tekom leta smo poslali 45 obvestil za domačo javnost in posredovali odgovore na 143 vprašanj domačim medijem. V domačih medijih smo zasledili 463 objav, neposredno vezanih na delovanje Turizma Ljubljana.

V 2015 smo izdali dve številki (14 in 15) strokovne revije »Pr! A perfect rendezvous« za tuje profesionalce v turizmu, z novostmi v Ljubljani in ostalo aktualno vsebino.

Zabeležili smo tudi porast prihoda tujih novinarjev, saj je v celem letu v Ljubljano prišlo 281 predstavnikov medijev. Največ tujih predstavnikov medijev je prišlo iz Velike Britanije, Nemčije, Italije, Avstrije, Japonske in Nizozemske, za katere smo pripravili 126 individualnih programov potovanja. Pri vsakem novinarskem obisku smo še posebej izpostavljali »Zelena Ljubljana« v okviru prejete nagrade Zelena prestolnica Evrope 2016, kulinarčno izkušnjo skozi blagovni znamki *Okusi Ljubljane* in *Okusi Osrednjeslovenske regije* ter izlete v Osrednjeslovensko regijo.

Organizirali smo tudi študijsko turo po zeleni Ljubljani za domače spletne uporabnike, blogerje in twiteraše, v želji predstaviti izkušnjo gosta v mestu. Pri študijski turi smo se osredotočili na tri glavne segmente: zelena Ljubljana (vožnja s segwayem, ladjico, izkušnja na posestvu Trnulja), regija (Ljubljansko Barje) ter kulinarika (kuharska delavnica z jedmi iz nabora Okusi Ljubljane). 13 udeležencev je prijetno izkušnjo delilo twitterju in na svojih blogih. Po končani študijski turi smo naredili poročilo o uspešnosti, zasledili smo 12 blog objav, 30 objav na družbenem omrežju Twitter ter 8 objav na Facebooku.

Decembra smo izpeljali študijsko turo za 5 tujih britanskih novinarjev s pomočjo AMA agencije za najbolj vplivne medije v Veliki Britaniji The Huffington Post, The Mail on Sunday, The New Statesman Magazine ter najboljša blogerja, ki pišeta o prehrani: London unmatched in Amuse your bouche.

Sodelovali smo tudi pri organizaciji dogodka ob 50-letnici združenja slovenskih turističnih novinarjev FIJET na Ljubljanskem gradu, kjer je direktorica sodelovala tudi pri razpravi na okrogli mizi o prihodnosti turističnega novinarstva.

Pripravili smo materiale in sporočila za javnost za TravMedia IMM London, ITB Berlin, WTM Latin America, WTM London. Za promocijo ljubljanskih poletnih festivalov in turističnih programov v vrhuncu turistične sezone smo skupaj s Festivalom Ljubljana opravili predstavitev in novinarske konference v Trstu in Celovcu.

PODROČJE PROMOCIJE IN POSPEŠEVANJA PRODAJE

V prvi polovici leta 2015 smo na vseh nastopih v tujini promovirali Ljubljano preko nosilnega produkta *Zelene prestolnice Evrope 2016*. Intenziven plan nastopov na sejmih in borzah ter delavnicah v tujini, ki smo ga načrtali za leto 2015, smo tudi uspešno realizirali. Tako smo v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo ali samostojno nastopili na Nizozemskem, na Finskem, v Španiji, v Avstriji, v Belgiji, na Češkem, v Italiji, Nemčiji in Srbiji, na Madžarskem, v Rusiji, na Hrvaškem, v Azerbajdžanu, na Švedskem in v Veliki Britaniji. Prvič na WTM Latin America in na Japonskem ter Tajvanu, v Izraelu in Turčiji. V nekaterih državah smo nastopili večkrat; skupaj smo imeli v tujini 40 nastopov - uspešni nastopi na 24 sejmih in borzah, 12 delavnicah, 4 posebnih dogodkih.

Za vsak nastop smo pripravili posebej izdelane zgibanke s predstavitvijo aktualne turistične ponudbe Ljubljane in sicer v jeziku dežele, kjer smo nastopali. V 2015 smo izdelali novo serijo štirih promocijskih plakatov z motivi iz Ljubljane ter 10 t.i. roll-up stoja. Izpolnili smo tudi plan oglaševanja za leto 2015 in oglaševali v več kot 50 tujih in nekaj domačih medijih.

Poleg klasičnega oglaševanja smo se dogovorili tudi za izmenjavo spletnih povezav ali druge oblike direktnega oglaševanja na relevantnih spletnih straneh (cross advertising). Več prisotnosti je bilo v elektronskih medijih, na portalih, ki nam prinesejo še več obiskov. Oglaševali smo ZPE, kulinariko in novoletne prireditve v okviru Prazničnega sejma.

Tudi v 2015 smo v Ljubljani gostili veliko, več kot 400 organizatorjev potovanj s vsega sveta, in sicer iz Italije, Avstrije, Hrvaške, Srbije, Irana, Rusije, Češke, Nemčije, Madžarske, Norveške, Malte, Indije,

Nizozemske, Kitajske, Turčije, Velike Britanije, Arabskih držav, ZDA, Azerbajdžana, Gruzije. Številnim obiskom in študijskim turam študentov ekonomije in turizma smo predstavili mesto in regijo, našo organizacijo, način dela in povezovanja z drugimi turističnimi subjekti v okolici in drugimi turističnimi destinacijami v Sloveniji.

Pomemben del tega področja je tudi ustrezna distribucija promocijskih gradiv destinacije, ki jo izvajamo na osnovi sodelovanja z različnimi inštitucijami, pa tudi posamezniki, ki potujejo v tujino in želijo promovirati našo deželo in glavno mesto. Na tem področju je že utečeno sodelovanje z različnimi republiški inštitucijami, na mestnem nivoju in tudi s strokovnimi javnostmi, je pa to odličen način za dodatne promocijske učinke, ki jih z rednimi aktivnostmi sicer ne bi mogli doseči. Vse načrtovane aktivnosti so bile izvedene, odzivnosti pa zelo dobra.

PODROČJE PRODUKCIJE PROMOCIJSKIH SREDSTEV

Skoraj vsa področja Turizma Ljubljana, zlasti pa tista, vezana na nastope v tujini in seveda delovanje turističnih informacijskih centrov, so tesno povezana s področjem priprave in izvedbe promocijskih sredstev, predvsem turističnih tiskovin. Tako smo v 2015 izdali številne turistične tiskovine v različnih jezikovnih izvedbah (npr. zbiranko *At a glance* izdajamo v 18 jezikovnih različicah).

V letu 2015 smo naročali tisk po javnem naročilu za tisk promocijskih tiskovin v letih 2014 in 2015, ki smo ga izvedli v začetku leta 2014. Obseg tiskovin, ki jih izdajamo na letnem nivoju, je velik, poleg mesečnikov »Kam« in njegove angleške inačice »Events« vključuje tudi dve številki revije »Pr!, a Perfect Rendez Vous«, ki je namenjena tujim strokovnim javnostim. Celotna produkcija turističnih tiskovin za regijo Osrednja Slovenija prav tako nastaja v okviru tega področja, čeprav so viri financiranja različni. V letu 2015 smo izredno odmevnim kulinaricni vodnikom Okusi Ljubljane v slovenskem in angleškem jeziku, dodali še prevode v italijanščino, srbščino in hrvaščino. V 2015, ki je bilo posvečeno promociji Zelene prestolnice Evrope 2106, je bila večina podpornih tiskovin za naše nastope v tujini obarvana na to temo. Izdali smo tudi *Vodnik po Zeleni Ljubljani* v slovenskem in angleškem jeziku. S promocijskih gradivom smo podprli tudi naš nastop na EXPO v Milano. Seveda pa smo ponatisnili tudi obstoječe edicije ter pred tiskom poskrbeli še za popravke, saj nikoli ne gre za klasičen ponatis. Ljubljana je izredno živo mesto, ki se hitro spreminja in vse spremembe je potrebno pri pripravi ponatisov upoštevati.

Nekatere publikacije izdamo tudi na ploščkih, ker gre marsikdaj za ekonomsko primernejšo obliko.

K področju produkcije promocijskih sredstev pa ne sodijo zgolj tiskovine: urejanje fototeke je ena od pomembnih nalog, saj jo je treba ves čas dopolnjevati in aktualizirati.

PODROČJE RECEPTIVNE DEJAVNOSTI

Delo na področju receptivne dejavnosti je v letu 2015 (od januarja do novembra) zaznamoval projekt EXPO Milano 2015, kjer smo nastopili kot koordinator za predstavitev regije Osrednja Slovenija. Ljubljana in regija sta bili na svetovni razstavi, ki je trajala od maja do novembra, z informacijskim pultom stalno prisotni vseh šest mesecev. Poleg tega smo z aktivnim programom posvečenim Zeleni prestolnici Evrope, kulinariki in kulturi sodelovali v marcu na dvodnevnem dogodku EXPO gate, ter pred slovenskih paviljonom na svetovni razstavi dva tedna v juniju in tri dni v oktobru. Skupaj smo izvedli okoli 70 promocijskih dogodkov. V okviru projekta je bila narejena tudi interaktivna inštalacija WOW, ki je na svetovni razstavi najprej stala pred slovenskim in nato pred paviljonom Evropske Unije.

V juniju smo v kompleksu Vittoriano v Rimu izvedli promocijski dogodek za italijanske novinarje in tour operatorje. Predstavitvi je sledila pogostitev z Okusi Ljubljane.

Razvili smo nov voden ogled, kulinaricni ogled Okusi Ljubljane in pripravili nov kolesarski ogled za leto 2016. Pripravili smo vodnik za voznike turističnih avtobusov in katalog ogledov in izletov za zaključene skupine, ki bosta izvedena v letu 2016.

Pred Slovenskih turističnim informacijskim centrom smo slovenskih turističnim regijam, destinacijam in ponudnikom ponudili brezplačno stojnico za organizacijo promocijskih dogodkov. Od maja do konca leta se je zvrstilo okoli 25 promocijskih dogodkov.

Na področju receptivne dejavnosti smo se ukvarjali s pripravo programov prilagojenim željam zaključenih skupin, s pripravo programov po meri. Pripravljali smo tako programe za Ljubljano kot kombinacijo z izleti po Sloveniji.

PODROČJE RAZVOJA IN KAKOVOSTI

Ljubljana je nosilka prestižnega naziva Zelena prestolnica Evrope 2016 in na teh osnovah Turizem Ljubljana dela pomembne korake tudi na področju trajnostnega razvoja turistične ponudbe. Aktivno smo se vključili v »Zelena shema slovenskega turizma – Slovenia Green« in Ljubljana je prejela **zlato priznanje** za najbolj trajnostno turistično destinacijo v Sloveniji-Slovenia Green Gold.

Ljubljana je bila dobitnica lanskega izbora za nagrado WTTC Tourism for Tomorrow 2015. Prestižno nagrado je podelila mednarodna organizacija World Travel & Tourism Council (WTTC) na slovesni razglasitvi v okviru svetovnega srečanja, ki je potekalo aprila v Madridu. Nagrade "Turizem za prihodnost" se podeljujejo na podlagi uresničevanja načel trajnostnega turizma in v okvirih prizadevanj, da bi navdihnili in izobrazili turistične ponudnike ter destinacije za izboljševanje praks trajnostnega turizma. Nagrade veljajo za najvišja svetovna priznanja na področju trajnostnih usmeritev v potovalni in turistični industriji. Velik poudarek pri predstavitvi projekta trajnostne turistične destinacije Ljubljana je bil tudi na projektih Turizma Ljubljana, kot so urejanje nabrežij Ljubljanice, vzpostavitev turistične plovbe po Ljubljanici, projekt Okusi Ljubljana, brezplačna vožnja z električnimi avtomobilčki Kavalirji po centru mesta.

Ocenjevanje turistične destinacije Ljubljana po trajnostnih indikatorjih ETIS (European Tourism Indicators System) je bilo uspešno končano. V tem procesu je bila Ljubljana ena od pilotnih slovenskih destinacij, ki uvaja indikatorje ETIS. Rezultati so pokazali močne in šibke točke trajnostne podobe Ljubljane, zato smo opredelili ukrepe in aktivnosti, ki jih bomo izvajali v praksi.

Hkrati pa se je Ljubljana kot prva slovenska destinacija **ocenjevala tudi po orodju GSTR (Global Sustainable Tourism Review)**, ki poleg evropskih indikatorjev vključuje tudi globalne indikatorje za trajnostne destinacije ter tako omogoča primerjavo trajnosti med destinacijami na globalni ravni. Ocenjevanje je prav tako bilo uspešno končano in po izpolnitvi GSTR indikatorjev je Ljubljana postala prva članica Green Destination Network v Sloveniji.

Zeleni certifikati za nastanitve in zelene nabavne verige

Na podlagi rezultatov ocenjevanja ETIS IN GSTR smo ugotovili, da na destinaciji Ljubljana lokalne nabavne verige še ne funkcionirajo in imamo premalo turističnih ponudnikov za trajnostno certificiranje. Ker je Ljubljana zelena prestolnica Evrope 2016 in v MOL razen turistične kmetije Trnulja nimamo nastanitve, ki bi imela zeleni certifikat, smo se odločili, da bomo nastanitve motivirali za trajnostno poslovanje in pridobitev zelenih certifikatov. Za vse nastanitvene ponudnike v regiji Osrednja Slovenija smo organizirali delavnico »**Z zelenim certifikatom do znaka Slovenia Green**« kjer smo spregovorili o dveh temah - zelenih nabavnih verigah in zelenih certifikatih.

Predstavniki ABTE- Travelife mednarodnega certifikata so udeležencem delavnice predstavili, da vzpostavitev sistema Travelife omogoča bistveno znižanje materialnih stroškov poslovanja, da se zelene aktivnosti lahko gradijo postopoma, da je certificiranje v primerjavi z ostalimi zelenimi certifikati finančno bolj sprejemljivo in da je preko ABTE možno njihovo uspešno trženje.

V sistem certificiranja se je do konca junija prijavilo sedem ljubljanskih hotelov (Park, City, Slon, hotel Union Executive in Business, Central, Lev) in hostel Celica. 18.12. je bil v hotelu Park že prva formalna, sistemska in neodvisna kontrola kvalitete zelenih standardov na licu mesta.

Poleg zelenega certificiranja smo v Ljubljani začeli tudi z aktivnostmi za vzpostavitev **zelenih nabavnih verig** za hotele in gostinske lokale. V kmetijski zadrugi Dobrunje smo tako uspešno izvedli delavnico z Oddelkom za kmetijstvo MOL, zavodom Goodplace in z več kot petdesetimi ljubljanskimi kmeti, ki so pokazali zanimanje za projekt zelene nabavne verige. Pilotni projekt za vzpostavitev zelene nabavne verige smo v sodelovanju z Zadruogo Jarina in ljubljanskimi kmeti, ki so pristopili k projektu, zagnali 15.12.2015. V testni projekt so se prijavili hotel Snovik, hotel Park in

hostel Celica. Cilj projekta je uvedba lokalnih zajtrkov v lokalne hotele, tako da do gostov dejansko pridejo pridelki lokalnih kmetov: »iz lokalne njive na lokalno mizo«. Nakup in prodaja lokalnih živil potekata v testnem projektu potekata na platformi www.zelene-verige.si.

Ocvetličenje mesta

V 2015 smo si kot enega izmed ciljev, ki bo pomagal k prepoznavnosti Ljubljane, zastavili projekt **Vrtnica Ljubljana**. Junija smo na osnovi ocene strokovne komisije Društva ljubiteljev vrtnic Slovenije in obiskovalcev Tivolskega rozarija izmed petih posajenih vrst vrtnic izbrali mnogocvetno vrtnico, belo krem barve vzgojitelja Tantau iz Nemčije, ki smo jo poimenovali vrtnica Ljubljana. V sodelovanju z LUZ smo izvedli določitev potencialnih lokacij za zasaditev vrtnice Ljubljana. Nabor lokacij je osnova za podrobnejše načrtovanje, sajenje in vzdrževanje vrtnice Ljubljana v Mestni občini Ljubljana, ki mora biti usklajeno z upravljavcem javnih zelenih površin. V 1. fazi je bilo posajenih 950 vrtnic Ljubljana okrog vodnjaka Otona Jugovca v parku Tivoli in 150 vrtnic v rozariju parka Tivoli.

V sodelovanju z zavodom Big, ki vodi projekt Mesto oblikovanja na Dunajski cesti 123, smo naredili inštalacijo z vrtnico Ljubljana s katero smo se predstavili na festivalu Mesec oblikovanja, ki se je zaključil 20.11. V biltenu Mesec oblikovanja so objavili oglas Ljubljana zelena prestolnica Evrope 2016 in inštalacijo vrtnice Ljubljana.

Uspešno smo zaključili javno naročilo za **ocvetličenje mestnega jedra**, ki zajema vzdrževanje obstoječih in nabavo novih cvetličnih obešank za obdobje od 2015 do 2017 in tako v mestnem jedru skrbimo za vzdrževanje 182. cvetličnih obešank.

Strategije in raziskave

Turizem Ljubljana je bil vključen v delovno skupino, ki je pripravljala **Strategijo trajnostnega razvoja mestne občine Ljubljana (StrMOL) do 2020** in je pripravil zahtevana delovna gradiva o trajnostni strategiji za posameznega področja na osnovi Strategije razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014-2020.

Kot podpoglavje naš krovne Strategije razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014-2020 smo začeli podrobneje pripravljati **strategijo kulturnega turizma**, ki jo bomo naredili v sodelovanju z ostalimi deležniki v ljubljanskem kulturnem turizmu.

Intenzivno smo delali na področju t.i. skupinskega oz. avtobusnega turizma in ureditvi sistema vstopa turističnih avtobusov v mesto. Predstavili smo rezultate **Raziskave o številu in navadah skupin turistov, ki Ljubljano obiščejo s turističnimi avtobusi** na skupnem sestanku z oddelki JP LPT, JP LPP ter OGDG-oddelek za promet ter predstavnikom turističnih vodnikov. Na terenu smo pregledali parkirišča in vstopno-izstopna mesta za turistične avtobuse. Izkazalo se je, da je večina lokacij neprimerno označenih (neustrezna signalizacija, napisi v slovenskem jeziku) in tako težko uporabnih za voznike avtobusov, ki v Ljubljano prihajajo iz tujine. Na podlagi videnega smo podali predlog o zmanjšanem obsegu relevantnih točk, ki jih lahko objavimo na zemljevidu za voznike avtobusov, ki je v izdelavi.

