

Naslovnica domače strani akcije "Dolg vikend so kratke počitnice" na Internetu - www.dobrodosli-doma.net

N A P O V E D N I K :	
• Anketa med ponudniki Turistični ponudniki so pripravljene sodelovati v akciji.....	2.stran
• Cilji akcije Kratkoročni cilji akcije - Dolgoročni cilji akcije - Časovni potek akcije.....	3. stran
• Elementi oglasnih sporočil - Logotip - Oglasi.....	4. stran
• PR aktivnosti - Konzorcij Triglav	5. stran
• Vabimo vas k sodelovanju TV in Internet	6.stran
• Vabimo vas k sodelovanju Vikend razglednice, Priročnik za uporabo logotipa.....	7.stran
• Zadnja stran: Oglaševanje ponudnikov- Prijavnica - Foto natečaj	8.stran



Naročnik akcije - Center za promocijo turizma Slovenije - je slovensko turistično ponudbo najprej preveril "v živo"! (Foto: B. Kranjc)

Komentar

Dolg vikend so kratke počitnice

Že nekajkrat smo vam v drobcih predstavljali letošnjo akcijo za spodbujanje domačih gostov k preživljanju kratkih počitnic v domači deželi Dolg vikend so kratke počitnice. Upamo, da vam je počasi že domača, sploh pa, da vam bo njen slogan "Dobrodošli. Doma." kmalu "prišel v uho".

Kljub dobro obiskanim predstavitev akcije, ki smo jih v začetku aprila pripravili v Portorožu, v Dobrni, na Bledu in v Ljubljani, smo prepričani, da informacij ni nikoli dovolj. V letošnji akciji smo pripravili dovolj priložnosti za promocijo vaših vikend paketov, da želimo o njih obvestiti resnično vse slovenske ponudnike turističnih storitev - tudi tiste, ki niso utegnili priti na predstavitev.

Namen letošnje akcije Dolg vikend so kratke počitnice je uveljaviti preživljanje kratkih počitnic v Sloveniji kot običajno obliko kakovostnega preživljanja prostega časa in dopolnitev h klasičnemu daljšemu letnem dopustu, na katerega Slovenci že tradicionalno in celo vse pogosteje odhajamo v tujino. Priložnost za predstavitev ponuja prav manj znanim turističnim krajem Slovenije, ki se zaradi svoje majhnosti in omejenih sredstev, namenjenih promociji, težko uveljavljajo v konkurenci velikih in znanih turističnih ciljev.

Ob oglaševanju, s katerim želimo pritegniti pozornost slovenske javnosti, bo namreč veliko aktivnosti v okviru letošnje akcije namenjene oblikovanju stalnih načinov informiranja domačih gostov o tem, kje v Sloveniji je mogoče preživeti aktiven ali sproščujoč konec tedna.

V Sloveniji je uveljavljena oblika raziskovanja dežele predvsem izletništvo. S to akcijo pa nameravamo poleg domačih gostov, ki jih želimo pritegniti k večdnevemu počitnikovanju v Sloveniji, obenem spodbuditi turistične ponudnike, k razvijanju takšnih programov, s katerimi bodo pritegnili gosta, da bo želel ostati dlje, prenočiti in se po nekaj razgibanih ali mirnih dneh sproščen vrniti domov.

Že od 9. aprila deluje na Internet domeni www.dobrodosli-doma.net predstavitev vikend paketov slovenskih turističnih ponudnikov ter dogodkov ob koncu tedna, ki si jih velja ogledati. Vsako sredo ob 21. uri je na prvem programu nacionalne televizije petminutna oddaja s predstavljivo priložnostjo za preživljanje konca tedna. Do konca aprila bodo v turističnih agencijah, označenih z nalepko "Prijatelj akcije Dobrodošli.Doma." na voljo škatlice z t.i. Vikend razglednicami, na katerih bodo predstavljene ponudbe vikend paketov v Sloveniji. V sodelovanju s slovenskimi mediji želimo spodbujati zanimanje za preživljanje kratkih počitnic v manj znanih turističnih krajih, jeseni pa nameravamo na osnovnih šolah Slovenije izvesti nagradni natečaj v pisanju spisov na temo Moj najlepši izlet po Sloveniji.

Upamo, da bo "Dolg vikend so kratke počitnice" nova priložnost za povezovanje in sodelovanje turističnega gospodarstva. Začetki zbuja optimizem: raziskava, ki smo jo opravili med naključno izbranimi slovenskimi turističnimi ponudniki kaže, da so, z redkimi izjemami, pravzaprav vsi anketirani pripravljeno aktivno sodelovati v akciji, kar tri četrtine sodelujočih v anketi pa je pripravljenih vložiti celo lastna finančna sredstva. Tudi na predstavitvah akcije ponudnikom, ki smo jih pripravili v začetku aprila, je načrtovana akcija požela veliko pohval, zbrali smo vrsto dobrih predlogov in, kar nas še posebej veseli, opazili resnično pripravljenost ponudnikov turističnih storitev, da oblikujejo nove programe, osvežijo obstoječe ter da se pri tem povežejo tudi z drugimi ponudniki.