Okusi Ljubljane

V letu 2015 smo projekt **Okusi Ljubljane** okrepili in nadgrajevali na način, da smo začeli individualno obdelovati posameznega gostinskega ponudnika in njegovo lokalno ponudbo. V projektu je trenutno aktivnih več kot 30 ljubljanskih gostinskih ponudnikov, ki v svojih gostinskih lokalih ponujajo jedi pod blagovno znamko Okusi Ljubljane. Aprila smo na trg plasirali kulinarično turo Okusi Ljubljane za turiste, ki jo izvajamo redno, dvakrat tedensko in je prava uspešnica, saj turisti skozi Okuse Ljubljane spoznajo Ljubljano. V sodelovanju s prof. Janezom Bogatajem smo pripravili delavnico in gostinske ponudnike seznanili s trendi in analizo stanja kulinarične ponudbe na destinaciji. S promocijo ljubljanskih jedi pod znamko Okusi Ljubljane smo sodelovali pri izvedbi številnih dogodkih, prireditvah in promocijskih nastopih kot so: Odprta kuhna, Kulinarični festival *Eat!Brussels2015*, Ljubljanska vinska pot, Festival vina in kulinarike, Dinner in the sky, Teden jabolka

iz Ljubljane,... S ciljem, da je ponudba lokalne ljubljanske hrane dostopna turistom in da turistom odgovorimo na vprašanje, kje se lahko v Ljubljani poje kaj tipično lokalnega.

Športni turizem

V Ljubljani so se v letu 2015 zvrstili trije mednarodni športni dogodki in na Turizmu Ljubljana smo v skladu s strategijo kot podpora promociji le-teh prvič namenili promocijska sredstva. V začetku julija se je prvič v zgodovini odvijala Giro Rosa, najzahtevnejša ženska kolesarska preizkušnja Mednarodne kolesarske zveze (UCI), tudi izven Italije, za mednarodno sodelovanje pa so organizatorji izbrali prav Ljubljano. Med 30. julijem in 1. avgustom je Ljubljana gostila mednarodno prvenstvo v odbojki na mivki Ljubljana Beach Volley Challenge. Prvenstva, ki je že v svoji prvi izvedbi leta 2014 zbudilo veliko pozornost v svetovnem merilu, so se udeležile odbojarske dvojice iz 13 različnih držav. 25. oktobra pa je Ljubljana gostila že 20. Volkswagen Ljubljanski maraton, ki je v dveh desetletjih postal pravi slovenski tekaški praznik, ki predstavlja pomemben del identitete zelene, aktivne in zdrave Ljubljane.

Regionalna destinacijska organizacija Osrednja Slovenija

Na Turizmu Ljubljana smo že peto sezono intenzivno in uspešno realizirali plan aktivnosti RDO v skladu s Strategijo razvoja in trženja turizma za regijo Osrednja Slovenija 2012 – 2016, ki prinaša jasno definicijo regijskega modela za področje turizma, jasne cilje, jasen trženjski koncept in funkcionalen način delovanja Regionalne destinacijske organizacije, ki živi in se udejanja v praksi. Ljubljana je na ta način bolje izkoristila privlačno ponudbo v zaledju in s konkretnimi turističnimi programi spodbujala in usmerjala obiskovalce Ljubljane v odkrivanje Osrednjeslovenske regije, zaledje Ljubljane (posamezni turistični kraji, ponudniki oz. destinacije iz regije) s skupnim trženjem z Ljubljano pa je lažje, hitreje, z manj vlaganji in z večjimi učinki dosegalo prepoznavnost in prodajo na mednarodnem turističnem trgu, kjer samostojno ne bi bili konkurenčni in privlačni.

Aktivnosti so v letu 2015 potekale znotraj treh funkcij: promocijske, distribucijske in operativne in so bile v celoti realizirane.

Med programskimi poudarki pri promocijski funkciji velja omeniti produktno povezovanje znotraj Osrednjeslovenske regije, kjer je bila izredno močan vezni člen kulinarika, ki se je prepletala z osrednjimi turističnimi točkami v regiji. Okusi Osrednje Slovenije, Okusi Kamnika, Okusi Ljubljane, Dobrote blagajevе dežele, Le Potica,... je le nekaj regijskih blagovnih znamk, ki so iz dneva v dan intenzivneje zastopane skozi vse promocijske kanale na domačem in tujem trgu.

Drugi močan vezni člen med turističnimi produkti pa je bil trajnostni turizem in iz tega naslova smo že dobivali različna povpraševanja po zelenih namestitvah in zelenih turističnih produktih, zato smo aktivno snovali »zelene turistične produkte«.

Da bi dvignili prepoznavnost destinacije, smo intenzivno delali tudi z novinarji in blogerji ter na digitalnemu trženju na distribucijski funkciji, ki se je tesno prepleta s promocijsko funkcijo. Znotraj distribucijske funkcije je bil glavni poudarek na nadaljnjem razvoju vsebin spletnega mesta www.visitljubljana.com. S pomočjo vprašalnikov, ki smo jih pošiljali neposredno turističnim ponudnikom, smo pridobili ter vnesli številne dodatne vsebine, ki se nanašajo na turistično ponudbo znotraj regije. Velik del sredstev distribucijske funkcije RDO smo usmerili v prevode različnih vsebin za spletno mesto in postavitev ruske in španske jezikovne različice, nadgradnjo na spletnem zemljevidu ter za oglaševalsko kampanjo na družbenem omrežju Twitter.

Operativna funkcija pa je predstavljala največji izziv, saj je zajemala izobraževanje lokalnih turističnih ponudnikov v 26. regijskih občinah in povezovanje lokalne turistične ponudbe v turistične produkte, kar je ključno za razvoj kvalitetne ponudbe na turistični destinaciji. Na terenu smo izvedli osem izobraževalno-delovnih srečanj za vseh 26 občin z namenom oblikovanja konkurenčne in inovativne integralne turistične produkte (ITP) na temelju zgodb in seznaniti vse akterje razvoja turizma na območju 26. občin z novimi pristopi k oblikovanju turističnih produktov ter trendi na ravni ponudbe in povpraševanja. S tem so udeleženci iz 26. občin pridobili nova znanja, smernice za nadaljnje delo in uspešnejši turistični razvoj. Udeleženci, ki jih je bilo na osmih delavnicah okrog

200, so bili s potekom delavnic zadovoljni in motivirani za delo in tako je nastalo 16 inovativnih ITP-jev za območje regije Osrednja Slovenija, ki temeljijo na lokalnih zgodbah in so prilagojeni tujim obiskovalcem predvsem za individualne obiske, deloma tudi za večje skupine.

Danes je RDO Osrednja Slovenija najbolje organizirana regionalna turistična organizacija v Sloveniji in primer dobre prakse doma in v tujini. Presegamo optimistično zastavljene kvantitativne načrte in tako je bilo v letu 2015 število nočitev v regiji do novembra po uradni statistiki 1.076.059, kar je za 3,1 odstotka nad načrtovanim.

PODROČJE INFORMIRANJA IN AGENCIJSKE DEJAVNOSTI

Leto 2015 je bilo v znamenju pozitivnih indeksov na vseh področjih informiranja in agencijske dejavnosti.

Pri obisku obeh TIC smo zabeležili porast, saj je v letu 2015 obiskalo naše informacijske centre 313.875 obiskovalcev, kar je 5% več kot leta 2014. V povprečju je bilo 882 obiskovalcev na dan. Tudi na področju skupin, ki so preko Turizma Ljubljane naročile voden ogled mesta, beležimo porast za 6 % in sicer smo organizirali vodenje za 1.768 skupin, katerih skupno število udeležencev je bilo 38.051 oseb.

Zabeležili smo ponovno rekordno število nočitev, saj smo presegli mejo 1.190.242 nočitev, kar pomeni porast za približno 17,8% v primerjavi z letom 2014.

Pri prodaji turistične kartice prav tako beležimo 29% porast prodaje in sicer smo prodali 2.605 kartic.

V letu 2015 smo organizirali tudi tečaj za nove vodnike, interes je bil zelo velik saj se je prijavilo 70 interesentov. Od teh je 44 uspešno opravilo izpite. Za leto, ki bo v obeleženo z nazivom Zelena prestolnica Evrope smo oblikovali več vodenj po Ljubljani s poudarki tega naziva. V sodelovanju z LPP-jem smo oblikovali krožni avtobusni ogled Ljubljane, sodelovali pri postavljanju krožne trase za nov električni vlakec, ki prihaja v Ljubljano v marcu 2016 in bo lahko vozil celo leto.

PODROČJE TURISTIČNEGA SPLETNEGA PORTALA

Leto 2015 je na področju spletnega portala potekalo predvsem v znamenju popolne tehnične prenove spletnega mesta, ki še traja in bo zaključena konec marca 2016. Veliko dela se je tako odvijalo v ozadju in njegovi rezultati bodo šele vidni v prihodnje. Na obstoječi različici, ki smo jo uspešno dopolnjevali z novimi vsebinami ter rusko in špansko jezikovno različico, pa smo še naprej beležili povečevanje obiska. Uspešno smo izvajali spletno oglaševanje in nastopali na družbenih omrežjih. Uvedba spletne trgovine doživetij konec leta 2014 se je prav tako obrestovala, saj smo spletno prodajo v prvih desetih mesecih leta uspeli podvojiti v primerjavi z istim obdobjem lani, kar nam je prineslo možnost, da smo svoje rezultate znova odmevno predstavili na konferenci Digital Innovation Campus v Barceloni novembra 2015. Na ravni celotnega leta je bila nato rast spletne prodaje 88 %.

Razvoj spletnega mesta www.visitljubljana.com

Največji projekt leta 2015 (in prve tretjine 2016) je selitev spletnega mesta na novo, odprtokodno tehnično platformo. Selitev bo omogočila možnosti za nadaljnji razvoj, ki jih na obstoječi, tehnično zastareli platformi nismo več imeli. Hkrati s selitvijo poteka delo na vrsti nadgradenj spletnega mesta, ki bodo zaživele na novi različici. Med njimi so:

- oblikovne posodobitve s ciljem pomembne vsebine predstaviti vizualno razkošneje in skozi zgodbarjenje,
- nadgradnja in vsebinska prenova poglavja *Kongresni urad Ljubljane*,
- prenova planerja *MyVisit* oziroma osmiselitev te funkcionalnosti na nov način,
- implementacija novega sistema za e-novice,
- nadgradnje zemljevida na spletnem mestu in njegove uporabniške izkušnje,
- nadgradnje v spletni trgovini (tehnična povezava s sistemom za izdajo vavčerjev),
- nadgradnja mobilne aplikacije Visit Ljubljana.

Projekt selitve spletnega mesta je izjemno zahteven in pravzaprav pomeni vzpostavitev spletnega mesta povsem na novo, s prenosom vseh vsebin ter nadgradnjami vseh sistemov, ki so povezani s spletnim mestom. V letu 2015 je projekt potekal v skladu s časovnico.

Obisk spletnega mesta ter spletna prodaja izdelkov in storitev

V 2015 je obisk spletnega mesta še naprej naraščal, kar se dogaja od jeseni 2012, ko smo spletno mesto nadgradili v "odzivni dizajn", prilagojen tudi mobilnim napravam. Rekorden mesečni obisk spletnega mesta smo spet zabeležili v decembru. V primerjavi s prejšnjim rekordom, ki je bil realiziran leta 2014, prav tako v decembru, je obisk narasel za 8,94 % (140.285 proti 128.767 obiskovalcev).

Na letni ravni smo zabeležili:

- 870.062 obiskovalcev spletnega mesta: +7 % glede na leto 2014
- 1.223.492 sej (obiskov) na spletnem mestu: +5 % glede na leto 2014
- Kazalci kvalitete obiska so tudi narasli: ogledi strani spletnega mesta: +9 %; trajanje sej na spletnem mestu: +4 %

Izjemna je bila rast prodaje izdelkov in storitev prek našega spletnega mesta, ki smo jo zabeležili po uvedbi "spletne trgovine doživetij" konec predlanskega leta. Za primerjavo: obseg celotne prodaje Turizma Ljubljana je v letu 2015 narasel za 24%.

Podatki o spletni prodaji:

- Obseg spletne prodaje: + 88 %
- Spletna prodaja ogledov mesta: + 128 %
- Spletna prodaja izletov in aktivnosti: + 43 %
- Spletna prodaja Ljubljana Card: + 106 %
- Spletna prodaja hotelskih paketov: + 200 %

Hotels Combined: na spletnem mestu gostimo meta iskalnik, ki omogoča primerjavo cen in rezervacijo prek skoraj vseh uveljavljenih svetovnih rezervacijskih sistemov. V letu 2015 smo realizirali 8.945 uporab sistema, skozi pridobili 6.000 veljavnih *leadov* in s provizijo zaslužili 2.376 dolarjev.

Vsebine na spletnem mestu

Na spletnem mestu smo, kljub temu, da smo se najbolj intenzivno ukvarjali z njegovo novo verzijo, obstoječo dopolnili z **rusko in špansko jezikovno različico**. Poleg tega smo veliko delali na pripravi novih, bolj inspirativnih in informativnih vsebin z elementi zgodbarjenja. Tako smo v 2015 med drugim odprli nove vsebinske sklope *Romantična Ljubljana, Smučanje in zimski športi, Golf v Ljubljani in Sloveniji, Družbeno odgovorni turizem, Ljubljana ponuja izvirna doživetja, Nakupovalno središče BTC City Ljubljana, Gradovi in dvorci v Osrednji Sloveniji, Obiščite Ljubljano v prazničnem decembru ter Božično nakupovanje v Ljubljani*. Ključni pri teh vsebinah so kvalitetna besedila, dober slikovni material in relevanten izbor turistične ponudbe, ki se veže nanje v priloženih seznamih v zavihkih. Leto je po vsebinski plati zaznamovala tudi intenzivna komunikacijska podpora Flow Festivalu Ljubljana, ki smo ga dojeli kot potencialno vrhunsko mednarodno prireditev.

Mednarodni uspehi in sodelovanja

Z opaznim napredkom Ljubljane kot turistične destinacije postajamo vse zanimivejši tudi v mednarodnem prostoru in vse pogosteje izobražujemo odločevalce v turistični industriji. **Svetovna turistična organizacija (UNWTO)** je Turizem Ljubljana zaradi nagrajenega delovanja na družbenih omrežjih, ki – kot so se izrazili - odmeva v evropskih in širših krogih, povabila k predavanju v X'ian na Kitajskem. **The Foundation for European Sustainable Tourism (FEST)** skupaj z European Travel Commission ETC pa sta Turizem Ljubljana junija povabila med predavatelje najuspešnejših trajnostnih praks na svetu na "**Summer School in Leadership and Governance for Sustainable Tourism**". **Fondacija Travel Foundation** je Turizem Ljubljana povabila med glavne govorce na okrogli mizi v okviru letnega srečanja združenja "**Travel Foundation Annual Meeting 2015**"

septembra v Londonu. Sogovorca o aktualni tematiki trajnostno usmerjenega turizma sta bila Megan Epler Wood s Harvard T.H. Chan School of Public Health ter ustvarjalec in voditelj serije oddaj o potovanjih televizijske mreže BBC Simon Reeve, pogovor pa se je aktivno odvijal tudi na družbenih omrežjih. Na podlagi članka za spletno stran mednarodnega strokovnega združenja Digital Tourism Think Tank smo dobili priložnost, da novembra na letni konferenci **Digital Tourism Innovation Campus** predstavimo nove uspehe v 2014 nagrajenega projekta, odzive in rezultate, ki jih Ljubljana dosega z rastjo prodaje ogledov, izletov in aktivnosti (doživetij) preko našega spletnega mesta. Ljubljana je bila tako spet izpostavljena kot primer dobre prakse v mednarodnem merilu. Povezava do PPT predstavitve je na voljo tu: <http://www.slideshare.net/visitljubljana/ljubljana-is-selling-experiences>. Vključili smo se tudi v nadzorni organ (Board oz. izvršni odbor) mednarodne organizacije **European Cities Marketing (ECM)**, v strokovno skupino za digitalni marketing združenja ECM ter v delovno skupino za digitalni marketing **Slovenske turistične organizacije (STO)**, kjer smo sodelovali tudi pri pripravi nove digitalne strategije STO.

Spletno oglaševanje

Oglaševanje v sistemu Google Adwords se je pričelo izvajati 31.7.2015 in je potekalo do 31.12.2015. Za potrebe oglaševanja v sistemu Google Adwords smo objavili posebne vstopne strani z izbranimi vsebinami jesenske in zimske sezone. Iz naslova oglaševanja smo pridobili 84.382 sej in 30 nakupov na spletnem mestu ter 252 prenosov mobilne aplikacije. Glede na petmesečno oglaševanje ocenjujemo, da so bili rezultati v osnovi dobri. Poskusno smo izvedli tudi video oglaševanje na YouTube in zabeležili odličen rezultat: 89.965 ogledov videa o praznični Ljubljani.

Oglaševanje na Twitterju je potekalo v dveh ločenih kampanjah. Oglaševali smo od 8. maja do 30. junija in skozi plačane objave pridobili 952 novih sledilcev ter realizirali 9.201 interakcij (ogledi videa, kliki na povezave). V drugi kampanji, ki je potekala od 23. septembra do 21. oktobra, smo pridobili 936 novih sledilcev in realizirali 11.545 interakcij (retviti, všečki, odgovori, kliki na povezave).

Oglaševanje na Facebooku: Cilj kampanje v letu 2015, pridobiti 12.000 novih privržencev, je bil presežen. Pridobili smo jih 13.000 in oglaševanje v terminu od 25.5. do 31.12. zaključili z 102.143 privrženci strani.

Družbena omrežja

V 2015 je bila v ospredju tema Zelene prestolnice Evrope 2016, ki je prinesla močno marketinško sporočilo in izrazito pripomogla pri uspešnem izvajanju promocijskih aktivnosti na spletu. Dejstvo je, da Ljubljana v letu 2015 ostaja trendovska destinacija, njena trajnostna naravnost pa jo je še utrdila na seznamu tistih, ki jih priporočajo tako veliki svetovni mediji kot uveljavljeni blogerji. Odzivi na družbenih omrežjih Turizma Ljubljana so bili (tudi v skladu s tem) izjemni. Na področju družbenih omrežij smo se v domačih strokovnih krogih dokončno uspeli uveljaviti kot izrazit primer dobre prakse.

Prisotni smo na devetih družbenih omrežjih (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube, Google+, Foursquare, Storify in LinkedIn), vendar pa smo vložek dela prilagodili uspešnosti na posameznem omrežju.

Na **Facebooku** redno objavljamo aktualne in zanimive vsebine, ki jih uporabniki prepoznavajo kot kakovostne. Svojo aktivnost podpiramo z oglasi in s promoviranjem objav. Dosegli smo več kot 100.000 privržencev, čas odzivnosti pa skrajšali na manj kot eno uro.

Na **Twitterju** smo z angleškim profilom **@VisitLjubljana** med prvimi v Sloveniji preizkusili oglaševanje in verjetno smo bili prvi v Sloveniji, ki smo soorganizirali **mednarodni klepet** na Twitterju. Pridobili smo verificiran profil, uredništvo pa redno prejema pohvale za odlično delo. Prirast sledilcev je bila vse leto velika, v času oglaševanja pa se je ta rast še okrepila. Ob koncu leta smo imeli že **11.100 sledilcev**. Slovenski profil **@TurizemLJ** je v letu 2015 postal prepoznaven. Število sledilcev se je od začetka do konca leta skoraj potrojilo. Intenzivno smo pokrivali slovenski kulturni praznik, za vidnejše spletne uporabnike smo organizirali odmeven izlet **#ZelenaLjubljana**,

veliko podporo smo nudili Ljubljanskemu maratonu, vrhunec pa smo doživeli z uspešnim videom ob prižigu prazničnih lučk.

Kontinuirano raste tudi naša prisotnost na Instagramu. V zadnjem letu je Instagram profil @VisitLjubljana pridobil kar 3.519 sledilcev. Ob koncu leta smo imeli 3,5-krat več sledilcev kot na začetku leta. V sklopu uspešnega oglaševanja na Googlu pa smo prvič preizkusili tudi video oglaševanje na YouTubeu.

Večino dela opravimo sami znotraj zavoda, saj tako lahko skrbimo za kakovost vsebin, obenem pa spremljamo trende na družbenih omrežjih in se sproti izobražujemo. Uspešno delo je prepoznala tudi STO in nas povabila k 2 predavanjem na motivacijskem srečanju administratorjev iz cele Slovenije - o smernicah pri pripravi vsebin za spletna mesta in družbena omrežja in o uporabi Twitterja v turizmu ter uspešnem sodelovanju z blogerji.

1.5. Nastanek morebitnih nedopustnih in nepričakovanih posledic pri izvajanju programa

Tovrstnih posledic pri izvajanju programa nismo zaznali.

1.6. Ocena uspeha pri doseganju zastavljenih ciljev v primerjavi z doseženimi cilji iz preteklega leta

Primerjava rezultatov v 2015 z rezultati, ki smo jih dosegli v 2014 in planom 2015, pokaže naslednje:

	real. 2014	real. 2015	plan 2015	Indeks 1	Indeks 2
Število prihodov:	556.836	679.658*	531.670	122	128
Število nočitev:	1,009.959	1,190.242*	1,030.000	118	116
Število obiskovalcev v TIC	298.377	313.875	-	-	105

*OPOMBA: za 2015 navajamo začasne podatke, ki niso uradni. SURS uradne podatke posreduje šele v mesecu marcu.

V 2015 se je število obiskovalcev, ki so v Ljubljani prespali (=prihodi), v primerjavi z letom 2014 povečalo za 22 % (v primerjavi s planom za 2015 pa kar za 28 %). Število nočitev je bilo glede na leto 2014 višje za 18 % (v primerjavi s planom za 2015 pa za 16 %). Za 5 % se je povišal obisk v naših turističnih informacijskih centrih.

1.7. Ocena gospodarnosti in učinkovitosti poslovanja glede na opredeljene standarde in merila z ukrepi za izboljšanje učinkovitosti in kakovosti poslovanja

Posebnih standardov in meril, po katerih bi lahko spremljali gospodarnost in učinkovitost svojega poslovanja, v Turizmu Ljubljana nimamo.

V 2015 smo revidirali številne pogodbe in z vsemi izvajalci izvedli pogajanja o opravljanju storitev in cenah. Tako smo znižali in optimizirali stroške delovanja na sledečih področjih: videonadzor poslovnih prostorov, dobava čistil in sanitarnega materiala, dobava pisarniškega materiala, dobava računalniške opreme, zamenjava ugodnih mobilnih paketov in nakup mobilnih telefonov. Poleg tega smo v vseh postopkih javnega naročanja izvedli pogajanja in s tem dosegli znižanje cen in večjo gospodarnost s sredstvi zavoda.

1.8. Pojasnila na področjih, na katerih zastavljeni cilji niso bili doseženi

Dosegli smo vse zastavljene cilje, zato pojasnila niso potrebna.

1.9. Ocena učinkov poslovanja Turizma Ljubljana na druga področja

Ocenjujemo, da so učinki našega dela na druga področja pozitivni. Merimo turistični obisk Ljubljane, ki ga lokalni prebivalci zaznavajo, vendar ne opredeljujejo kot motečega. Iz ankete o učinku turizma med domačim prebivalstvom ter povratne komunikacije na družabnih medijih izhaja, da je v okvirih, ki je za prebivalke in prebivalce Ljubljane sprejemljiv. Strategija, ki ji sledimo pri vsakdanjem delu, je trajnostno usmerjena tudi pri odnosu do lokalnega prebivalstva, ki je eden naših najpomembnejših deležnikov. Prireditve usmerjamo tudi izven strogega mestnega jedra, snujemo doživljajsko ponudbo in nenehno osvežujemo ponudbo izletov, ki tuje goste odpeljejo v regijo in druge konce Slovenije. Tako nočitve še vedno realizirajo v Ljubljani, center Ljubljane pa ni prepoln

Glavna komunikacijska sporočila v 2015 so bila povezana s trajnostno usmerjenostjo, Zeleno prestolnico Evrope 2016 in WTTC Destinacijo prihodnosti 2015. V povezavi s tem smo tudi povezali deležnike na terenu, priredili skupinske delavnice in izvajali izobraževanja. Ob tem spodbujamo ljubljanske hotele k uvajanju trajnostnega poslovanja in certificiranju ter razvijamo zelene nabavne verige. Rezultat je tudi identificiranje učinkovitih integralnih turističnih produktov na terenu, kar vodi k večji turistični potrošnji, kar je eden od ciljev Turizma Ljubljana.

Pozitivne učinke našega dela zaznavamo tudi vsebinsko. Na portalu visitljubljana.com smo spomladi objavili nov vsebinski sklop Družbeno odgovorni turizem, ki ga povezujemo s turistično ponudbo Ljubljane in partnerji, ki delujejo v socialnem podjetništvu. Marca smo v sodelovanju z Društvom slovenskih vodnikov organizirali dodatna izobraževanja vodnikov za vodenje oseb s posebnimi potrebami. V seriji predpoletnih delavnic smo z občinami v regiji ustvarjali nove lokalno obarvane zgodbe. Za prihodnje leto smo zasnovali tudi nova vodenja, kjer obiskovalcem ne pokažemo le znamenitosti mesta, ampak jih popeljemo tudi skozi zelene točke Ljubljane.

V Ljubljani prepoznavamo tudi pomen športnih dogodkov za večanje prepoznavnosti in obiska mesta, zato smo v letu 2015 pristopili k oblikovanju strategije športnega turizma, sistema financiranja in promocije.

Turizem Ljubljana je zaradi učinkov svojega delovanja tudi partner v širšem smislu – povezujemo turistično gospodarstvo v Ljubljani in regiji, se povezujemo s kulturnimi ustanovami (zelo različnih profilov, kot npr. s Kinodvorom, Festivalom Ljubljana, Botaničnim vrtom). Kot primer dobre praks nas povzema Direktorat za turizem in internacionalizacijo, nacionalna turistična organizacija in ostala turistična središča Slovenije.

Pri snovanju regijske turistične strategije, ki je bila izdelana v 2011, smo kot krovni razvojni koncept turizma v regiji opredelili razvoj turizma po trajnostnih načelih, ki prinaša največjo možno vrednost: okoljsko, družbeno in gospodarsko, s kar najmanj negativnimi učinki na naravno in družbeno okolje. S ciljem, da razvijemo trajnostne integralne turistične proizvode, smo pridobili kriterije, ki so nam v pomoč pri prepoznavanju trajnostno naravnanih turističnih proizvodov in programov.

Tudi v strateškem dokumentu 2014-2020, ki smo ga zasnovali v 2013, je okoljski vidik primerno izpostavljen. V okviru poglavja »trajnostni razvoj« je opredeljen operativni cilj, ki zadeva udeležanje trajnostnega pristopa pri razvoju destinacije. Znotraj tega operativnega cilja je opredeljenih šest ukrepov, ki uresničujemo v obdobju trajanja tega strateškega dokumenta.

II/ 2. OBRAZLOŽITEV IZVAJANJA NAČRTA RAZVOJNIH PROGRAMOV V 2015

Turizem Ljubljana je imel v 2015 v načrtu razvojnih programov projekt REGIONALNA DESTINACIJSKA ORGANIZACIJA (RDO) – LJUBLJANA-OSREDNJA SLOVENIJA. Projekt se financira iz naslednjih virov: sredstva 25 občin v okviru LUR v skupni višini 38.758,46 EUR, namenska sredstva turistične takse v višini 50.000,00 EUR in namenska sredstva koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo v višini 54.000,00 EUR.

3. NRP 429 – REGIONALNA DESTINACIJSKA ORGANIZACIJA (RDO) – LJUBLJANA-OSREDNJA SLOVENIJA

CILJ: Nadgradnja trženjskega modela RDO Ljubljana-Osrednja Slovenija, ki temelji na sodelovanju in iskanju sinergij med Ljubljano in 25. občinami tako, da:

- Ljubljana bolje izkoristi privlačno ponudbo v njenem zaledju in s konkretnimi turističnimi programi spodbuja in usmerja obiskovalce Ljubljane v odkrivanje regije
- zaledje Ljubljane (posamezni turistični kraji, ponudniki oz. destinacije) s skupnim trženjem v sodelovanju z Ljubljano lažje, hitreje, z manj vlaganji in z večjimi učinki dosega prepoznavnost in prodajo na mednarodnem turističnem trgu, kjer samostojno ne bi bilo konkurenčno in privlačno.

NAMEN: Izvajanje aktivnosti RDO Ljubljana-Osrednja Slovenija znotraj treh funkcij (promocijska, distribucijska in operativna funkcija) **po potrjenemu planu aktivnosti 2015** v skladu s Strategijo razvoja in trženja turizma za regijo Osrednja Slovenija 2012-2016.

NAČRTOVANA SREDSTVA V 2015: skupaj 142.758,46 EUR, od tega: **104.000 EUR** Turizem Ljubljana in 38.758,46 EUR občine v LUR (razen Ljubljane).

REALIZACIJA: 142.758,46 EUR, **od tega 104.000 EUR** Turizem Ljubljana.

Za izvedbo aktivnosti regionalne turistične destinacije Osrednja Slovenija so v letu 2015 občine (brez Ljubljane) iz regije prispevale 38.758,46 EUR, namenska sredstva Turizma Ljubljana pa so znašala 104.000,00 EUR, od tega namenska sredstva turistične takse v višini 50.000,00 EUR in namenska sredstva koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo v višini 54.000,00 EUR.

V skladu s tem smo v 2015 predvideli aktivnosti znotraj treh funkcij v skupni vrednosti 142.758,46 EUR z DDV, in sicer:

- Promocijska funkcija: 88.758,46 EUR
- Distribucijska funkcija: 35.000 EUR
- Operativna funkcija: 19.000 EUR

Predvidene aktivnosti za leto 2015 so bile v celoti realizirane.

Struktura porabe sredstev:

- **promocijska funkcija:** 88.758,46 EUR (**od tega 50.000** Turizem Ljubljana, namenska sredstva turistične takse) zajema izvedbo regijskega nastopa na domačem sejmu Alpe Adria TIP, nastop občin na svetovni razstavi Expo2015 v Milanu, študijske ture po regiji za novinarje, blogerje in organizatorje potovanj, oblikovanje in tisk promocijskih gradiv ter izvedbo oglaševalske akcije v tujih in domačih medijih.
- **distribucijska funkcija:** 35.000,00 EUR bruto (**namenska sredstva koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo**) zajema povečanje prepoznavnosti Ljubljane in regije Osrednja Slovenija kot turistične destinacije na spletnem mestu www.visitljubljana.com na izbranih ciljnih trgih skozi aktivnosti, ki zajemajo posodobitve spletnega mesta in zemljevida na spletnem mestu, nadaljnji razvoj vsebin RDO Osrednja Slovenija in uvedbo t.i. storytelling pristopa oz. pristopa zgodbarjenja.

- **operativna funkcija: 19.000,00 EUR bruto (namenska sredstva koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo)** zajema razvoj in oblikovanje ITP-jev (integralnih turističnih proizvodov) na lokalni ravni in njihovo vključevanje v regijske ITP-je, izobraževanje lokalnih turističnih ponudnikov v regijskih občinah ter povezovanje lokalne turistične ponudbe s ciljem pripeljati produkte do tujih turistov.

II./ 3. OBRAZLOŽITVE REALIZACIJE PRIHODKOV IN ODHODKOV ODLOKA O PRORAČUNU MOL ZA 2015

3.1 Obrazložitev prihodkov, ki so bili realizirani v letu 2015

Javni zavod Turizem Ljubljana je v 2015 realiziral naslednje prihodke po virih:

- iz naslova proračuna: 975.472,94 EUR (načrtovano: 1.039.504 EUR);
- iz naslova namenskih sredstev koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo: 670.905,81 EUR (načrtovano: 800.000,00 EUR);
- iz naslova namenskih sredstev turistične takse: 925.500,00 EUR (načrtovano: 925.500 EUR).

Prihodke iz proračuna MOL smo z rebalansom načrtovali v višini 2.765.004 EUR, realizacija pa je znašala za 6,98 % manj in sicer 2.571.878,75 EUR (I=93,02).

3.2 Pojasnilo večjih odstopanj med planiranimi in realiziranimi prihodki v 2015

Večjih odstopanj med planiranimi in realiziranimi prihodki v letu 2015 ni bilo.

Poročilo o realizaciji finančnega načrta javnega zavoda Turizem Ljubljana za 2015

Proračunska sredstva

Javni zavod Turizem Ljubljana je za 2015 iz proračuna MOL načrtoval sredstva v višini **1,039.504 EUR**, in prejel skupaj **975.472,94 EUR** proračunskih sredstev:

- za plače in druge izdatke zaposlenim: 623.590,46 EUR (plan: 680.755 EUR)
- za prispevke delodajalca: 99.691,44 EUR (plan: 104.700 EUR)
- za blago in storitve: 250.478,00 EUR (plan: 250.478 EUR)
- za premije kolektivnega dodatnega pokojninskega zavarovanja: 1.713,04 EUR (plan: 3.571 EUR)

Poraba (podatki so iz glavne knjige zavoda) proračunskih sredstev za stroške dela in delovanje zavoda je znašala **984.606,07 EUR**:

- za plače in druge izdatke zaposlenim: 625.796,64 EUR
- za prispevke delodajalca: 96.241,49 EUR
- za blago in storitve: 260.844,24 EUR
- za premije kolektivnega dodatnega pokojninskega zavarovanja: 1.723,70 EUR

Namenska sredstva koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo so bila z rebalansom načrtovana v višini **800.000 EUR**. Turizem Ljubljana je iz tega naslova prejel **670.906 EUR**, poraba sredstev pa je znašala **775.124,55 EUR** (podatki iz glavne knjige) in je razvidna iz specifikacije v nadaljevanju. Razlika med prejetimi in porabljenimi sredstvi v višini 104.218,55 EUR je posledica tega, da so bili zahtevki za refundacijo iz leta 2014 v višini 114.371,66 EUR s strani ustanovitelja plačani v letu 2015, neplačanih zahtevkov iz leta 2015 v višini 129.094,19 EUR ter računov, ki smo jih prejeli za leto 2015 v decembru 2015 in januarju 2016 ter bodo bremenili proračun leta 2016.

Poraba prejetih sredstev koncesijskih dajatev v 2015 je bila naslednja:

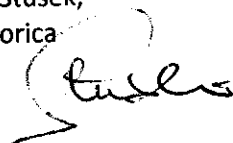
- dopolnjevanje projekta turistične signalizacije (12.245,46 EUR)
- odhodki, vezani na izvedbo akcije Za lepšo Ljubljano 2015 (45.664,14 EUR)
- odhodki, vezani na informacijsko infrastrukturo TDL (114.471,07 EUR)
- odhodki, vezani na investicije v javno turistično infrastrukturo in inovativno turistično ponudbo (100.598,99 EUR)
- odhodki, vezani na razvoj novih turističnih produktov (20.974,02 EUR)
- ugotavljanje in sprotno odpravljanje prezrtih problematičnih detajlov v Ljubljani, ki nam niso v ponos (56.062,28 EUR)
- odhodki, vezani na implementacijo blagovnih znamk (131.158,17 EUR)
- odhodki, vezani na razvojne projekte in raziskave (36.960,33 EUR)
- odhodki, vezani na oživitev dogajanj na Kongresnem trgu (66.449,78 EUR)
- odhodki, vezani na organizacijo in izvedbo razstav v Tivoliju in na Krakovskem nasipu (33.423,60 EUR)
- odhodki, vezani na vzpostavitev turistične infrastrukture za Expo 2015 (103.116,71 EUR)
- distribucijske aktivnosti RDO Ljubljana-Osrednja Slovenija – NRP 429 (35.052,59 EUR)
- operativne aktivnosti RDO Ljubljana-Osrednja Slovenija – NRP 429 (18.947,41 EUR)

Namenska sredstva turistične takse so bila z rebalansom načrtovana v višini **925.500 EUR** in Turizem Ljubljana je iz tega naslova prejel vsa sredstva. Sredstva turistične takse so namenska sredstva, ki jih Turizem Ljubljana usmerja v promocijo in pospeševanje prodaje. Poraba je znašala **860.143,81 EUR** (podatki iz glavne knjige). Razlika med prejetimi in porabljenimi sredstvi v višini 61.858,89 EUR je posledica tega, da so bili zahtevki za refundacijo iz leta 2014 v višini 214.463,93 EUR s strani ustanovitelja plačani v letu 2015, ter računov, ki smo jih prejeli za leto 2015 v decembru 2015 in januarju 2016 ter bodo bremenili proračun leta 2016.