Franci Križan

ANKETA MED PONUDNIKI

Turistični ponudniki so pripravljene sodelovati v akciji

Konzorcij Triglav je v začetku letošnjega leta izvedel anketo med ponudniki turističnih storitev v Sloveniji. Z njo so želeli ugotoviti trenutno stanje na področju kratkih počitnic v Sloveniji, preveriti interes ponudnikov kratkih počitnic za sodelovanje v akciji Dolg vikend so kratke počitnice ter oblikovati seznam ponudnikov kratkih počitnic.

Poslanih je bilo 832 anket, vrnjenih pa 168 odgovorov. Med njimi je bilo 89 anketiranih, ki ponujajo predvsem nameštitev, 58 pa se jih ukvarja pretežno s potovalnimi dejavnostmi.

► ČAS GLAVNE SEZONE

Večina ponudnikov ima glavno sezono med majem in septembrom, skladno s tem želijo svojo ponudbo razširiti tudi na ostale mesece v letu, predvsem pa na januar, februar in marec.

► OBSTOJEČA PONUDBA KRATKIH POČITNIC

90 turističnih ponudnikov, ki so odgovorili na anketo, že ponuja organizirane pakete, ki so primerni za preživljanje kratkih počitnic. 30 med njimi pa jih že ima izdelano in zanimivo ponudbo kratkih počitnic. Najpogostejši tip kratkih

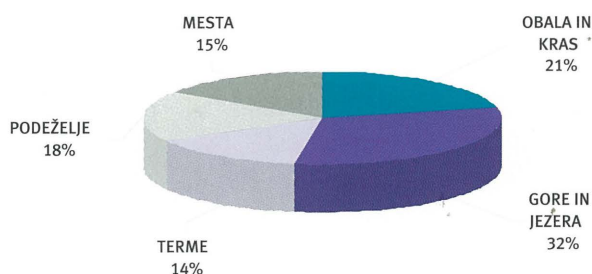
izrazili pripravljenost za poslovno sodelovanje z ostalimi ponudniki v kraju.

Obstoječe sodelovanje turističnih ponudnikov v svojem kraju je trideset odstotkov ocenilo kot zelo dobro ali dobro. Žal pa je enak delež povedal, da je sodelovanje slabo ali zelo slabo.

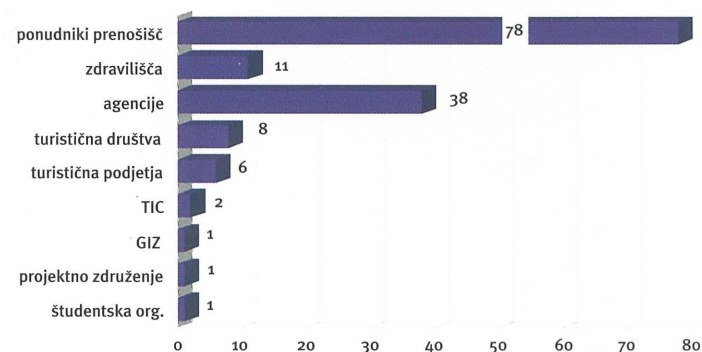
► VISOKA STOPNJA PRIPRAVLJENOSTI ZA SODELOVANJE V AKCIJI DOBRODOŠLI.DOMA.

Vsi ponudniki, ki so sodelovali v anketi, so pripravljene sodelovati v akciji. Kar tri četrtine vseh, ki so

Ponudba kratkih počitnic po turističnih območjih



Razvrstitev ponudnikov glede na dejavnost



počitnic, ki jih ponujajo, so aktivne in športne, počitnice v zdraviliščih ter družinske počitnice. Ponudniki kratkih počitnic so razporejeni po vseh petih turističnih območjih v Sloveniji. Pričakujemo pa tudi, da se bodoponudniki odzvali na akcijo in pripravili še nove ponudbe kratkih počitnic.

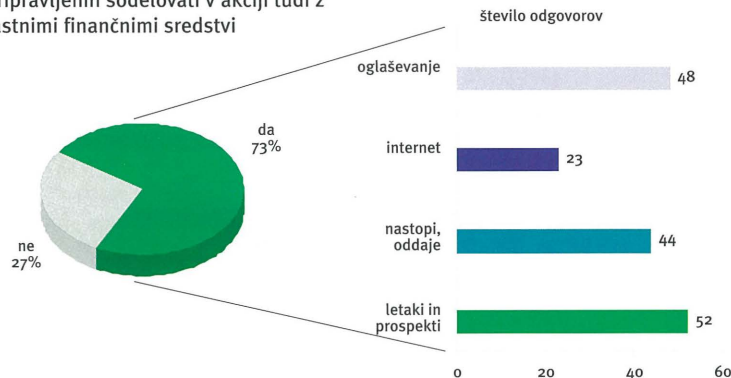
► SODELOVANJE TURISTIČNIH PONUDNIKOV V SVOJEM KRAJU

Posebej nas je razveselilo, da so razen enega anketiranega, vsi

odgovorili, je bilo pripravljeno v akciji sodelovati tudi z lastnim finančnim vložkom.