Poraba sredstev turistične takse v 2015 je bila naslednja:

- sofinanciranje turističnih prireditev na javnih površinah v MOL (162.049,27 EUR)
- sofinanciranje programov turističnih društev na območju MOL (52.459,61 EUR)
- založniške in tiskarske storitve (174.474,23 EUR)
- promocija na turističnih sejmih in borzah (119.872,95 EUR)
- kongresna dejavnost in promocija na kongresnih borzah (97.979,90 EUR)
- partnerske aktivnosti (26.269,73 EUR)
- oglaševanje (73.106,34 EUR)
- odnosi z javnostmi (64.387,44 EUR)
- članarine v mednarodnih organizacijah in združenjih (11.078,68 EUR)
- sodelovanje v mednarodnih projektih in organizacijah (9.686,40 EUR)
- nastopi Ljubljanskega zmajčka (3.659,99 EUR)
- promocijski artikli (1.967,11 EUR)
- promocijske aktivnosti RDO Ljubljana-Osrednja Slovenija (50.000,00 EUR)
- sodelovanje in promocija pri športnih dogodkih (13.152,16 EUR)

Turizem Ljubljana
Petra Stušek,
direktorica



Turizem Ljubljana

PPP/GPR/PPR	Postavka	Konto	Naziv postavke	proračun	realizacija	Indeks 1
				2015	2015	
				1	2	3=2/1*100
TURIZEM						
14	GOSPODARSTVO			2.765.004	2.571.879	93,02
	1403		Promocija Slovenije, razvoj turizma in gostinstva	2.765.004	2.571.879	93,02
	14039002		Spodbujanje razvoja turizma in gostinstva	2.765.004	2.571.879	93,02
	47301		Javni zavod Turizem Ljubljana	1.039.504	975.473	93,84
	4133	0	Tekoči transferi v javne zavode - sredstva za plače in druge izdatke zaposlenim	680.755	623.590	91,60
	4133	1	Tekoči transferi v javne zavode - sredstva za prispevke delodajalcev	104.700	99.691	95,22
	4133	2	Tekoči transferi v javne zavode - za izdatke za blago in storitve	250.478	250.478	100,00
	4133	##	Tekoči transferi v javne zavode - za premije kolektivnega dodatnega pokojninskega zavarovanja	3.571	1.713	47,97
	47304		Koncesijske dajatve od posebnih iger na srečo-Spodbujanje razvoja turistične infrastrukture-namenska	800.000	670.906	83,86
	4133	2	Tekoči transferi v javne zavode - za izdatke za blago in storitve	800.000	670.906	83,86
	47312		Sredstva turistične takse za pospeševanje turizma- namenska	925.500	925.500	100,00
	4133	2	Tekoči transferi v javne zavode - za izdatke za blago in storitve	925.500	925.500	100,00
SKUPAJ TURIZEM				2.765.004	2.571.879	93,02

RAČUNOVODSKO POROČILO

1. ZAKONODAJA, KI JE BILA UPOŠTEVANA PRI VODENJU POSLOVNIH KNJIG

- Slovenski računovodski standardi
- Zakon o javnih financah
- Zakon o računovodstvu
- Pravilnik o vodenju registra neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov

2. POJASNILA K POSTAVKAM BILANCE STANJA

Sredstva

- Dolgoročna sredstva in sredstva v upravljanju
- Kratkoročna sredstva in kratkoročne časovne razmejitve

Obveznosti do virov sredstev

- Kratkoročne obveznosti in pasivne časovne razmejitve
- Lastni viri in dolgoročne obveznosti

3. POJASNILA K IZKAZOM PRIHODKOV IN ODHODKOV

4. PREDLOG RAZPOREDITVE UGOTOVLJENEGA POSLOVNEGA IZIDA ZA 2015

RAČUNOVODSKO POROČILO

RAČUNOVODSKO POROČILO VSEBUJE NASLEDNJE PRILOGE:

IZKAZE TER PRILOGE za določene uporabnike in sicer:

- a. bilanco stanja
- b. izkaz stanja in gibanja neopredmetenih dolgoročnih in opredmetenih osnovnih sredstev
- c. izkaz stanja in gibanja dolgoročnih finančnih naložb in posojil
- d. izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov
- e. izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po načelu denarnega toka
- f. izkaz računa finančnih terjatev in naložb določenih uporabnikov
- g. izkaz računa financiranja določenih uporabnikov
- h. izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po vrstah dejavnosti

POJASNILA

k računovodskim izkazom vsebujejo naslednje sklope:

Pojasnila k postavkam **BILANCE STANJA** ter postavkam njegovih obveznih prilog:

- Pregled stanja in gibanja neopredmetenih dolgoročnih sredstev in opredmetenih osnovnih sredstev
- Pregled stanja in gibanja dolgoročnih kapitalskih naložb in posojil.

Pojasnila k postavkam **IZKAZA PRIHODKOV IN ODHODKOV** določenih uporabnikov ter k postavkam njegovih obveznih prilog:

- Pojasnila k postavkam **IZKAZA PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO NAČELU FAKTURIRANE REALIZACIJE**
- Pojasnila k postavkam **IZKAZA PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO NAČELU DENARNEGA TOKA**
- Pojasnila k **IZKAZU RAČUNA FINANČNIH TERJATEV IN NALOŽB DOLOČENIH UPORABNIKOV**
- Pojasnila k **IZKAZU RAČUNA FINANCIRANJA DOLOČENIH UPORABNIKOV**
- Pojasnila k **IZKAZU PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO VRSTAH DEJAVNOSTI**

1. ZAKONODAJA, KI JE BILA UPOŠTEVANA PRI VODENJU POSLOVNIH KNJIG

Poslovne knjige so vodene v skladu z Zakonom o računovodstvu, Zakonom o javnih financah ter Slovenskimi računovodskimi standardi (SRS). Kontni plan je razdeljen na način, ki ga je za določene uporabnike proračunskih sredstev predlagal Slovenski inštitut za revizijo.

Slovenski računovodski standardi

Pri izdelavi izkazov smo upoštevali SRS 36 – Računovodske rešitve v nepridobitnih organizacijah – pravnih osebah zasebnega prava. SRS 36 ureja tiste posebnosti pri vrednotenju in izkazovanju sredstev in obveznosti do njihovih virov ter merjenju in izkazovanju odhodkov, prihodkov ter poslovnega in finančnega izida, ki so značilne tako za javne, kot za zasebne zavode. Pri odločanju o zadevah, za katere nismo našli pojasnil v navedenem standardu, smo poiskali rešitve v ostalih računovodskih standardih.

Zakon o javnih financah

Zakon o javnih financah se s svojimi določili o sestavi, pripravi in izvrševanju proračuna Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: državni proračun) in proračunov lokalnih samoupravnih skupnosti (v nadaljnjem besedilu: občinski proračuni), upravljanju s premoženjem države in občin, zadolževanju države oziroma občin, poročtvu države oziroma občin, upravljanju njihovih dolgov, računovodstvu in proračunskemu nadzoru, nanaša tudi na neposredne uporabnike občinskega proračuna. Zakon o javnih financah določa tudi pravila, ki se uporabljajo za javne sklade, javne zavode in agencije pri sestavi in predložitvi finančnih načrtov, upravljanju z denarnimi sredstvi, zadolževanju, dajanju porošttev, računovodstvu, predložitvi letnih poročil in proračunskemu nadzoru. Javni zavod Turizem Ljubljana je javni zavod, kar pomeni, da mora slediti določbam Zakona o javnih financah.

Zakon o računovodstvu

Sledili smo določbam 13. člena Zakona o računovodstvu, kjer je zapisano, da proračun, proračunski uporabniki in pravne osebe javnega prava pri vodenju poslovnih knjig upoštevajo enotni kontni načrt, ki ga predpiše minister, pristojen za finance, pravne osebe zasebnega prava pa kontni okvir, ki ga predpiše Slovenski inštitut za revizijo.

Prav tako smo pri vodenju poslovnih knjig upoštevali 15. člen Zakona o računovodstvu, ki pravi:

- a) da se prihodki in odhodki razčlenjujejo v skladu z določbami tega zakona in predpisi, izdanimi na njegovi podlagi ter računovodskimi standardi
- b) da merjenje in razčlenjevanje prihodkov in odhodkov uporabnikov enotnega kontnega načrta predpiše minister, pristojen za finance
- c) da se prihodki in odhodki uporabnikov enotnega kontnega načrta priznavajo v skladu z računovodskim načelom denarnega toka (plačane realizacije)
- d) da se upošteva določilo, da se prihodki in odhodki izkažejo tudi po fakturirani realizaciji in zato sta v prilogi oba izkaza.

Po drugem odstavku 3. člena Zakona o javnih financah je minister, pristojen za finance, zadolžen, da izda seznam neposrednih in posrednih uporabnikov državnega proračuna in da ta seznam spreminja ter dopolnjuje ob pripravi proračuna za posamezno leto.

Pravilnik o vodenju registra neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov

Po tem pravilniku se pravna oseba, ki sodi med posredne oziroma neposredne uporabnike državnih in občinskih proračunov, prične oziroma preneha obravnavati kot neposredni in posredni uporabnik z vključitvijo v register proračunskih uporabnikov, oziroma z izključitvijo iz njega.

Minister za finance objavlja spremembe v registru na spletnih straneh Uprave Republike Slovenije za javna plačila ter v Uradnem listu republike Slovenije. Javni zavod Turizem Ljubljana se nahaja pod zaporedno številko 2491 med posrednimi uporabniki proračuna v podskupini 3.10., kjer je opredeljen kot javni zavod, ki ga je ustanovila lokalna skupnost.

2. POJASNILA K POSTAVKAM BILANCE STANJA

Bilanca stanja vsebuje podatke o stanju sredstev in obveznosti do njihovih virov po stanju na dan 31.12.2015 v stolpcu 4, za leto 2014 pa v stolpcu 5. Sredstva javnega zavoda Turizem Ljubljana na dan 31.12.2015 znašajo 1,766.679 EUR in so od 31.12.2014 zmanjšala za 216.573 EUR oziroma za 11 % skupne vrednosti.

2.1. SREDSTVA

Dolgoročna sredstva in sredstva v upravljanju

Dolgoročna sredstva v knjigovodski vrednosti 823.271 EUR predstavljajo v poslovnem letu 2015 skorajda polovico oziroma 47 % delež celotnega premoženja, ki ga ima Turizem Ljubljana. Njihovo zmanjšanje v 2015 za 170.324 EUR je posledica obračuna amortizacije (198.452 EUR). Novih nabav, ki so nekoliko izničile ta učinek, je bilo v letu 2015 za 39.160 EUR, vendar od tega za 11.034 EUR drobnega inventarja, tako da nove nabave v neto višini 28.128 EUR predstavljajo samo 14 % vse obračunane amortizacije.

Neopredmetena dolgoročna sredstva

Nabavna vrednost neopredmetenih dolgoročnih sredstev znaša 1.227.277 EUR, popravki vrednosti znašajo 591.375 EUR, sedanja vrednost znaša 635.902 EUR. Neopredmetena dolgoročna sredstva so 48 % odpisana (v letu 2014 - 40%), kar je zaradi malo novih nabav nekoliko manj, kot bi sicer odpisanost znašala glede na uporabljene amortizacijske stopnje. V letu je Turizem Ljubljana kot povečanje dolgoročnih premoženjskih pravic zabeležil za 5.511 EUR v obliki dolgoročnih materialnih (avtorskih) pravic za ilustracije simbolov Ljubljane, ki jih Turizem Ljubljana uporablja za več namenov. Po odločitvi vodstva je bil ta nakup realiziran in financiran v višini 1.000 EUR za nakupe pravic za figuro zmaja Ljuba področju tržne dejavnosti; znesek 4.111 EUR pa je bil financiran s strani proračuna in porabljen za avtorske pravice izseka mesta Ljubljane za zloženko (720 EUR), karte Ljubljanske urbane regije (1.818 EUR) ter karte ljubljanskega otoka (1.574 EUR).

Nepremičnine

Nabavna vrednost nepremičnin znaša 66.858 EUR in se v letu 2015 ni spreminjala. Sedanja vrednost nepremičnin v znesku 34.519 EUR predstavlja 4 % delež celotnih dolgoročnih sredstev, stopnja odpisanosti pa je 48 %. V poslovnih knjigah so knjižena vlaganja v naslednje nepremičnine:

pristan Dvorni trg, pristan Gallusovo nabrežje ter pristan Novi trg – stanje 31.12.2015 po nabavni vrednosti znaša 66.858 EUR, ki jim pripada odpis v višini 32.339 EUR. Navedene nepremičnine so bile zavedene pred spremembo načina prepoznavanja sredstev in bi v sedanjem načinu bile del premoženjskih pravic - vlaganj v tuja osnovna sredstva. Zaradi primerljivosti postavk pa ostajajo na dosedanjih kontih.

Oprema in druga opredmetena osnovna sredstva

Nabavna vrednost opreme in drugih opredmetenih sredstev na dan 31.12.2015 znaša 952.818 EUR, odpisana vrednost opreme znaša 803.306 EUR, sedanja pa 149.512 EUR. Skupen popravek vrednosti znaša 84 % nabavne vrednosti in se je za 8 odstotnih točk povečal glede na preteklo leto (76 %).

V 2015 so bila nabavljena naslednja nova sredstva, ki so bila pripoznana med opremo:

- Med nakupe računalniške in elektronske opreme, financirane iz proračuna, smo zavedli nakup enega prenosnega računalnika v vrednosti 2.359,48 EUR, treh namiznih računalnikov po posamični vrednosti 803,98 EUR, enega računalnika »vse v 1« namenjenega TICu v vrednosti 851,56 EUR ter zaslona na dotik, namenjenega turistom, v vrednosti 2.125,85 EUR. Za računalniško in elektronsko opremo smo v 2015 skupaj plačali 7.748,83 EUR. Za vse nabave osnovnih sredstev, ki so posamično vredne manj kot 500 EUR, popravek vrednosti pripoznamo že ob nakupu.
- Med nakupe računalniške in elektronske opreme financirane iz tržne dejavnosti smo zavedli nakup mrežnega stikala (1.639 EUR), mrežnega stikala z optičnim vmesnikom (960 EUR), požarnega zidu (1.330 EUR), strežnika z dodatnimi licencami (4.306 EUR), diskov z nosilci (1.475 EUR), posamično anteno proti kraji v STIC trgovini za varovanje prehoda (1.135 EUR) ter par anten proti kraji v TIC trgovini za varovanje prehodov v vrednosti 1.385 EUR. Za računalniško in elektronsko opremo, financirano iz naslova tržne dejavnosti, smo v letu 2015 skupaj plačali 13.192,54 EUR. Za vse nabave osnovnih sredstev, ki so posamično vredne manj kot 500 EUR, popravek vrednosti pripoznamo že ob nakupu.
- Med opremo osnovne dejavnosti financirane iz proračuna smo v 2015 zavedli nakup omare z vrati v vrednosti 1.153,84 EUR in stropa z izvrtinami za obešalnike v vrednosti 920,16 EUR. Skupno smo med opremo osnovne dejavnosti, financirane iz proračuna, zabeležili za 2.074,00 EUR novih vlaganj.
- Med nakupom drobnega inventarja, financiranega iz proračuna, smo zabeležili za 5.997,83 EUR izdatkov, porabili pa smo jih za nakup šestnajst mobilnih aparatov Samsung Galaxy, petih monitorjev ter združitevno in priklopno postajo. Za vse nabave osnovnih sredstev, ki so posamično vredne manj kot 500 EUR, popravek vrednosti pripoznamo že ob nakupu.
- Med nakupom drobnega inventarja, financiranega iz tržne dejavnosti, smo zabeležili za 5.036,15 EUR izdatkov, porabili pa smo jih za nakup 10 (deset) koles Krpan po posamični vrednosti 370 EUR, dve deaktivacijski napravi po posamični vrednosti 395 EUR ter dva magnetna odpiralca po posamični vrednosti 109 EUR. Za vse nabave osnovnih sredstev, ki so posamično vredne manj kot 500 EUR, popravek vrednosti pripoznamo že ob nakupu.

Javni zavod Turizem Ljubljana je v 2015 kupil skupno za 39.160 EUR novih sredstev, ki so bila delno financirana iz proračunskih virov v znesku 24.968 EUR, delno pa iz tržnega dela poslovanja v višini 14.192 EUR.

Celotna amortizacija je znašala 198.452 EUR, takojšni odpis drobnega inventarja pa je bil obeležen hkrati z zneskom nakupa. Amortizacija v višini 197.013 EUR se nanaša na sredstva, kupljena iz proračunskega vira in je v enakem znesku prikazana med stroški amortizacije in prihodki zavoda, hkrati pa je za isti znesek zmanjšana obveznost za sredstva v upravljanju na kontu 98. Amortizacija, krita neposredno iz poslovnega izida oziroma iz tržnega dela dejavnosti, v poslovnem letu 2015 znaša 1.439 EUR in je vidna tudi iz izkaza prihodkov in odhodkov po vrstah dejavnosti.

Tabelarni prikaz strukture in premikov stalnih sredstev v letu 2015:

Nabavna vrednost sredstev se je v letu 2015 iz naslova javne dejavnosti torej povečala za 19.932 EUR, iz naslova tržne dejavnosti pa za 19.229 EUR. V 2015 smo iz naslova sredstev v upravljanju odpisali za 4.947 EUR sredstev. Od tega so bila vsa sredstva dotrajana in amortizirana v enaki višini in zato ni bilo potrebe po pokrivanju iz dolgoročnih rezervacij. Od tega smo štiri osebne računalnike prodali za skupno vrednost 200 EUR, na tržni dejavnosti pa smo rabljena kolesa prodali za 688,52 EUR.