Turistični ponudniki so pripravljene sodelovati pri produkciji letakov, v oddajah, na Internetu in pri oglaševanju. Na osnovi tako ugodnih odgovorov je Konzorcij Triglav v svojem izvedbenem načrtu zastavil vrsto informacijskih aktivnosti, ki jih bodo delno sofinancirali ponudniki, kakršnih le na osnovi dodeljenih razpisnih sredstev ne bi mogli izvesti ali pa v le omejenem obsegu.

73 odstotkov sodelujočih v anketi je pripravljenih sodelovati v akciji tudi z lastnimi finančnimi sredstvi



► KAJ SO TOREJ ZAKLJUČKI IZVEDENE ANKETE?

Predvsem je oskrbela CPTS in Konzorcij Triglav z dovolj trdnimi informacijami, na katere so lahko oprli izvedbeni načrt akcije Dolg vikend so kratke počitnice. CPTS je pridobil vpogled v ponudbo kratkih počitnic v Sloveniji ter uredil seznam naslovov ponudnikov - temelj za, upamo, rastočo bazo. Sodelujoči v anketi pa bodo o-benem lahko prvi, ki jim bo Center ponudil tudi konkretno sodelovanje pri raznih aktivnostih.

CILJI AKCIJE

Kratkoročni cilji akcije

Dolg vikend so kratke počitnice:

- uvesti koncept kratkih počitnic oziroma podaljšanih vikendov kot dopolnitev klasičnemu dopustu,
- predstaviti slovenskemu turistu možnosti za preživljanje nenačrtovanih turističnih priložnosti v Sloveniji,
- predstaviti domačim gostom turistične kraje v Sloveniji, ki jih še ne poznajo, in jih spodbuditi k odkrivanju svoje dežele,
- sveža pozornost domači javnosti,
- zadržati stopnjo domačega turizma na ravni iz leta 1997.

Dolgoročni cilji akcije

Dolg vikend so kratke počitnice

Dolgoročnih ciljev akcije ni mogoče doseči le z izvedbo predvidenih aktivnosti v okviru akcije Dolg vikend so kratke počitnice, temveč s sistematičnim delom tako letos kot v prihodnjih letih:

- ponovno pozicioniranje slovenskega turizma,
- vzpodbuditi turistično gospodarstvo k oblikovanju atraktivne in kompleksne turistične ponudbe kratkih počitnic,
- dvig konkurenčnosti in preferenc v primerjavi s tujimi turističnimi cilji,
- povečati pomen in ugled turizma kot donosne gospodarske veje in okrepiti sodelovanje s turističnim gospodarstvom, zlasti z manjšimi ponudniki turističnih storitev.

Ob uresničitvi zastavljenih ciljev akcije si CPTS obeta več koristi za slovensko turistično gospodarstvo:

- zapolnitev turističnih kapacitet posebej v manj znanih turističnih destinacijah;
- podaljšanje glavne sezone v pomlad in v jesen ter
- oblikovanje in pritegnitev nove oblike potrošnikov, to je porabnike kratkih počitnic.

ČASOVNI POTEK AKCIJE

		jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	avg	sep	okt	nov	dec
1.	mediji				7								
2.	splošna javnost				9								
3.	turistični delavci				30.3. do 2.4.								
4.	splošna javnost									broš.			
5.	ponudniki, splošna j.												
6.	splošna j, politična j.												
7.	strokovna javnost												
8.	splošna javnost												
9.	splošna javnosti												
10.	splošna javnost												
11.	mladi, spl.javnost												
12.	splošna javnost												
13.	splošna javnost												
14.	mediji												
15.	različne javnosti												
16.	mediji												
17.	mediji												

Logotip akcije: "Dobrodošli. Doma."

Logotip akcije "Dobrodošli. Doma." je usmerjen k domači ciljni javnosti in vabi Slovence k preživljanju počitnic v domovini. Logo združuje glavni slogan akcije in osnovni prepoznavni element slovenske turistične ponudbe v enopomensko celoto. Osnovna barva je živo zelena, ki ponazarja svežino in naravnost k naravi.