STANJE IN GIBANJE NEOPREDMETENIH DOLGOROČNIH SREDSTEV IN OPREDMETENIH OSNOVNIH SREDSTEV

na dan 31.12.2015

(v EUR brez stolnov)

NAZIV	Oznaka za ACP	ZNESEK									
		Nabavna vrednost (1.1.)	Popravek vrednost (1.1.)	Povečanje nabavne vrednosti	Povečanje popravke vrednosti	Zmanjšanje nabavne vrednosti	Zmanjšanje popravke vrednosti	Amortizacija	Neodpisana vrednost (31.12.)	Previdnotenje zaradi okrepitve	Previdnotenje zaradi oslabilve
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (3+4+5-6-7+8-9)	11	12
I. Neopredmetena dolgoročna sredstva in opredmetena osnovna sredstva v upravljanju (701+702+703+704+705+706+707)	700	2.195.972	1.211.213	19.932	10.945	0	4.947	197.013	801.680	0	0
A. Dolgoročna odloženi stroški	701	69.102	67.955					137	0	0	0
B. Dolgoročne premoženjske pravice	702	1.037.059	333.801	4.111				92.707	814.862	0	0
C. Druga neopredmetena dolgoročna sredstva	703	111.505	86.987					9.448	15.090	0	0
D. Zemljišča	704								0	0	0
E. Zgradbe	705	66.859	28.996					3.343	34.519	0	0
F. Oprema	706	912.449	693.684	15.821	10.945	0	4.947	91.378	137.209	0	0
G. Druga opredmetena osnovna sredstva	707	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. Neopredmetena dolgoročna sredstva in opredmetena osnovna sredstva v lasti (708+710+711+712+713+714+715)	708	18.767	11.267	19.229	5.036	0	0	1.439	18.253	0	0
A. Dolgoročni odloženi stroški	708								0	0	0
B. Dolgoročne premoženjske pravice	710	5.500		1.000				550	5.950	0	0
C. Druga neopredmetena dolgoročna sredstva	711								0	0	0
D. Zemljišča	712								0	0	0
E. Zgradbe	713								0	0	0
F. Oprema	714	11.267	11.267	18.229	5.036		0	889	12.303	0	0
G. Druga opredmetena osnovna sredstva	715	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
III. Neopredmetena dolgoročna sredstva in opredmetena osnovna sredstva v finančnem najemu (717+718+719+720+721+722+723)	716	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A. Dolgoročni odloženi stroški	717	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B. Dolgoročne premoženjske pravice	718	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Druga neopredmetena dolgoročna sredstva	719	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Zemljišča	720	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Zgradbe	721	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
F. Oprema	722	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G. Druga opredmetena osnovna sredstva	723	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ		2.212.739	1.222.480	39.160	15.981	0	4.947	198.452	819.933	0	0

Dolgoročne kapitalske naložbe

Zavod je pred leti v soglasju z ustanoviteljem naložil 800.000 SIT (3.338,34 EUR) kot ustanovitveni delež Zavoda za razvoj hiš s tradicijo.

Dejansko stanje vseh sredstev in obveznosti do virov sredstev na dan 31.12.2015 je bilo ugotovljeno z rednim letnim popisom na podlagi sklepa o popisu sredstev in obveznosti, ki ga je izdala direktorica dne 12.11.2015. Komisija je pravočasno in v skladu z navodili opravila svoje delo. Popisi so bili opravljeni na obrazcih, ki so sestavni del inventurnega elaborata in se nahajajo v računovodstvu kot priloga letnega poročila.

Kratkoročna sredstva in kratkoročne časovne razmejitve

Denarna sredstva v blagajni

predstavljajo gotovino v blagajni Turizma Ljubljana. Zavod je imel v 2015 tri prodajna mesta in sicer: TIC Stritarjeva, TIC Trgovina in STIC Krekov trg. Stanje gotovine na dan 31.12.2015 je znašalo z blagajniškim maksimumom 2.869,02 EUR.

Dobroimetje pri bankah in drugih finančnih ustanovah

predstavljajo sredstva na podračunu zavoda na dan 31.12.2015 v višini 29.794,63 EUR. Finančno poslovanje zavoda poteka preko podračuna, odprtega pri Upravi za javna plačila Ljubljana v elektronski obliki, enotni zakladniški račun 01261.

Kratkoročne terjatve do kupcev

so terjatve, izkazane na obračunski dan 31.12.2015 v vrednosti 12.958 EUR. Stanje terjatev se je glede na leto 2014 zmanjšalo za 2.102 EUR. Izkazan znesek kratkoročnih terjatev znaša 3 % vseh terjatev, nastalih v tem letu, kar pomeni, da se terjatve plačajo v povprečju v 10 dneh. V 2015 smo dobili plačila od kupcev v povprečju en dan hitreje kot preteklo leto. Zavod je nadaljeval z intenzivno izterjavo vseh kupcev ter pisno in ustno opomnili vse dolžnike glede na stanje določenega dneva in jim poslal v potrditev izpise odprtih postavk. V letu 2015 je zavod odpisal za 456 EUR terjatev do tujih kupcev, ki so nastale v letu 2013. Povprečni znesek odpisa je znašal 91,20 EUR po kupcu. Zavod ocenjuje, da bi ga sodne takse in preostali vložki v nadaljnji izterjavi stali več, kot bi za terjatve dobil in da je negospodarno nadaljevati postopke izterjave na tujih sodiščih za tako nizke zneske. Do domačih kupcev (6 posamičnih kupcev) je zavod nehal z izterjavo za terjatve, nastale v letu 2013 v višini 769,89 EUR, povprečna vrednost terjatve pri odpisu pa je 128,32 EUR. V vseh primerih gre za trajno nelikvidne, iz sodnega registra že izbrisane subjekte, dva od njih pa sta v stečajju. Zavod nima več terjatev, ki bi nastale pred letom 2013.

Kratkoročne terjatve do uporabnikov enotnega kontnega načrta

predstavljajo terjatve do MOL-a v znesku 538.259 EUR (v 2014 393.141 EUR) in se nanašajo na neplačane zahtevke, izdane v letu 2015 na zadnji dan leta 2015. Kot zanimivost naj povemo, da bi morale biti na tej postavki beležene tudi obresti iz naslova zakladniškega poslovanja do UJP, vendar so obresti sploh niso več obračunane, ker je obrestna mera tako nizka.

Med kratkoročnimi terjatvami do uporabnikov enotnega kontnega načrta je zavedena tudi terjatev do ZZZS za refundacijo bolniške v višini 1.699 EUR, zavedene pa so tudi terjatve do kupcev-proračunskih uporabnikov v višini 6.265 EUR.

Zavod je v teku izdelave letnega poročila MOLu izdal IOP obrazec o terjatvah do ustanovitelja na dan 31.12.2015, ki je bil najprej zavržen z obrazložitvijo, da terjatve niso poknjžene, nato pa zaradi manjših popravkov zavržen v delnem znesku 245.877 EUR. Ker gre za popravke, ki se bodo poravnali v letu 2016 jih pri obračunu prihodkov za leto 2015 nismo upoštevali in smo kot verodostojno stanje upoštevali zahtevke za povračila izdane s strani zavoda do 31.12.2015. Konec 2014 smo med prihodke leta 2014 poknjžili tudi zahtevke MOLu iz naslova povračil materialnih stroškov v višini 15.894,97 EUR izdan leta 2015 in navedeno stanje je med ustanoviteljem in zavodom na dan 31.12.2015 v celoti poračunano in usklajeno.

Kratkoročne terjatve iz financiranja

Prodajna mesta poslujejo s plačilnimi karticami. Na dan 31.12.2015 je bilo še za 7.843 EUR nevnovčenih plačilnih kartic. Terjatve do zaposlencev znašajo zadnji dan leta 2015 skupno 127 EUR in se v celoti nanašajo na vnaprej zaračunano in plačano prostovoljno dodatno zdravstveno zavarovanje Adriatic, ki se zaposlencem obročno odteguje pri plačah.

Skupaj znašajo kratkoročne terjatve iz financiranja 7.970 EUR.

Druge kratkoročne terjatve

Med ostalimi kratkoročnimi terjatvami na dan 31.12.2015 beležimo znesek 14.340 EUR, ki se v celoti nanaša na vračunani davek na dodano vrednost iz naslova prejetih računov v januarju 2016, ki se stroškovno nanašajo na poslovno leto 2015.

Javni zavod Turizem Ljubljana je v letu 2015 plačal 978 EUR akontacij davka na dohodek, ki bo po oddaji davčne napovedi poračunan.

Aktivne časovne razmejitve

Med aktivnimi časovnimi razmejitvami je temeljna postavka na dan 31.12.2015 še nezaračunan poračun prihodkov od oddaje stojnic v znesku 225.398 EUR, ki se nanaša na projekt *December 2015 v Ljubljani*. Med aktivnimi časovnimi razmejitvami je zavedenih tudi 31.900 EUR davka na dodano vrednost, ki je vsebovan v avansnem računu pri oddaji stojnic.

V letu 2015 smo prejeli za 4.002 EUR računov, ki se nanašajo na poslovno leto 2016 in smo jih zato zavedli kot kratkoročno odložene odhodke.

Kratkoročna sredstva

Kratkoročna sredstva, razen zalog, so po stanju 31.12.2015 izkazovala 50 % delež celotne aktive oziroma 879.826 EUR. V 2015 so se glede na leto 2014 zmanjšala za 34.403 EUR oziroma 4 %. Skupna razlika sicer ni velika, posamezne postavke pa se zelo razlikujejo. Razliko skorajda v celoti pojasnjuje razlika med začetnim in končnim stanjem na transakcijskem računu (-193.612 EUR) ter razliko med začetnim in končnim stanjem terjatev do uporabnikov EKN (+155.700 EUR). Glede na dejstvo, da se kratkoročna sredstva v strukturi sredstev že nekaj let povečujejo, lahko iz tega razberemo tudi drugačno politiko ustanovitelja do zavoda, ki pove, da delovanje zavoda ni več namenjeno investicijski dejavnosti.

Zaloge

Vrednost zalog na dan 31.12.2015 znaša 63.582 EUR in jo delno predstavljajo zaloge trgovskega blaga v vrednosti 61.461 EUR, delno pa zaloge Turistične kartice v višini 2.121 EUR.

Zaloge vrednotimo po nakupnih cenah, povečanih za odvisne stroške ter zmanjšane za prejete popuste. Za obračun vrednosti porabljenih zalog uporabljamo metodo FIFO.

2.2. OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV

Kratkoročne obveznosti in pasivne časovne razmejitve

Kratkoročne obveznosti za prejete predujme

v znesku 176.900 EUR se v celoti nanašajo na avans, prejet iz naslova projekta *December 2015 v Ljubljani*.

Kratkoročne obveznosti do zaposlenih

v znesku 56.712 EUR so obveznosti za plače in prejemke zaposlenih, z obračunanimi dajatvami za bruto plače in prejemke za mesec december 2015, ki so bili izplačani v januarju 2016. Praktično enak nivo obveznosti glede na število zaposlenih kaže 1 % povečanje obveznost za izplačilo plač, ki ga skorajda v celoti lahko pripišemo uveljavitvi napredovanj iz leta 2012, ki so se začela izplačevati s 1. 4. 2015.

Kratkoročne obveznosti do dobaviteljev

na dan 31.12.2015 znašajo 413.748 EUR in so za 62.533 EUR nižje, kot na dan 31.12.2014. Turizem Ljubljana redno poravnava svoje obveznosti. Tudi za te obveznosti velja trditev, ki smo jo navedli v zvezi z kratkoročnimi sredstvi. Javni zavod Turizem Ljubljana ima širok spekter dobaviteljev, tako tistih, ki mu dobavljajo blago za prodajo, kot tistih, ki za njih opravljajo razne storitve, ki se nanašajo na razne projekte, ki jih zavod vodi.

Druge kratkoročne obveznosti iz poslovanja

v znesku 17.509 EUR predstavljajo prispevki in davki na obračunano bruto decembrsko plačo v skupnem znesku 8.384 EUR, 553 EUR obveznosti iz naslova dodatnih dajatev za vzpodbujanje zaposlovanja invalidov in 1.082 EUR obveznosti iz naslova že odtegnjenih kreditov zaposlenih.

Kratkoročne obveznosti iz financiranja

Kratkoročne obveznosti iz financiranja izvirajo iz naslova obveznosti za plačilo davka na dodano vrednost v višini 5.166 EUR, ki zapade na zadnji dan januarja 2015 ter doplačilo davka na dohodek pravnih oseb v višini 101 EUR, ki bo zapadel v plačilo 30. dan po oddaji obračuna.

Pasivne časovne razmejitve

Na zadnji dan leta 2015 beležimo 124.877 EUR vnaprej vračunanih odhodkov. Ti odhodki se v celoti nanašajo na poračun projekta *December 2015 v Ljubljani*.

Lastni viri in dolgoročne obveznosti

Dolgoročne finančne obveznosti

Dolgoročnih finančnih obveznosti v letu 2015 ni.

Druge dolgoročne obveznosti

Med njih spada obveznost do Telekomu za obročno odplačevanje kupljenih mobilnih aparatov v znesku 2.777 EUR.

Obveznosti za neopredmetena dolgoročna sredstva in opredmetena osnovna sredstva

Obveznosti za sredstva v upravljanju znašajo 801.680 EUR. Zavod ima skupaj sicer 823.271 EUR stalnih sredstev, vendar del tega v znesku 3.338 EUR predstavljajo že omenjene dolgoročne kapitalske naložbe, preostali del pa neodpisana vrednost neopredmetenih sredstev opreme v lasti (18.253 EUR).

Presežek prihodkov nad odhodki

Stanje na dan 31. 12. 2014 v višini	213.981 EUR
Presežek prihodkov nad odhodki v letu 2015	15.862 EUR
= stanje na dan 31. 12. 2015 v višini	229.843 EUR

Neporabljeni izid iz preteklih let in tekočega leta znaša skupno 229.843 EUR in glede na ustanovitveni akt v celoti pripada ustanovitelju Mestni občini Ljubljana.

3. POJASNILA K IZKAZOM PRIHODKOV IN ODHODKOV

3.1. Pojasnila k postavkam IZKAZA PRIHODKOV IN ODHODKOV določenih uporabnikov po načelu fakturirane realizacije

Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov je narejen v skladu z Zakonom o računovodstvu in računovodskimi standardi in zajema celotno poslovanje zavoda. Za prikaz prihodkov in odhodkov služi obrazec *Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov*, ki smo ga izpolnili v tabeli za letno poročilo.

Celotni prihodki Turizma Ljubljana so 3.930.937,95 EUR, celotni odhodki znašajo 3.913.996,47 EUR, presežek prihodkov nad odhodki pred obdavčitvijo pa je izkazan v višini 16.941,48 EUR. Davek na dohodek znaša 1.079,16 EUR, čisti presežek prihodkov nad odhodki pa 15.862,32 EUR.

TURIZEM LJUBLJANA	2015	OD TEGA	
		javni del	tržni del
vsi prihodki	3.930.937,95 €	3.069.734,41 €	861.203,54 €
vsi odhodki	3.913.996,47 €	3.064.828,36 €	849.168,11 €
presežek prihodkov	16.941,48 €	4.906,05 €	12.035,43 €
davek od dohodka pravnih oseb	1.079,16 €	269,99 €	809,17 €
čisti presežek	15.862,32 €	4.636,06 €	11.226,26 €

Največji del prihodkov - 66 % (v 2014 – 67 %) predstavljajo zahtevki do ustanovitelja – Mestne občine Ljubljana v skupni višini 2.585.017,64 EUR. Neplačani prihodki iz naslova teh terjatev do mestnega proračuna znašajo 538.259; zahtevkov, izstavljenih v letu 2016 za leto 2015 pa nismo beležili.

MOL pa je v celoti v 2015 poravnala zahtevke, ki smo jih izstavili do konca leta 2014 v višini 393.140,87 in so za Turizem navedeni zahtevki predstavljali prihodke leta 2014 in prilive leta 2015. Konec leta 2015 je Turizem imel odprte zahtevke do MOLa v višini 538.258,79 EUR, vključno z odprtim zahtevkom za plače izplačane v januarju 2016 za december 2015.

MOL je financirala tudi projekt December 2015 v znesku 113.000 EUR, kar predstavlja dodaten del prihodkov, ki se nanašajo na prihodke javne dejavnosti leta 2015, iz naslova oddaje stojnic ji je bilo priznano dodatnih 114.618 EUR ter dodatnih 16.356 EUR iz naslova ukinitve nerealiziranih vračunanih stroškov. Če k navedenim prihodkom prištejemo še sredstva amortizacije (197.013 EUR), lahko ugotovimo, da je MOL v Turizmu Ljubljana prispevala kar 99 % ali 3.026.004 EUR prihodkov iz naslova javnega dela dejavnosti in tako v celoti opravičila svojo ustanoviteljsko vlogo. Preostale prihodke lahko pripišemo prihodkom iz naslova RDO (38.758 EUR) ter skupno 4.973 EUR prihodkov iz poslovanja, financiranja in drugih prihodkov.

V računovodskem poročilu se bomo zaradi natančne razlage o prihodkih in odhodkih javnega dela poslovanja v poslovnem poročilu zato bolj omejili na pojasnitev prihodkov iz naslova prodaje blaga in storitev ter razmejitev sodil zanje.

Odhodki so merjeni na osnovi dejanske porabe oz. po datumu njihovega nastanka. Zavod vodi porabo proračunskih sredstev po stroškovnih mestih. Prihodki iz tržne dejavnosti so usklajeni tudi z davčnimi knjigami, prav tako pa je na osnovi te delitve izdelan davčni obračun za davek od dohodka.

Celotni prihodki Turizma Ljubljana so v 2015 znašali 3.930.938 EUR in so se povečali za 144.097 EUR glede na predhodno leto. **Prihodki iz poslovanja** predstavljajo praktično 100 % vseh prihodkov – 3.924.573 EUR, ostalo pa predstavljajo finančni prihodki (121 EUR) ter izredni in drugi prihodki v skupni višini 6.244 EUR. Prihodki od prodaje storitev znašajo 3.778.222 EUR. Prihodki so opisani v poslovnem poročilu, v tem delu pa naj omenimo samo, da je v delu prihodkov od storitev zaveden tudi znesek v višini 197.013 EUR, ki je prenesen iz naslova črpanja amortizacije iz proračunskega vira ter, da so iz naslova prihodkov umaknjeni prilivi v znesku 13.934 EUR, ki predstavljajo investicijski transfer za nakup sredstev. Prihodek iz naslova amortizacije torej ne predstavlja tudi denarnega priliva, saj je bil za osnovna sredstva, nabavljena pred letom 2015, ta finančni priliv že realiziran v preteklih letih, medtem ko je dejanski denarni tok za nakup sredstev v letu 2015 umaknjen iz prihodkov.

NAZIV PODSKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
		Tekoče leto	Predhodno leto
2	3	4	5
A) PRIHODKI OD POSLOVANJA (861+862-863+864)	860	3.924.573	3.786.841
PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	861	3.778.222	3.647.550
POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE P	862	0	0
ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE	863	0	0
PRIHODKI OD PRODAJE MATERIALA IN BLAGA	864	146.351	139.291
B) FINANČNI PRIHODKI	865	121	885
C) IZREDNI PRIHODKI	866	1.589	2.517
Č) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI (868+869)	867	4.656	752
PRIHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	868	0	0
DRUGI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI	869	4.656	752
D) CELOTNI PRIHODKI (860+865+866+867)	870	3.930.938	3.790.995

Prihodki od poslovanja so bili doseženi z izvajanjem javne službe in tržne dejavnosti.

Struktura prihodkov od poslovanja je bila naslednja:

- z izvajanjem javne službe – 78 % v višini 3.069.735 EUR
- z izvajanjem tržne dejavnosti – 22 % v višini 861.203 EUR

V 2015 se je struktura prihodkov tržnega dela poslovanja glede na preteklo leto zmanjšala za eno odstotno točko, merjeno na celotne prihodke. V letih 2011 do 2014 smo v Turizmu beležili doseganje 81 % prihodkov iz naslova javne dejavnosti (19 % iz naslova tržne), v letu 2014 je razmerje znašalo 77 % : 23% v korist javnega dela poslovanja. Zmanjšanje prihodkov na tržnem delu poslovanja glede na leto 2014 lahko razložimo z dejstvom, da v 2015 nismo imeli projektov, kot je bil CIVATAS v letu 2014. Če tržno dejavnost primerjamo brez projektov v 2014 pa lahko ugotovimo, da so se prihodki primerjalno povečali za 10.612 EUR oziroma za dober odstotek glede na prejšnje leto.

Zavod na javnem delu v 2015 beleži povečanje prihodkov in sicer skupno za 139.063 EUR glede na preteklo leto, tako, kot je to navedeno v spodnji tabeli.

TURIZEM LJUBLJANA	OD TEGA		
	skupni	javni del	tržni del
vsi prihodki leta 2015	3.930.937,95 €	3.069.734,41 €	861.203,54 €
vsi prihodki leta 2014	3.790.994,53 €	2.915.963,21 €	875.031,32 €
razlika 2015-2014	139.943,42 €	153.771,20 €	- 13.827,78 €
2015/2014	103,69%	105,27%	98,42%

Zavod vse svoje prihodke in odhodke iz naslova dejavnosti dosledno loči že ob nastanku s pomočjo uporabe stroškovnih mest in stroškovnih nosilcev.

FINANČNI PRIHODKI

Finančni prihodki so znašali 121 EUR in ne predstavljajo niti 0,01 % deleža v celotnih prihodkih. Prejeli smo jih iz naslova prejetih obresti.

DRUGI IN IZREDNI PRIHODKI so znašali 6.244 EUR in se nanašajo na odpis obveznosti do dobaviteljev in nerealiziranih vračunanih obveznosti (3.767 EUR), pridobljene odškodnine (1.389 EUR), prihodke od prodaje osnovnih sredstev (889 EUR) ter 199 EUR drugih manjših prihodkov.

CELOTNI ODHODKI znašajo 3.913.996 EUR. Celotni odhodki so se glede na leto 2014 povečali za 132.658 EUR oziroma za 3,51 %, kar je popolnoma primerljivo z doseženimi prihodki.

TURIZEM LJUBLJANA	OD TEGA		
	skupni	javni del	tržni del
vsi odhodki leta 2015	3.913.996,47 €	3.064.828,36 €	849.168,11 €
vsi odhodki leta 2014	3.781.338,72 €	2.910.497,91 €	875.031,32 €
razlika 2015-2014	132.657,75 €	154.330,45 €	- 25.863,21 €
2015/2014	103,51%	105,30%	97,04%

Tabela v nadaljevanju nam nazorno prikaže vrednostno strukturo stroškov in odhodkov

	2015	2014	2015-2014	2015/2014
STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV	2.937.399	2.767.103	170.296	106%
NABAVNA VREDNOST PRODANEGA MATERIALA IN BLAGA	105.751	104.987	764	101%
STROŠKI MATERIALA	31.704	39.076	-7.372	81%
STROŠKI STORITEV	2.799.944	2.623.040	176.904	107%
STROŠKI DELA	766.374	789.593	-23.219	97%
PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	609.527	630.417	-20.890	97%
PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCEV	101.781	101.497	284	100%
DRUGI STROŠKI DELA	55.066	57.679	-2.613	95%
AMORTIZACIJA	198.452	202.908	-4.456	98%
DOLGOROČNE REZERVACIJE	0	0	0	
OSTALI DRUGI STROŠKI	9.842	16.679	-6.837	59%
FINANČNI ODHODKI	62	799	-737	8%
DRUGI ODHODKI	452	0	452	
PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI ODHODKI	1.416	4.257	-2.841	33%
ODHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	0	0	0	
OSTALI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI ODHODKI	1.416	4.257	-2.841	33%
CELOTNI ODHODKI	3.913.997	3.781.339	132.658	104%

Ugotavljamo, da so se sorazmerno znižali vsi stroški z izjemo stroškov storitev. To dejstvo lahko pripišemo tudi doseganju prihodkov s pomočjo nakupa storitev, tako da ne beležimo posebnih odstopanj v posamični vrsti storitve.

Stroški storitev so v popolnosti opisani v poslovnem delu, zato jih v tem delu ne bomo navajali.

Stroški dela so zaradi ZUJFa že dalj časa nespremenjeni. V letu 2014 so se nekoliko povišali, saj smo v tem letu dobili 24.440 EUR dodatnih sredstev za plačilo plač; medtem ko tovrstnih sredstev v letu 2015 ni bilo. Tržni del poslovanja pa je k pokrivanju teh stroškov prispeval še dodatnih 42.613 EUR, tako da so stroški dela, pokriti iz javnega dela poslovanja, znašali 723.761 EUR.

V 2015 (v oklepaju so navedene vrednosti za 2014) je imel zavod v povprečju 28,07 (29,25) zaposlenecov na plačilni listi. Upoštevajoč 2088 delovnih ur v letu je v zavodu dobilo plačo 28,42 zaposlenecov za 58.606 (60.438) plačanih ur. Upoštevajoč 9 praznikov v letu 2015 so v zavodu opravili 57.254(58.342) delovnih ur, kar pomeni, da je delalo v povprečju 27,42 zaposlenecov. Zaradi dokaj mladega in v velikem delu ženskega kolektiva, je število dejansko opravljenih delovnih ur v zavodu znašalo 52.673 (53.674), kar pomeni, da je v zavodu v mesečnem povprečju delalo 25,23 (25,71) zaposlenecov.

Če nekoliko pogledamo zgodovino plač, lahko ugotovimo, da je zavod v 2014 realiziral povprečni strošek dela na zaposlenca 26.995 EUR letno oziroma 2.249 EUR mesečno.

V 2015 se je povprečni strošek dela na zaposlenca povišal na 27.316 EUR oziroma 2.276 EUR mesečno. Bruto plača zaposlenca v zavodu v povprečju znaša 10,40 (10,08) EUR na uro in se - upoštevajoč prispevke delodajalca - poveča na 12,02 (11,70) EUR na uro. Povprečna urna bremenitev zavoda za plačilo delavca skupaj z izplačili pripadajočih stroškov znaša 12,93 EUR (v 2014 13,06 EUR), kar je še vedno manj od izplačil v preteklih letih. Bruto urna postavka leta 2013: 12,23 EUR, leta 2012: 13,79 EUR in v leta 2011: 14,57 EUR.

Ob tem je potrebno povedati, da ima zavod od 2011 dalje stroške dela povečane za 6.642 EUR letno zaradi dodatnega davka za zaposlitev invalidov. Navedeni znesek se izkazuje kot 236,62 EUR višji letni strošek dela za zaposlenca, od katerega pa posamezni zaposlenec seveda ne dobi prihodka v obliki plače.

Odpis terjatev je v 2015 znašal 1.403 EUR, uskladili pa smo tudi dejanska stanja s kupci. Menimo, da odpis terjatev, ki v sami strukturi prihodkov znaša 0,001 % prihodkov, ni problematičen in da ima zavod v svojih izkazih predstavljene zdrave in izterljive terjatve.

V naslednji tabeli je prikazana **struktura odhodkov leta 2015 ter primerjalno z letom 2014**. Javni zavod Turizem Ljubljana ima dva pomembnejša stroška in to sta strošek storitev in strošek dela, za vse ostalo pa lahko ugotovimo, da v strukturi odhodkov predstavljajo nebitvene postavke. V 2015 glede na preteklo leto ni bilo nobenih bistvenih sprememb.

	2015	struktura 2015	2014	struktura 2014
STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV	2.937.399	75,05%	2.767.103	73,18%
NABAVNA VREDNOST PRODANEGA MATERIALA IN	105.751	2,70%	104.987	2,78%
STROŠKI MATERIALA	31.704	0,81%	39.076	1,03%
STROŠKI STORITEV	2.799.944	71,54%	2.623.040	69,37%
STROŠKI DELA	766.374	19,58%	789.593	20,88%
PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	609.527	15,57%	630.417	16,67%
PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCE	101.781	2,60%	101.497	2,68%
DRUGI STROŠKI DELA	55.066	1,41%	57.679	1,53%
AMORTIZACIJA	198.452	5,07%	202.908	5,37%
DOLGOROČNE REZERVACIJE	0	0,00%	0	0,00%
OSTALI DRUGI STROŠKI	9.842	0,25%	16.679	0,44%
FINANČNI ODHODKI	62	0,00%	799	0,02%
DRUGI ODHODKI	452	0,01%	0	0,00%
PREVREDNOTEOVALNI POSLOVNI ODHODKI	1.416	0,04%	4.257	0,11%
ODHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	0	0,00%	0	0,00%
OSTALI PREVREDNOTEOVALNI POSLOVNI ODHODKI	1.416	0,04%	4.257	0,11%
CELOTNI ODHODKI	3.913.997	100,00%	3.781.339	100,00%

AMORTIZACIJA

Od 2008 dalje pomembno spremembo računovodskih usmeritev predstavlja dejstvo, da javni zavod Turizem Ljubljana stroškov amortizacije za sredstva, kupljena iz nenamenskega vira, ne vodi več kot odhodek tržnega dela poslovanja, ampak kot odhodek javnega dela poslovanja.

Amortizacija predstavlja 5 % celotnih odhodkov. Obračunana je v skladu s predpisanimi stopnjami in predpisi, ki urejajo amortiziranje v breme sredstev v upravljanju. Amortizacija je obračunana po predpisanih stopnjah v znesku 198.452 EUR in sicer se amortizacija v višini 197.013 EUR krije iz sklada sredstev v upravljanju in bremenijo javni del dejavnosti; amortizacija koles, ki neposredno bremenijo tržni del poslovanja, pa znaša 1.439 EUR. Kriterijev, po katerih naj bi določen del amortizacije za večino dolgoročnih sredstev pokrivali iz tržnega dela poslovanja, nismo našli, saj se prvenstvena usmeritev Turizma Ljubljana nanaša na javne naloge s področja turizma.

REZERVACIJE

Dolgoročnih rezervacij zavod ni oblikoval.

PREVREDNOTEOVALNI ODHODKI

Prevrednotovalni odhodki znašajo 1.416 EUR in v bistvenem delu predstavljajo že omenjen odpis terjatev.

DAVEK NA DOHODEK

Tako tržna kot javna dejavnost sta bili tudi predmet obračuna davka na dohodek, ki ga je zavod dolžan plačati. Pri dvigu davčne osnove zaradi odpisa terjatev smo upoštevali pravilo aritmetične sredine odpisa zadnjih treh let, zato dviga osnove v letu 2015 ni bilo. Pri javni dejavnosti je povečanje davčne osnove povzročilo polovico reprezentance v znesku 1.588,18 EUR; pri tržni dejavnosti pa je dvig davčne osnove povzročil 50 % znesek porabljene reprezentance, ki je znašala 415,85 EUR. Upoštevali smo investicijsko olajšavo iz naslova nakupa v tržni dejavnosti. Celotni znesek davka na dohodek pravih oseb 1.079,16 EUR (v 2014: 1.067,56 EUR) smo razdelili tako, kot kaže spodnja tabela.

2015	javni del	tržni del	skupaj
poslovni presežek prihodkov	- €	12.035,43 €	12.035,43 €
investicijska olajšava	- €	7.691,48 €	7.691,48 €
dvig za neupravičene stroške	1.588,18 €	415,85 €	2.004,03 €
DAVČNA OSNOVA	1.588,18 €	4.759,80 €	6.347,98 €
davek na dohodek 17%	269,99 €	809,17 €	1.079,16 €

3.2. Pojasnila k postavkam IZKAZA PRIHODKOV IN ODHODKOV določenih uporabnikov po načelu denarnega toka

Presežek odhodkov nad prihodki po načelu denarnega toka znaša 193.323 EUR – AOP 486 in predstavlja razliko med denarnimi sredstvi ob začetku in koncu poslovanja.

Zavod je imel na prvi dan leta 2015 na transakcijskem računu ter v blagajni skupaj 225.987 EUR, leto pa je končal z 29.795 EUR na podračunu ter 2.869 EUR gotovine v blagajnah. Razlika se izkazuje v višini 193.323 EUR presežka prilivov nad odlivi.

3.3. Pojasnila k IZKAZU RAČUNA FINANČNIH TERJATEV IN NALOŽB določenih uporabnikov

Finančnih terjatev in naložb zavod nima, saj ne daje in ne prejema posojil in poroštev.

3.4. Pojasnila k IZKAZU RAČUNA FINANCIRANJA določenih uporabnikov

Zavod nima najetih kreditov in zato se izkaz računa financiranja ne izpolnjuje.

3.5. Pojasnila k IZKAZU PRIHODKOV IN ODHODKOV določenih uporabnikov po vrstah dejavnosti

Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po vrstah dejavnosti je narejen v skladu z računovodskimi standardi in zajema celotno poslovanje zavoda. V tem izkazu podatke o dejavnosti razčlenimo po vrstah dejavnosti, in sicer dejavnost, ki jo opravljamo kot javno službo in tržno dejavnost.

Kot smo že navedli, javni zavod Turizem Ljubljana že ob nastanku poslovnega dogodka opredeli njegovo naravo in zato zavod pri izkazu poslovnega izida po vrstah dejavnosti ne uporablja sodil za delitev, temveč dejansko nastale prihodke in odhodke.

Struktura celotnih prihodkov od poslovanja je bila naslednja:

- z izvajanjem javne službe – 78 % v višini 3.069.735 EUR
- z izvajanjem tržne dejavnosti – 22 % v višini 861.203 EUR

Primerjalno naj povemo, da je zavod dosegel leta 2010 na področju tržne dejavnosti 601.616 EUR prihodkov, v letu 2011 so prihodki tržne dejavnosti znašali 651.407 EUR, v letu 2012 648.407 EUR, v letu 2013 689.904 EUR in v letu 2014 875.031 EUR. V kolikor tržno poslovanje pogledamo vsebinsko, lahko ne glede na nižje prihodke v tržnem delu poslovanja napram preteklemu letu ugotovimo, da se je trend pozitivne rasti prihodkov na osnovni tržni dejavnosti v Turizmu Ljubljana nadaljeval tudi v letu 2015.

V tabeli v nadaljevanju je pregled prihodkov glede na zgoraj omenjeno členitev:

NAZIV PODSKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
		Prihodki in odhodki za izvajanje javne službe	Prihodki in odhodki od prodaje blaga in storitev na trgu
A) PRIHODKI OD POSLOVANJA (661+662-663+664)	660	3.067.841	856.732
PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	661	3.067.841	710.381
POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE P	662		
ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE I	663		
PRIHODKI OD PRODAJE MATERIALA IN BLAGA	664		146.351
B) FINANČNI PRIHODKI	665	121	0
C) IZREDNI PRIHODKI	666	1.540	48
Č) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI (668+669)	667	233	4.423
PRIHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	668		
DRUGI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI	669	233	4.423
D) CELOTNI PRIHODKI (660+665+666+667)	670	3.069.735	861.203

V nadaljevanju podajamo skrajšan povzetek prihodkov in odhodkov, ki jih smo jih v 2015 evidentirali na tržnem delu poslovanja. Vsi prihodki in odhodki so strogo ločeni že ob nastanku. Prihodki, ki se nanašajo na tržno dejavnost, so tudi del davčnih evidenc v zvezi z obračunom in odbitkom davka na dodano vrednost. Javni zavod Turizem Ljubljana ima prijavljen ločen obračun davka na dodano vrednost po posamezni dejavnosti, zato nam tudi ločevanje pridobitne in nepridobitne dejavnosti na koncu leta ne predstavlja bistvenih težav. Način izkazovanja podatkov se glede na leto 2014 ni spremenil.