Logo bomo aplicirali na vsa komunikacijska sredstva, uporabljajo pa ga lahko tudi turistična podjetja oziroma ponudniki vikend programov. Zanimirani lahko prejmejo logotip v elektronski obliki na CPTS, pri Mariji Rožman, tel. 061-189-18-40. Logotip je treba uporabljati v skladu s pravilnikom, ki ga objavljamo tudi na predzadnji strani te izdaje časopisa TURIZEM.

Fotografije

Pri fotografijah je poudarek na aktivnostih, ki so vezane na ciljno skupino in način preživljanja kratkih počitnic. Ker akcija uvaja pojem kratkih počitnic, je pomembno, da fotografija sporoča, kako aktivno preživeti (podaljšan) konec tedna. Manjši poudarek ima lokacija, saj namen spletnih oglasov ni promoviranje posameznih krajev, ampak aktivnosti v navezavi z zaokroženimi turističnimi območji (včasih smo jim rekli "clustri"). Ker želimo, da so oglasi čimbolj resnični in prepričljivi, so tudi fotografije takšne. Izogibamo se vsakršnemu pretiravanju, saj je naš namen, da se ciljna skupina prepozna v oglasih.

Pri projektu uvajanja kratkih počitnic sodelujemo z vrhunskimi domačimi fotografi, kot so Aleš Fevžer, Janez Pukšič, Arne Hodalič in drugi.

Oglasi

Oglaševanje bo potekalo v dveh fazah.

Prvo fazo predstavljata uvajalna oglasa, drugo fazo pet spletnih oglasov.

Uvajalna oglasa

Namen uvajalnih oglasov je vzbuditi zanimanje za akcijo in uvesti pojem kratkih počitnic. Z njima uvedemo nosilne komunikacijske elemente: logotip akcije "Dobrodošli. Doma.", rokopis kot osebni pristop, s katerim okarakteriziramo različne ciljne skupine in slogan "Dolg vikend so kratke počitnice.". Izgled oglasa je razglednica, ki je primerna zaradi svoje simbolne narave: večina Slovencev pošilja s počitnic prijateljem, znancem in sorodnikom razglednice.

Spletni oglasi

S spletnimi oglasi predstavljamo različne tipe kratkih počitnic v različnih zaokroženih turističnih območjih Slovenije za različne ciljne skupine. *Headline* je rokopis, ki pomeni osebni, topel pristop. Prvi del besedil spletnih oglasov je pisan v prvi osebi ednine in na duhovit način opisuje vtise s počitnic. Drugi del je splošen in je namenjen splošni predstavitvi pojma kratkih počitnic.

Obvezen element oglasov je slogan "Dolg vikend so kratke počitnice.", logotip "Dobrodošli. Doma." in naslov spletne strani, kjer lahko zainteresirani izvejo več o akciji in ponudbi kratkih počitnic v Sloveniji.

Vizualne konstante oglasov so žive barve iz obstoječih komunikacij (rumena, rdeča, zelena, modra), rožice kot povezovalni element, tipografija meta in logotip akcije. Velik poudarek dajemo osebnim notim, ki jo predstavlja rokopis.

Spletni oglas

Smeh je pol zdravja. Druga polovica je vikend v toplinah.



"Če skrbi ne bo stopila zdravilna termalna voda, jih bodo pregnali umirjeni sprehoji, ali katera druga od mnogih aktivnosti, ki jih ponujajo slovenska zdravilišča. Ne pozabi vzeti teniskega loparja, plesnih čevljev in dobre volje. Časi, ko se je v zdraviliških dalgo samo plavati v bazenu s termalno vodo so že davno minili."

Nehajte izgubljati čas z odštevanjem dnevo in tednov do letnega dopusta. Nabirajte si novih moči sproti, vsak teden. Saj veste. **Dolg vikend so kratke počitnice.**

dobrodošli Doma

CENTER ZA PROMOCIJO TURIZMA SLOVENIJE
Informacije o ponudbi kratkih počitnic: www.dobrodošli-doma.net



Logotip

Center za promocijo turizma Slovenije • Informacije o ponudbi kratkih počitnic: www.dobrodošli-doma.net

dobrodošli Doma

NE ZAKAJTE POLETJA, SAJ VESTE, DA JE ŽIVLJENJE PREKRATKO ZA DOLGEAS! Pojdite na počitnice vsak vikend! Lep pozdrav, Maja Janez

DOLG VIKEND SO KRATKE POČITNICE

družina Vesel
Slovenska cesta 98
1234 Mengeš

Foto: posnetki vsehga našljajnega kroga za kratke počitnice

Uvajalna oglasa

Center za promocijo turizma Slovenije • Informacije o ponudbi kratkih počitnic: www.dobrodošli-doma.net

dobrodošli Doma

Niško ostali doma. Bilo je čudovito, dolg vikend so r nekui kratke počitnice. Prihodnjič gremo skupaj! Pozdrav, Matjaž Torica Gregor

DOLG VIKEND SO KRATKE POČITNICE

Maja in Janez Novak
Kratka ulica 8
2250 Ptuj

Foto: posnetki vsehga našljajnega kroga za kratke počitnice

Spletni oglas

Kdaj vemo, kako nastane pulover. Naslednjic bomo delali skuto.