SM	vir	projekt	prihodki			
			načrtovani	dejanski	dej.- načrt.	dej./načrt
2701	tržni	tur. spominki in darilni program	150.000,00 €	149.764,72 €	- 235,28 €	99,84%
2702	tržni	vodniška služba	170.000,00 €	187.727,80 €	17.727,80 €	110,43%
2703	tržni	turistična kartica	55.000,00 €	51.473,89 €	- 3.526,11 €	93,59%
2704	tržni	SPOT	- €	- €	- €	
2708	tržni	Ticketing	40.000,00 €	52.177,53 €	12.177,53 €	130,44%
2710	tržni	posredovanje turističnih storitev	210.000,00 €	263.324,27 €	53.324,27 €	125,39%
2711	tržni	sofinanciranje STIC s strani STC	15.000,00 €	15.000,00 €	- €	100,00%
2712	tržni	samopromocija	- €	- €	- €	
2713	tržni	drugi prihodki in odhodki	- €	547,88 €	547,88 €	
2714	tržni	stroški dela	- €	- €	- €	
2715	tržni	investicijsko vzdrževanje	- €	- €	- €	
2716	tržni	hotelski paketi	20.000,00 €	25.489,15 €	5.489,15 €	
osnovna tržna dejavnost			660.000,00 €	745.505,24 €	85.505,24 €	112,96%
2607	tržni	EXPO		4.918,37 €		
2902	tržni	osnovna sredstva tržne dejavnosti		- €		
2104	tržni	projekt december 2014		110.779,73 €		
SKUPAJ TRŽNA DEJAVNOST				861.203,34 €		

Stroške v tržni dejavnosti merimo glede na predpisan kontni plan in tudi po posameznem stroškovnem mestu. Analiza stroškov nam kaže, da so imela posamezna stroškovna mesta večje odhodke kot prihodke, kar je v skladu z načrtovanimi dogodki. Nekateri stroškovni nosilci, kot je denimo samopromocija, nimajo možnosti ustvarjanja prihodkov. Med letom pa smo odprli tudi novo, nenačrtovano stroškovno mesto – EXPO ter zaradi nabav osnovnih sredstev iz naslova tržne dejavnosti pričeli bolj intenzivno spremljati stroške amortizacije in vzdrževanja teh sredstev.

SM	vir	projekt	odhodki			
			načrtovani	dejanski	dej - načrt	dej/načrt
2701	tržni	tur. spominki in danilni program	116.000,00 €	104.700,36 €	- 11.299,64 €	90%
2702	tržni	vodniška služba	139.400,00 €	168.833,24 €	29.433,24 €	121%
2703	tržni	turistična kartica	49.800,00 €	51.734,26 €	1.934,26 €	104%
2704	tržni	SPOT	2.500,00 €	- €	- 2.500,00 €	
2708	tržni	Ticketing	38.000,00 €	49.578,90 €	11.578,90 €	130%
2710	tržni	posredovanje turističnih storitev	194.500,00 €	237.308,51 €	42.808,51 €	122%
2711	tržni	sofinanciranje STIC s strani STO	- €	- €	- €	
2712	tržni	samopromocija	12.000,00 €	10.933,68 €	- 1.066,32 €	91%
2713	tržni	drugi odhodki	32.400,00 €	40.238,48 €	7.838,48 €	124%
2714	tržni	stroški dela	55.000,00 €	42.612,50 €	- 12.387,50 €	77%
2715	tržni	inv. vzdrževanje	2.000,00 €	1.767,47 €	- 232,53 €	88%
2716	tržni	hotelski paketi	18.400,00 €	23.572,84 €	5.172,84 €	
osnovna tržna dejavnost			660.000,00 €	731.280,24 €	71.280,24 €	111%
2607	tržni	EXPO		4.953,94 €		
2902	tržni	osnovna sredstva tržne dejavnosti	- €	2.154,00 €		
2104	tržni	projekt december 2014	- €	110.779,93 €		
SKUPAJ TRŽNA DEJAVNOST				849.168,11 €		

Če pa sledimo predpisanemu načinu vodenja – kontnemu planu, je struktura stroškov tržnega dela poslovanja naslednja:

	2015	struktura 2015	2014	struktura 2014
nabavna vrednost	104.107 €	12%	102.794 €	12%
material	6.064 €	1%	1.195 €	0%
stavitve	692.049 €	81%	694.769 €	80%
plače	42.613 €	5%	68.752 €	8%
drugi stroški/AM	3.109 €	0%	823 €	0%
prevred. odhodki	1.226 €	0%	2.507 €	0%
SKUPAJ	849.168 €	100%	870.840 €	100%

Od leta 2011 dalje imamo tržni del poslovanja obremenjen s plačami. Skozi celo leto sta dve zaposlenki svojo plačo dobivali iz tržnega dela poslovanja. Za zavod ta bremenitev s plačami pomeni, da se mora pri tržnem delu poslovanja zelo gospodarno obnašati, saj dodatna bremenitev tega dela poslovanja s stroški plače pomeni 5 % odhodkov tržnega dela poslovanja in skorajda enak odstotek prihodkov.

Na koncu naj še enkrat omenimo, da smo obračunali **davek na dohodek** po posameznih dejavnostih, glede na davčno osnovo, ki jo je posamezna dejavnost pridobila v poslovnem letu 2015 in da ga je tržnemu delu dejavnosti pripisano 809,17 EUR.

4. PREDLOG RAZPOREDITVE UGOTOVLJENEGA POSLOVNEGA IZIDA ZA LETO 2015

Javni zavod Turizem Ljubljana je v letu 2015 dosegel pozitivni poslovni izid v znesku 15.862,32 EUR.

TURIZEM LJUBLJANA	2015	OD TEGA	
		javni del	tržni del
vsi prihodki	3.930.937,95 €	3.069.734,41 €	861.203,54 €
vsi odhodki	3.913.996,47 €	3.064.828,36 €	849.168,11 €
presežek prihodkov	16.941,48 €	4.906,05 €	12.035,43 €
davek od dohodka pravnih oseb	1.079,16 €	269,99 €	809,17 €
čisti presežek	15.862,32 €	4.636,06 €	11.226,26 €

Celotni prihodki iz naslova **javne dejavnosti** so znašali 3.069.734,41 EUR, celotni odhodki iz naslova javne dejavnosti 3.064.828,36 EUR, po odštetju davka na dohodek pravnih oseb v znesku 269,99 EUR, **presežek prihodkov nad odhodki iz naslova javne dejavnosti pa znaša 4.636,06 EUR.**

Celotni prihodki **tržne dejavnosti** so znašali 861.203,54 EUR, celotni odhodki 849.168,11 EUR, davek na dohodek 809,17 EUR, **pozitivni poslovni izid tržne dejavnosti pa 11.226,26 EUR.**

Celotni prihodki **Turizma Ljubljana** v 2015 so znašali 3.930.937,95 EUR, celotni odhodki 3.913.996,47 EUR, davek na dohodek 1.079,16 EUR, skupni presežek prihodkov nad odhodki pa znaša 15.862,32 EUR.

Skupni presežek prihodkov nad odhodki, izkazan v višini 15.862,32 EUR, se ne razporedi in pripada ustanovitelju.

Ljubljana, februar 2016

Računovodsko poročilo je pripravila Marina Zupančič, preizkušeni računovodja, preizkušeni davčnik in državni notranji revizor, direktorica podjetja ZU-MA d.o.o., računovodskega servisa, ki opravlja posle računovodenja za Javni zavod Turizem Ljubljana.

ZU- MA, d.o.o.
Marina Zupančič
direktorica

Zu-Ma računovodske storitve d.o.o.
Dobrotovska 54, 1235 Radomlje

Turizem Ljubljana
Petra Stuček
direktorica



IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG 10 , LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 84.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

BILANCA STANJA

na dan 31.12.2015

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV SKUPINE KONTOV	NAZIV SKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
SREDSTVA				
	A) DOLGOROČNA SREDSTVA IN SREDSTVA V UPRAVLJANJU (002-003+004-005+006-007+008+009+010+011)	001	823.271	993.595
00	NEOPREDMETENA DOLGOROČNA SREDSTVA	002	1.227.277	1.222.165
01	POPRAVEK VREDNOSTI NEOPREDMETENIH DOLGOROČNIH SREDSTEV	003	591.375	488.534
02	NEPREMIČNINE	004	66.858	66.858
03	POPRAVEK VREDNOSTI NEPREMIČNIN	005	32.339	28.996
04	OPREMA IN DRUGA OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	006	935.031	923.715
05	POPRAVEK VREDNOSTI OPREME IN DRUGIH OPREDMETENIH OSNOVNIH SREDSTEV	007	785.519	704.951
06	DOLGOROČNE KAPITALSKE NALOŽBE	008	3.338	3.338
07	DOLGOROČNO DANA POSOJILA IN DEPOZITI	009	0	0
08	DOLGOROČNE TERJATVE IZ POSLOVANJA	010	0	0
09	TERJATVE ZA SREDSTVA DANA V UPRAVLJANJE	011	0	0
	B) KRATKOROČNA SREDSTVA; RAZEN ZALOG IN AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE (013+014+015+016+017+018+019+020+021+022)	012	879.826	914.229
10	DENARNA SREDSTVA V BLAGAJNI IN TAKOJ UNOVČLJIVE VREDNOSTNICE	013	2.869	2.580
11	DOBROIMETJE PRI BANKAH IN DRUGIH FINANČNIH USTANOVAH	014	29.795	223.407
12	KRATKOROČNE TERJATVE DO KUPCEV	015	12.958	15.060
13	DANI PREDUJMI IN VARŠČINE	016	0	0
14	KRATKOROČNE TERJATVE DO UPORABNIKOV ENOTNEGA KONTNEGA NAČRTA	017	550.594	394.894
15	KRATKOROČNE FINANČNE NALOŽBE	018	0	0
16	KRATKOROČNE TERJATVE IZ FINANCIRANJA	019	7.970	5.641
17	DRUGE KRATKOROČNE TERJATVE	020	14.340	6.846
18	NEPLAČANI ODHODKI	021	0	0
19	AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	022	261.300	265.801
	C) ZALOGE (024+025+026+027+028+029+030+031)	023	63.582	75.428
30	OBRAČUN NABAVE MATERIALA	024	0	0
31	ZALOGE MATERIALA	025	0	0
32	ZALOGE DROBNEGA INVENTARJA IN EMBALAŽE	026	0	0
33	NEDOKONČANA PROIZVODNJA IN STORITVE	027	0	0
34	PROIZVODI	028	0	0
35	OBRAČUN NABAVE BLAGA	029	0	0
36	ZALOGA BLAGA	030	61.461	70.394
37	DRUGE ZALOGE	031	2.121	5.034
	I. AKTIVA SKUPAJ (001+012+023)	032	1.766.679	1.983.252
99	AKTIVNI KONTI IZVENBILANČNE EVIDENCE	033	35.264	39.403
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV				
	D) KRATKOROČNE OBVEZNOSTI IN PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE (035+036+037+038+039+040+041+042+043)	034	732.379	783.123
20	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI ZA PREJETE PREDUJME IN VARŠČINE	035	176.900	178.549
21	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI DO ZAPOSLENIH	036	56.712	55.377
22	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI DO DOBAVITELJEV	037	351.215	413.748
23	DRUGE KRATKOROČNE OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	038	17.509	10.584

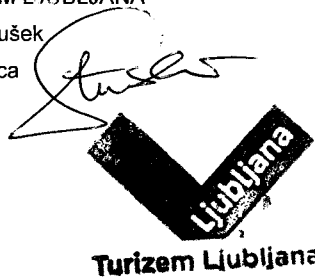
(v EUR brez stolinov)

ČLENITEV SKUPINE KONTOV	NAZIV SKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
SREDSTVA				
24	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI DO UPORABNIKOV ENOTNEGA KONTNEGA NAČRTA	039	5.165	0
25	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI DO FINANCERJEV	040	0	0
26	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	041		1.925
28	NEPLAČANI PRIHODKI	042	0	0
29	PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	043	124.877	122.940
	E) LASTNI VIRI IN DOLGOROČNE OBVEZNOSTI (045+046+047+048+049+050+051+052-053+054+055+056+057+058-059)	044	1.034.300	1.200.129
90	SPLOŠNI SKLAD	045	0	0
91	REZERVNI SKLAD	046	0	0
92	DOLGOROČNO RAZMEJENI PRIHODKI	047	0	0
93	DOLGOROČNE REZERVACIJE	048	0	0
940	SKLAD NAMENSKEGA PREMOŽENJA V JAVNIH SKLADIH	049	0	0
9410	SKLAD PREMOŽENJA V DRUGIH PRAVNIH OSEBAH JAVNEGA PRAVA, KI JE V NJIHOVI LASTI, ZA NEOPREDMETENA DOLGOROČNA SREDSTVA IN OPREDMETENA	050	0	0
9411	SKLAD PREMOŽENJA V DRUGIH PRAVNIH OSEBAH JAVNEGA PRAVA, KI JE V NJIHOVI LASTI, ZA FINANČNE NALOŽBE	051	0	0
9412	PRESEŽEK PRIHODKOV NAD ODHODKI	052	0	0
9413	PRESEŽEK ODHODKOV NAD PRIHODKI	053	0	0
96	DOLGOROČNE FINANČNE OBVEZNOSTI	054	0	0
97	DRUGE DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	055	2.777	1.391
980	OBVEZNOSTI ZA NEOPREDMETENA DOLGOROČNA SREDSTVA IN OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	056	801.680	984.758
981	OBVEZNOSTI ZA DOLGOROČNE FINANČNE NALOŽBE	057	0	0
985	PRESEŽEK PRIHODKOV NAD ODHODKI	058	229.843	213.980
986	PRESEŽEK ODHODKOV NAD PRIHODKI	059	0	0
	I. PASIVA SKUPAJ (034+044)	060	1.766.679	1.983.252
99	PASIVNI KONTI IZVENBILANČNE EVIDENCE	061	35.264	39.403

0

* Podatek šifra uporabnika je obvezen podatek za vse tiste, ki so navedeni v odredbi o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov (štiri mestna šifra proračunskega uporabnika + kontrolna številka).

TURIZEM LJUBLJANA

Petra Stušek
direktorica

Bilanco sestavil:

ZUMA d.o.o.



Maja Zupančič

pooblaščen računovodja

Priljubljana 54, 1235 Radomlje


NAZIV	Oznaka za AOP	ZNESEK												
		3	4	5	6	7	8	9	10 (3+4+5+6+7+8+9)	11	12			
E. Zgradbe	721	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
F. Oprema	722	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G. Druga opredmejena osnovna sredstva	723	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ		2.212.739	1.222.480	39.160	11.034	22.734	22.734	198.452	819.933	0	0	0	0	0

TURIZEM LJUBLJANA
 Petra Stušek
 direktorica

Turizem Ljubljana

ZU-MMA poslovne storitve d.o.o.
 Biljance sestavlja:
 Priloge sestavlja:
 ZU-MMA d.o.o.
 Marjeta Zupancič
 pooblaščenica računovodja



VRSTA NALOŽB OZIROMA POSOJIL	Oznaka za AOP	ZNESEK																			
		Znesek naložb in danih posojil (1.1.)	3	Znesek popravkov naložb in danih posojil (1.1.)	4	Znesek povečanja naložb in danih posojil	5	Znesek povečanih popravkov naložb in danih posojil	6	Znesek zmanjšanja naložb in danih posojil	7	Znesek zmanjšanja popravkov naložb in danih posojil	8	Znesek naložb in danih posojil (31.12.)	9 (3+5-7)	Znesek popravkov naložb in danih posojil (31.12.)	10 (4+6-8)	Knjigovodska vrednost naložb in danih posojil (31.12.)	11 (9-10)	Znesek odpisanih naložb in danih posojil	12
1	2	3	4	5	6	7	8	9 (3+5-7)	10 (4+6-8)	11 (9-10)	12										
4. Druge dolgoročne kapitalne naložbe v tujini	817	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. Dolgoročno dana posojila in depoziti (819+828+831+834)	818	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A. Dolgoročno dana posojila (820+821+822+823+824+825+826+827)	819	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1. Dolgoročno dana posojila posameznikom	820	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Dolgoročno dana posojila javnim skladom	821	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Dolgoročno dana posojila javnim podjetjem	822	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Dolgoročno dana posojila finančnim institucijam	823	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Dolgoročno dana posojila privatnim podjetjem	824	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6. Dolgoročno dana posojila drugim državam	825	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7. Dolgoročno dana posojila državnemu proračunu	826	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8. Druga dolgoročno dana posojila v tujino	827	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B. Dolgoročno dana posojila z odkupom vrednostnih papirjev (829+830)	828	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1. Domačih vrednostnih papirjev	829	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Tujih vrednostnih papirjev	830	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Dolgoročno dani depoziti (832+833)	831	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1. Dolgoročno dani depoziti poslovnim bankam	832	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Drugi dolgoročno dani depoziti	833	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Druga dolgoročno dana posojila	834	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Skupaj (800+818)	835	3.338	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

* Podatek šifra uporabnika je obvezen podatek za vse tiste, ki so navedeni v odredbi o določiti neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov (štiri mestna šifra proračunskega uporabnika + kontrolna številka).

TURIZEM LJUBLJANA
Petra Stušek
direktorica



Turizem Ljubljana

Bilanca pospevitvi:
Zbirna bilanca poslovne storitve d.o.o.
Marta Zubancic
preoblikovane računovodske
Kadombr.

IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG 10, LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 84.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

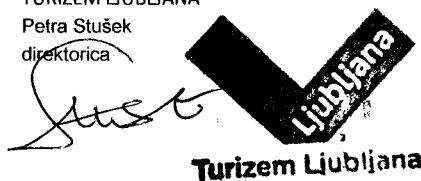
IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV - DOLOČENIH UPORABNIKOV

od 1. januarja do 31. decembra 2015

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV PODSKUPIN KONTOV	NAZIV PODSKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
	A) PRIHODKI OD POSLOVANJA (861+862-863+864)	860	3.924.573	3.786.841
760	PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	861	3.778.222	3.647.550
	POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	862	0	0
	ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	863	0	0
761	PRIHODKI OD PRODAJE MATERIALA IN BLAGA	864	146.351	139.291
762	B) FINANČNI PRIHODKI	865	121	885
763	C) DRUGI PRIHODKI	866	1.588	2.517
	Č) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI (868+869)	867	4.656	752
del 764	PRIHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	868	0	0
del 764	DRUGI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI	869	4.656	752
	D) CELOTNI PRIHODKI (860+865+866+867)	870	3.930.938	3.790.995
	E) STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV (872+873+874)	871	2.937.399	2.767.103
del 466	NABAVNA VREDNOST PRODANEGA MATERIALA IN BLAGA	872	105.751	104.987
460	STROŠKI MATERIALA	873	31.704	39.076
461	STROŠKI STORITEV	874	2.799.944	2.623.040
	F) STROŠKI DELA (876+877+878)	875	766.374	789.593
del 464	PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	876	609.527	630.417
del 464	PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCEV	877	101.781	101.497
del 464	DRUGI STROŠKI DELA	878	55.066	57.679
462	G) AMORTIZACIJA	879	198.452	202.908
463	H) DOLGOROČNE REZERVACIJE	880	0	0
del 465	J) OSTALI DRUGI STROŠKI	881	9.842	16.679
467	K) FINANČNI ODHODKI	882	62	799
468	L) DRUGI ODHODKI	883	452	0
	M) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI ODHODKI (886+887)	884	1.416	4.257
del 469	ODHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	885	0	0
del 469	OSTALI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI ODHODKI	886	1.416	4.257
	N) CELOTNI ODHODKI (871+875+879+880+881+882+883+884+885)	887	3.913.997	3.781.339
	O) PRESEŽEK PRIHODKOV (870-888)	888	16.941	9.656
	P) PRESEŽEK ODHODKOV (888-870)	889	0	0
del 465	I) DAVEK OD DOBIČKA	890	1.079	1.068
	P) PRESEŽEK PRIHODKOV OBRAČ-OBDOBJA(888-890)	891	15.862	8.588
	Presežek prihodkov iz prejšnjih let, namenjen pokritju odhodkov obračunskega obdobja	892	0	0
	Povprečno število zaposlenih na podlagi delovnih ur v obračunskem obdobju (celo število)	893	28	28
	Število mesecev poslovanja	894	12	12

TURIZEM LJUBLJANA
Petra Stušek
direktorica



Turizem Ljubljana

Bilanco sestavil:

ZU, MA d.o.o.
Matična zupanišča
Poblaščenec
Presežek prihodkov

IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG , LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 84.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO NAČELU DENARNEGA TOKA

od 1. januarja do 30. decembra 2015

(v EUR brez stolinov)

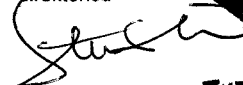
ČLENITEV KONTOV	NAZIV KONTA	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
	I. SKUPAJ PRIHODKI (402+431)	401	3.848.636	3.658.937
	1. PRIHODKI ZA IZVAJANJE JAVNE SLUŽBE (403+420)	402	2.990.073	2.783.935
	A. Prihodki iz sredstev javnih financ (404+407+410+413+418+419)	403	2.724.861	2.395.031
	a. Prejeta sredstva iz državnega proračuna (405+406)	404	0	0
del 7400	Prejeta sredstva iz državnega proračuna za tekočo porabo	405	0	0
del 7400	Prejeta sredstva iz državnega proračuna za investicije	406	0	0
	b. Prejeta sredstva iz občinskih proračunov (408+409)	407	2.724.861	2.395.031
del 7401	Prejeta sredstva iz občinskih proračunov za tekočo porabo	408	2.724.861	2.395.031
del 7401	Prejeta sredstva iz občinskih proračunov za investicije	409	0	0
	c. Prejeta sredstva iz skladov socialnega zavarovanja (411+412)	410	0	0
del 7402	Prejeta sredstva iz skladov socialnega zavarovanja za tekočo porabo	411	0	0
del 7402	Prejeta sredstva iz skladov socialnega zavarovanja za investicije	412	0	0
	d. Prejeta sredstva iz javnih skladov in agencij (414+415+416+417)	413	0	0
del 7403	Prejeta sredstva iz javnih skladov za tekočo porabo	414	0	0
del 7403	Prejeta sredstva iz javnih skladov za investicije	415	0	0
del 7404	Prejeta sredstva iz javnih agencij za tekočo porabo	416	0	0
del 7404	Prejeta sredstva iz javnih agencij za investicije	417	0	0
del 740	e. Prejeta sredstva iz proračunov iz naslova tujih donacij	418	0	0
741	f. Prejeta sredstva iz državnega proračuna iz sredstev proračuna Evropske unije	419	0	0
	B) Drugi prihodki za izvajanje dejavnosti javne službe (421+422+423+424+425+426+427+428+429+430)	420	265.212	388.904
del 7130	Prihodki od prodaje blaga in storitev iz naslova izvajanja javne službe	421	0	0
del 7102	Prejete obresti	422	0	0
del 7100 + del 7101	Prihodki od udeležbe na dobičku in dividend javnih podjetij, javnih skladov in javnih finančnih	423		0
del 7141	Drugi tekoči prihodki iz naslova izvajanja javne službe	424	265.212	364.463
72	Kapitalski prihodki	425	0	0
730	Prejete donacije iz domačih virov	426	0	0
731	Prejete donacije iz tujine	427	0	0
732	Donacije za odpravo posledic naravnih nesreč	428	0	0
786	Ostala prejeta sredstva iz proračuna Evropske unije	429	0	0
787	Prejeta sredstva od drugih evropskih institucij	430	0	24.441
	2. PRIHODKI OD PRODAJE BLAGA IN STORITEV NA TRGU (432+433+434+435+436)	431	858.563	875.002
del 7130	Prihodki od prodaje blaga in storitev na trgu	432	858.563	875.002
del 7102	Prejete obresti	433	0	0
del 7103	Prihodki od najemnin, zakupnin in drugi prihodki od premoženja	434		0
del 7100 + del 7101	Prihodki od udeležbe na dobičku in dividend javnih podjetij, javnih skladov in javnih finančnih	435	0	0

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV KONTOV	NAZIV KONTA	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
del 7141	Drugi tekoči prihodki, ki ne izhajajo iz izvajanja javne službe	436	0	0
	II. SKUPAJ ODHODKI (438+481)	437	4.041.959	3.777.577
	1. ODHODKI ZA IZVAJANJE JAVNE SLUŽBE (439+447+453+464+465+466+467+468+469+470)	438	3.194.945	2.905.902
	A. Plače in drugi izdatki zaposlenim (440+441+442+443+444+445+446)	439	626.191	614.220
del 4000	Plače in dodatki	440	580.157	573.649
del 4001	Regres za letni dopust	441	15.017	3.020
del 4002	Povračila in nadomestila	442	31.017	37.551
del 4003	Sredstva za delovno uspešnost	443	0	0
del 4004	Sredstva za nadurno delo	444	0	0
del 4005	Plače za delo nerezidentov po pogodbi	445	0	0
del 4009	Drugi izdatki zaposlenim	446	0	0
	B. Prispevki delodajalcev za socialno varnost (448+449+450+451+452)	447	90.018	88.697
del 4010	Prispevki za pokojninsko in invalidsko zavarovanje	448	47.742	42.735
del 4011	Prispevki za zdravstveno zavarovanje	449	38.246	39.540
del 4012	Prispevki za zaposlovanje	450	1.716	3.053
del 4013	Prispevki za porodniško varstvo	451	590	349
del 4015	Premije kolektivnega dodatnega pokojninskega zavarovanja, na podlagi ZKDPZJU	452	1.724	3.020
	C. Izdatki za blago in storitve za izvajanje javne službe (454+455+456+457+458+459+460+461+462+463)	453	2.209.205	1.961.687
del 4020	Pisarniški in splošni material in storitve	454	13.628	13.024
del 4021	Posebni material in storitve	455	1.996.273	1.786.692
del 4022	Energija, voda, komunalne storitve in komunikacije	456	37.218	39.385
del 4023	Prevozni stroški in storitve	457	32.817	28.062
del 4024	Izdatki za službena potovanja	458	41.792	27.581
del 4025	Tekoče vzdrževanje	459	65.927	60.152
del 4026	Poslovne najemnine in zakupnine	460	13.154	690
del 4027	Kazni in odškodnine	461	0	0
del 4028	Davek na izplačane plače	462	0	0
del 4029	Drugi operativni odhodki	463	8.396	6.101
403	D. Plačila domačih obresti	464	0	0
404	E. Plačila tujih obresti	465	0	0
410	F. Subvencije	466	0	0
411	G. Transferi posameznikom in gospodinjstvom	467	0	0
412	H. Transferi neprofitnim organizacijam in ustanovam	468	249.599	226.417
413	I. Drugi tekoči domači transferji	469	0	0
	J. Investicijski odhodki (471+472+473+474+475+476+477+478+479+480)	470	19.932	14.881
4200	Nakup zgradb in prostorov	471	0	0
4201	Nakup prevoznih sredstev	472	0	0
4202	Nakup opreme	473	15.821	9.381
4203	Nakup drugih osnovnih sredstev	474	0	0
4204	Novogradnja, rekonstrukcija in adaptacije	475	0	0
4205	Investicijsko vzdrževanje in obnove	476	0	0
4206	Nakup zemljišč in naravnih bogastev	477	0	0
4207	Nakup nematerialnega premoženja	478	4.111	5.500
4208	Študije o izvedljivosti projektov, projektna dokumentacija, nadzor, investicijski inženiring	479	0	0
4209	Nakup blagovnih rezerv in intervencijskih zalog	480	0	0
	2. ODHODKI IZ NASLOVA PRODAJE BLAGA IN STORITEV NA TRGU (482 + 483+ 484)	481	847.014	871.675
del 400	A. Plače in drugi izdatki zaposlenim iz naslova prodaje blaga in storitev na trgu	482	36.504	56.768
del 401	B. Prispevki delodajalcev za socialno varnost iz naslova prodaje blaga in storitev na trgu	483	6.108	9.140
del 402	C. Izdatki za blago in storitve iz naslova prodaje blaga in storitev na trgu	484	804.402	805.767
	III/1 PRESEŽEK PRIHODKOV NAD ODHODKI (401-437)	485	-193.323	-118.640
	III/2 PRESEŽEK ODHODKOV NAD PRIHODKI (437-401)	486	193.323	118.640

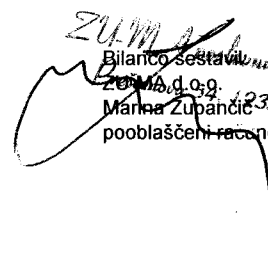
* Podatek šifra uporabnika je obvezen podatek za vse tiste, ki so navedeni v odredbi o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov (štiri mestna šifra proračunskega uporabnika + kontrolna številka).

TURIZEM LJUBLJANA
Petra Stuček
direktorica




Turizem Ljubljana

ZUM
Bilanca sestavnih storitev d.o.o.
Zemlj. št. 09
Marta Zupancic
1235 Radomlje
pooblaščenec računovodja



IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG , LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 84.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

IZKAZ RAČUNA FINANČNIH TERJATEV IN NALOŽB DOLOČENIH UPORABNIKOV

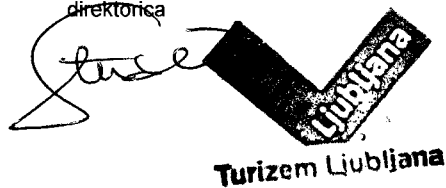
od 1. januarja do 31. decembra 2015

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV KONTOV	NAZIV KONTA	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
750	IV. PREJETA VRAČILA DANIH POSOJIL (501+502+503+504+505+506 +507+508+509+510+511)	500	0	0
7500	Prejeta vračila danih posojil od posameznikov in zasebnikov	501	0	0
7501	Prejeta vračila danih posojil od javnih skladov	502	0	0
7502	Prejeta vračila danih posojil od javnih podjetij in družb, ki so v lasti države ali občin	503	0	0
7503	Prejeta vračila danih posojil od finančnih institucij	504	0	0
7504	Prejeta vračila danih posojil od privatnih podjetij	505	0	0
7505	Prejeta vračila danih posojil od občin	506	0	0
7506	Prejeta vračila danih posojil-iz tujine	507	0	0
7507	Prejeta vračila danih posojil-državnemu proračunu	508	0	0
7508	Prejeta vračila danih posojil od javnih agencij	509	0	0
7509	Prejeta vračila plačanih poroštev	510	0	0
751	Prodaja kapitalskih deležev	511	0	0
440	V. DANA POSOJILA (513+514+515+516 +517+518+519+520+521+522+523)	512	0	0
4400	Dana posojila posameznikom in zasebnikom	513	0	0
4401	Dana posojila javnim skladom	514	0	0
4402	Dana posojila javnim podjetjem in družbam, ki so v lasti države ali občin	515	0	0
4403	Dana posojila finančnim institucijam	516	0	0
4404	Dana posojila privatnim podjetjem	517	0	0
4405	Dana posojila občinam	518	0	0
4406	Dana posojila v tujino	519	0	0
4407	Dana posojila državnemu proračunu	520	0	0
4408	Dana posojila javnim agencijam	521	0	0
4409	Plačila zapadlih poroštev	522	0	0
441	Povečanje kapitalskih deležev in naložb	523	0	0
	VI/1 PREJETA MINUS DANA POSOJILA (500-512)	524	0	0
	VII/2 DANA MINUS PREJETA POSOJILA (512-500)	525	0	0

* Podatek šifra uporabnika je obvezen podatek za vse tiste, ki so navedeni v odredbi o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov (štiri mestna šifra proračunskega uporabnika + kontrolna številka).

TURIZEM LJUBLJANA

Petra Stušek
direktorica

Bilanco sestavil:

ZU-MA d.o.o.

Marina Zupancič

posrednica računovodja

P. Radonja d.o.o.

1235 Radonja

ZU-MA
P. Radonja

IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG , LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 84.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

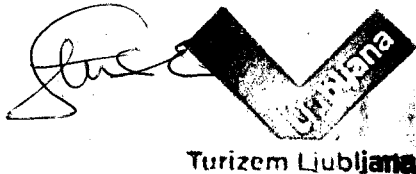
IZKAZ RAČUNA FINANCIRANJA DOLOČENIH UPORABNIKOV

od 01. 01. do 31.12.2015

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV KONTOV	NAZIV KONTA	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
50	VII. ZADOLŽEVANJE (551+559)	550	0	0
500	Domače zadolževanje (552+553+554+555+556+557+558)	551	0	0
5001	Najeti krediti pri poslovnih bankah	552	0	0
5002	Najeti krediti pri drugih finančnih institucijah	553	0	0
del 5003	Najeti krediti pri državnem proračunu	554	0	0
del 5003	Najeti krediti pri proračunih lokalnih skupnosti	555	0	0
del 5003	Najeti krediti pri skladih socialnega zavarovanja	556	0	0
del 5003	Najeti krediti pri drugih javnih skladih	557	0	0
del 5003	Najeti krediti pri drugih domačih kreditodajalcih	558	0	0
501	Zadolževanje v tujini	559	0	0
55	VIII. ODPLAČILA DOLGA (561+569)	560	0	0
550	Odplačila domačega dolga (562+563+564+565+566+567+568)	561	0	0
5501	Odplačila kreditov poslovnim bankam	562	0	0
5502	Odplačila kreditov drugim finančnim institucijam	563	0	0
del 5503	Odplačila kreditov državnemu proračunu	564	0	0
del 5503	Odplačila kreditov proračunom lokalnih skupnosti	565	0	0
del 5503	Odplačila kreditov skladom socialnega zavarovanja	566	0	0
del 5503	Odplačila kreditov drugim javnim skladom	567	0	0
del 5503	Odplačila kreditov drugim domačim kreditodajalcem	568	0	0
551	Odplačila dolga v tujino	569	0	0
	IX/1 NETO ZADOLŽEVANJE (550-560)	570	0	0
	IX/2 NETO ODPLAČILO DOLGA (560-550)	571	0	0
	X/1 POVEČANJE SREDSTEV NA RAČUNIH (485+524+570)-(486+525+571)	572	0	0
	X/2 ZMANJŠANJE SREDSTEV NA RAČUNIH (486+525+571)-(485+524+570)	573	193.323	118.640

TURIZEM LJUBLJANA
Petra Stušek
direktorica



Bilanco sestavil:

ZU-MA d.o.o.

Marina Župancič

poslovašeni računovodja

poslovne storitve d.o.o.

Ravnarova 54, 1235 Radomlje

IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG 10, LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 75.130

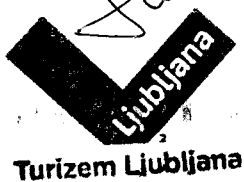
MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

PRIHODKI IN ODHODKI DOLOČENIH UPORABNIKOV PO VRSTAH DEJAVNOSTI

od 01. 01. do 31.12.2015

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV PODSKUPI N KOTOV	NAZIV PODSKUPINE KOTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Prihodki in odhodki za izvajanje javne službe	Prihodki in odhodki od prodaje blaga in storitev na trgu
	A) PRIHODKI OD POSLOVANJA (661+662-663+664)	660	3.067.841	856.732
760	PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	661	3.067.841	710.381
	POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZV	662		
	ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZV	663		
761	PRIHODKI OD PRODAJE MATERIALA IN BLAGA	664		146.351
762	B) FINANČNI PRIHODKI	665	121	0
763	C) DRUGI PRIHODKI	666	1.540	48
	Č) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI (668+669)	667	233	4.423
del 764	PRIHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	668		
del 764	DRUGI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI	669	233	4.423
	D) CELOTNI PRIHODKI (660+665+666+667)	670	3.069.735	861.203
	E) STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV (672+673+674)	671	2.135.179	802.220
del 466	NABAVNA VREDNOST PRODANEGA MATERIALA IN BLAGA	672	1.644	104.107
460	STROŠKI MATERIALA	673	25.640	6.064
461	STROŠKI STORITEV	674	2.107.895	692.049
	F) STROŠKI DELA (676+677+678)	675	723.761	42.613
del 464	PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	676	575.130	34.397
del 464	PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCEV	677	96.241	5.540
del 464	DRUGI STROŠKI DELA	678	52.390	2.676
462	G) AMORTIZACIJA	679	197.013	1.439
463	H) DOLGOROČNE REZERVACIJE	680	0	0
del 465	J) OSTALI DRUGI STROŠKI	681	8.624	1.218
467	K) FINANČNI ODHODKI	682	62	
468	L) DRUGI ODHODKI	683	0	452
	M) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI ODHODKI (686+687)	684	190	1.226
del 469	ODHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	685	0	0
del 469	OSTALI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI ODHODKI	686	190	1.226
	N) CELOTNI ODHODKI (671+675+679+680+681+682+683+684+685)	687	3.064.829	849.168
	O) PRESEŽEK PRIHODKOV (670-688)	688	4.906	12.035
	P) PRESEŽEK ODHODKOV (688-670)	689		
del 465	I) DAVEK OD DOBIČKA	690	270	809
	P) PRESEŽEK PRIHODKOV OBRAČ-OBDOBJA(888-890)	691	4.636	11.226
	Presežek prihodkov iz prejšnjih let, namenjen pokritju odhodkov obračunskega obdobja	692	0	0

TURIZEM LJUBLJANA
Petra Stuček
direktorica

Bilanco sestavil:

ZU-M d.o.o.
direktor
Marnja uravnališča
pooblaščen računovodja o.o.
Prešernova 54, 1235 Radomlje