"Do zdaj smo mislili, da delajo volno v tovarni, zdaj pa vemo, da jo dajejo ovce. Niso nam všeč samo ovce, tukaj je vse super! Ni veliko avtomobilov in divjih voznikov, zato se lahko igramo kjerkoli se hočemo, najlepše pa je zvečer, ko zaspijo v otročjem senu."

Melka Slav

Nehajte izgubljati čas z odštevanjem dnevo in tednov do letnega dopusta. Nabirajte si novih moči sproti, vsak teden. Saj veste. **Dolg vikend so kratke počitnice.**

dobrodošli Doma

CENTER ZA PROMOCIJO TURIZMA SLOVENIJE
Informacije o ponudbi kratkih počitnic: www.dobrodošli-doma.net

IZVAJALCI LETOŠNJE AKCIJE - KONZORCIJ TRIGLAV ☺☺☺

Izvajalec akcije Dolg vikend so kratke počitnice, s katero želi CPTS spodbuditi prebivalce Slovenije k preživljanju kratkih počitnic v domači deželi, je Konzorcij Triglav, v katerem je ob marketinških agencijah **Mayer & company** in **Imago** iz Ljubljane še mariborska agencija za odnose z javnostmi, raziskave in marketing **PR plus RM**. Izbrani konzorcij je na lanskoletnem razpisu v konkurenci šestnajstih ponudnikov predstavil najprimernejši program akcije.

Kratka predstavitev agencij:

Imago

"Akcija vsebuje celovit komunikacijski splet. S klasičnim oglaševanjem v tiskanih medijih želimo uvesti pojem kratkih počitnic. Vzporedno z medijskim oglaševanjem pa bomo na Internetu, na televiziji, radiu, v posebnih časopisnih rubrikah, na turistično informacijskih točkah uvedli možnost za konkretno predstavitev kratkih počitnic. Vse aktivnosti pa učinkovito podpira še skrbno izdelan program stikov z javnostmi," komentira akcijo Borut Sočan, direktor agencije Imago.

Poslanstvo marketinške agencije imago je zagotavljanje strokovnih in kreativnih rešitev s področja promocije in oglaševanja, ki bodo najbolj učinkovito prispevale k doseganju komunikacijskih ciljev naročnikov kjerkoli v svetu. Njihovi doslej najpomembnejši naročniki so Center za promocijo turizma Slovenije, Center Brdo, Fersped, Gospodarska zbornica Slovenije, Henkel Zlatorog, Lisca, Ljubljanske mlekarne, Luka Koper, Mlekopromet Ljutomer, Postojnska jama, Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč, SKB Nepremičnine & Leasing, Urad vlade RS za informiranje ...

tel.: 061 1263 515; fax: 061 126 34 20, e-mail: imago.imago.si

Mayer & company

"Združevanje agencij v konzorcij ponuja številne možnosti, ki jih vsaka agencija zase ne bi mogla ponuditi," razlaga Marko Majer, direktor agencije Mayer & company. "Več glav več ve, trije kreativni timi obenem pa so gotovo idejni potencial, ki ga je težko potolči. Prav tako si lahko v tej resnično obsežni in zahtevni akciji razdelimo izvajanje aktivnosti in tako kakovostno opravimo naloge, ki bi jih ena sama agencija le s težavo izvedla."

Oglaševalska agencija Mayer&company deluje od leta 1991 in sodi med večje v Sloveniji. Skupaj s partnersko mrežo Ammirati Puris Lintas in specializirano medijsko verigo Initiative Media nudi svojim domačim in mednarodnim naročnikom celoten splet komunikacijskih storitev, od razvoja marketinških strategij, kreativne zasnove in izvedbe oglasnih sporočil v vseh medijih, promocijskih aktivnosti do načrtovanja in zakupovanja medijskega prostora ter merjenja učinkovitosti komunikacijskih aktivnosti. Dosedanji najpomembnejši klienti: American Express, Atrij, Bank Austria, BMW, Castrol Slovenija in Castrol Croatia, Chrysler in Jeep, Dragulji Malalan, Fotona, Johnson & Johnson, Karantanija film - UIP, Motorola, Pago, Rover in Land Rover, Shell, Tipro, Unilever...

tel.: 061 1234 457, 274 232; fax: 061 123 123 0

PRplusRM

"Z velikim veseljem smo v naši agenciji pripravljali akcijo, ki Slovenijo in njene lepote promovira Slovincem," pravi Sabina Hobacher, direktorica agencije za odnose z javnostmi, raziskave in marketing PRplusRM. "Nenazadnje si Slovenija zasluži dobro promocijsko akcijo in dobre goste."

Agencija PRplusRM posluje od leta 1994, ko sta z delom pričela dva kreativna tima - svetovalci za odnose z javnostmi in izvajalci raziskav. Agencija po velikosti sodi v vrh tovrstnih agencij v Sloveniji, o kakovosti pa pričajo tudi naročniki - nekateri so z njimi že od ustanovitve. Dosedanji najpomembnejši klienti so Nova KBM, Urad vlade za informiranje z akcijo vključevanja Slovenije v Evropsko unijo Dobrodošli v Evropi, Droga Portorož, Ljubljanska borza, Klirinško depotna družba, Združenje družb za upravljanje...

tel.: 062 223 820; fax: 062 223 783

VRSTA AKTIVNOSTI, KI VABI K POČITNIKOVANJU

Program komunikacijskih aktivnosti akcije Dolg vikend so kratke počitnice bo vključeval vrsto tako oglaševalskih orodij kot orodij odnosov z javnostmi.

Poleg klasičnega oglaševanja akcije bodo v tiskanih medijih tudi t.i. PR oglasi, torej oglasi manjšega formata, oblikovani kot uredniški okvirčki, v katerih bodo znani Slovenci povedali, kje in kako nameravajo preživeti konec tedna.

- Direktna pošta bo uporabljena ne kot osnovna oblika animiranja prebivalstva, temveč po potrebi dopolnitev oglaševanja pri ozkih ciljnih skupinah.

- Novinarske konference so predvidene na vseslovenskem in na lokalnih nivojih. Prva novinarska konferenca z uradno predstavitev akcije je bila 7. aprila na gradu Bistra pri Vrhniki.

- Sporočila za medije bomo uporabljali kot spremljevalno orodje vsem pomembnejšim dogodkom v okviru akcije z namenom povečanja interesa medijev in s tem splošne javnosti za domače turistične teme.

- Spodbujanje avtorskih člankov tako strokovnjakov s področja turizma, ki bi objavljali v strokovnih medijih, kot znanih Slovencev, ki bi predstavili, zakaj bi nas povabili v svoj domači kraj.

- Moj vikend itinerar bo akcija, ki jo načrtujemo v sodelovanju z enim velikim slovenskim medijem. Znan Slovence bomo prosili, da nam zaupajo svoj najljubši program kratkih počitnic, bralci/poslušalci pa bodo lahko izbrali, kateri bi jim najbolj ustrezal.

- Slovenski kraj, ki zasluži našo turistično pozornost, bo akcija, ki jo prav tako želimo speljati v sodelovanju s slovenskimi mediji v obliki kontaktne oddaje, na kateri se bodo zbirali predlo-

gi poslušalcev za slovenski kraj, ki ga po krivici premalo poznamo ali cenimo.

- Natečaj za osnovne šole v pisanju spisov na temo "Moj najlepši izlet po Sloveniji" - z njim želimo spodbuditi mlade k razmišljanju o tem, kako lepo je aktivno preživeti konec tedna.

- Raziskave javnega mnenja o dopustniških namerah in o poznavanju in odmevnosti akcije bodo izvajane v rednih časovnih intervalih in bodo izvajalce akcije oskrbele z informacijami o učinkovitosti akcije in smernicami za nadaljnje delo. Sondaže bodo izvedene predvidoma aprila, junija in oktobra.

- Televizijski napovednik je petminutna informativna oddaja, ki bo potekala vsako sredo ob 21. uri na prvem programu nacionalne televizije. V njej bodo informacije za domače goste o tem, kje je mogoče prijetno preživeti konec tedna.

- Domača stran na internetu, www.dobrodosli-doma.net bo stran, na kateri bodo lahko predstavili svoje pakete in dogodke ponudniki kratkih počitnic. Na njih bo mogoče objaviti osnovno informacijo v dolžini tridesetih besed in nastaviti povezavo na lastno predstavitevno stran ponudnika.

- Vikend razglednice bodo onudniki kratkih počitnic lahko pripravili za predstavitev svojih paketov. Razglednice bodo v ličnih škatlicah na voljo v turističnih agencijah in na informacijskih točkah, označenih z nalepko "Prijatelj akcije Dobrodošli.Doma.", pa tudi ponudnik bo prejel del naklade, ki jo bo lahko uporabljal bodisi za predstavitev svoje ponudbe bodisi gost kot razglednico, na kateri se bo oglasil sorodnikom in prijateljem z dopusta.

VABIMO VAS K SODELOVANJU!

V okviru letošnje akcije za spodbujanje domačih gostov k preživljanju kratkih počitnic v domači deželi so pripravljena tudi orodja, s pomočjo katerih bodo lahko ponudniki kratkih počitnic promovirali svojo ponudbo. To so televizijski napovednik, domača stran akcije na Internetu in Vikend razglednice.

PREDSTAVITEV PONUDBE NA INTERNETU

Na naslovu www.dobrodosli-doma.net je že mogoče najti uradno domačo stran letošnje akcije, na kateri ponudniki predstavljajo svoje pakete kratkih počitnic, prostora pa je dovolj tudi za napovednik prireditve ob koncu tedna za tekoči mesec. Ponudba je razdeljena po t.i. turističnih območjih (clustrih). Svojo ponudbo kratkih počitnic lahko predstavijo tudi turistične agencije. (slika 1)

→ Vaša priložnost za sodelovanje

- Ponudniki kratkih počitnic, ki imate v svoji ponudbi vikend pakete, če je le mogoče obogetene z dodatno ponudbo (sprehodi, kulturne ali zgodovinske znamenitosti, možnosti športnega udejstvovanja, in podobno),
- ponudniki večdnevnih paketov aktivnosti,
- prireditelji dogodkov ob koncu tedna ter
- vsi, ki nam lahko posredujete informacije o kakovostnih možnostih preživljanja koncev tedna (slika 2).

Svoje predloge nam sporočite:

- CPTS - Iztok Altbauer, tel. 061 1891 840,
e-mail: dobrodosli-doma@cpts.tradepoint.si.
- IMAGO - Alenka Loboda, tel. 061 1263 515;
fax 061 126 34 20,
e-mail: kratke.domace@dobrodosli-doma.net

Brezplačno bomo postavili na domačo stran osnovno informacijo o ponudbi in ponudniku dolžine **do 30 besed**, ki bo zajemala tudi povezavo na domačo stran ponudnika, ki bo to želel.

Na primer: "Hotel Hvala, Kobarid
Prepustite se nepozabnim izkušnjam v ritmu divje lepote reke Soče - tisoč in ena možnost za sprostitve.

Vikend programi za aktivno preživljanje prostega časa s kulinaricnim priokusom Restavracije topli val.

Vikend paketi že od 5.960 SIT/dan na osebo. Doživite skupaj z nami divjo lepoto. Informacije in rezervacije na tel.: 065 85 311 ali 065 85 071."

Ponudniki, ki bi želeli širšo predstavitev, pa nimajo svoje domače strani, lahko naročijo oblikovanje predstavitvene strani na eni ali več ekranskih slikah. Takšna predstavitev bo zajemala fotografijo ter opis ponudbe. Kdor jo bo želel, bo kril le materialne stroške postavitve, 20.000 tolarjev. (slika 3)

TELEVIZIJSKA ODDAJA DOBRODOŠLI.DOMA.

Od **22. aprila bo vsako sredo ob 21. uri** na prvem programu nacionalne televizije petminutna oddaja z naslovom "Dobrodošli.Doma.". Voditeljica Ivana Šundov bo v njej predstavljala najbolj zanimive predloge za preživljanje podaljšanega vikenda v Sloveniji, objavljeni pa bodo tudi zanimivi turistični dogodki in prireditve. Oddaja bo posneta vsak teden v drugem kraju in predstavljala bo tako ponudbo kraja gostitelja kot ponudbo prihajajočega konca tedna v slovenskih krajih.



Ivana Šundov (Foto: D. Dubokovič)

V oddaji pa ne bodo predstavljeni turistični ponudniki.

→ Vaša priložnost za sodelovanje

- Vsi turistični ponudniki, ki imate zanimive vikend pakete,
- organizatorji zanimivih dogodkov in prireditve ter
- vsi, ki nam lahko posredujete informacijo o tem, kje se kaj zanimivega dogaja prosimo, posredujete nam informacije o tem!

• Sporočite nam, če želite postati gostitelj oddaje!

Med zbranimi informacijami bomo za vsako oddajo izbrali kraj gostitelja in najbolj zanimive ponudbe za preživljanje konca tedna.

Informacije o ponudbi bodo v oddaji objavljane brezplačno, kraj gostitelj pa bo prispeval del vsote za kritje osnovnih stroškov snemanja, vendar ne več od 100.000 tolarjev.

Če želite postati gostitelj oddaje, nam to prosimo sporočite čimprej.

Informacije o dogodkih ob koncu tedna sporočite Klari Kovač, tel. 061/1891 850, e-mail: dobrodosli.doma@cpts.tradepoint.si, in sicer najkasneje v ponedeljek dopoldne za dogodke ob koncu istega tedna. Več informacij o oddaji vam lahko ponudi Rok Klančnik, tel.061/1891840, e-mail:rok.klancnik@cpts.tradepoint.si.



Internet: stran, kjer izbiramo območje v katerem želimo počitnikovati. Na voljo je tudi pregled prireditve in ponudba kratkih počitnic, ki jo ponujajo turistične agencije (slika 1).



Internet: primer strani z brezplačno objavo ponudbe kratkih počitnic - do 30 besed - Hotel Ribno na Bledu (slika 3).



Internet: primer strani s predstavitvenim besedilom, fotografijo ponudnika in spletom kratkih počitnic, objavljene bodo tudi ostale informacije - tel., fax, e-mail,.... (slika 3).



Vikend razglednica: primer sprednje barvne strani (slika 4).

Vikend razglednice

Vikend razglednice so oblika predstavitev paketov kratkih počitnic. Kot pove že ime, bodo imele obliko razglednic, na katerih bo prva stran slikovna predstavitev ponudbe (slika 4), na hrbtni strani bo v nekaj besedah predstavljen paket, ostalo pa bo dovolj prostora, da bo mogoče nanjo napisati sporočilo in jo poslati kot pravo razglednico (slika 5).

gramskem lakiranem papirju.

Cena ene razglednice za ponudnika, ki krije zgolj materialne stroške tiska, je 20,5 tolarjev/izvod. Torej naklada 3000 razglednic, od katerih jih 500 prejme ponudnik, 2500 pa bo na voljo v škatlicah na informacijskih točkah po vsej Sloveniji, stane ponudnika 61.500 tolarjev. V ceno ni vštete prometne davek.

Opis ponudbe ter fotografijo na diapozitivu priskrbi ponudnik paketov. Cena zajema zasnovno in oblikovanje razglednic, skeniranje in obdelavo fotografije, kontrolni izpis in tisk ter razpošiljanje razglednic na informativne točke.

Za vse informacije v zvezi z razglednicami pokličite:

• CPTS - Iztok Altbauer, tel. 061- 1891 840, e-mail: dobrodosli-doma@cpts.tradepoint.si.

• IMAGO - Alenka Loboda, tel. 061 1263 515; fax 061 126 34 20, e-mail: kratke.domace@dobrodosli-doma.net

• Mayer & company - Sebastijan Pregelj, tel. 061/1234 457, fax 061/123 1230.

Razglednice imajo dva namena: v ličnih škatlicah bodo na voljo v turističnih agencijah in na informativnih točkah, označenih z nalepko "**Prijatelj akcije Dobrodošli. Doma.**", del naklade pa bo prejel ponudnik paketa, ki jih bo lahko dal gostom kot razglednice, ki jih bodo pisali z dopusta. Ponudnik lahko ima več razglednic - na primer po eno za vsak paket ali skupino paketov (na primer aktivni oddih, počitnice za družine, za ljubitelje kulture...)

...Vaša priložnost za sodelovanje

• Ponudniki kratkih počitnic, ki imate v svoji ponudbi vikend pakete, če je le mogoče obogatene z dodatno ponudbo (sprehodi, kulturne ali zgodovinske zanimivosti, možnosti športnega udejstvovanja in podobno),...

Razglednice so tiskane v serijah po 16, kolikor je motivov na eni tiskarski poli v nakladi 3000 izvodov, formatu A6, štiri-barvnem tisku (full colour) na 300

Hotel HVALA Kobarid
posebna ponudba za mesec maj

Vikend program za aktivno preživljanje prostega časa s kulinarčnim priokusom restavracije Topli val:

2 x polpenzion, ogled Kobariškega muzeja, ogled Gradu Dobrovo, kosilo in degustacija vin v Goriških Brdih, po želji rafting na Soči ali sprehod do slapu Boka, ...

Cena _____ SIT/dan na osebo.
Informacije in rezervacije na tel. 065 85 311, ali fax 065 85 322, e-mail topli_val@siol.net.

DOLG VIKEND SO KRATKE POČITNICE

Vikend razglednica: primer hrbtni strani (slika 5) z opisom paketa kratkih počitnic, ostane pa še dovolj prostora za pripis in pozdrav prijateljem. Prostor za naslov je seveda tudi prazen.

Priročnik za uporabo logotipa "Dobrodošli.Doma."

Osnovne barve logotipa

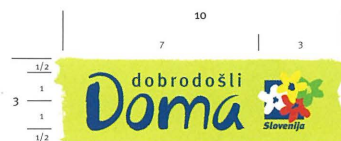


Pojavnost logotipa na barvnih podlagah

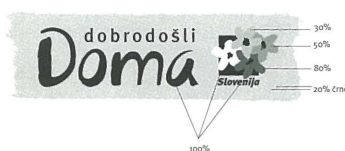


Logotip se lahko uporablja na vseh barvnih podlagah. Uporaba ni dovoljena samo na podlagi iste barve kot je zelena podlaga logotipa.

Razmerja logotipa



Osnovni logotip - črnobel



Logotip akcije "Dobrodošli. Doma." bomo uporabljali izključno v komuniciranju z domačimi ciljnim javnostmi v akcijah v zvezi s promocijo kratkih počitnic v Sloveniji. Na sliki so predstavljene barve v CMYK in Pantone sestavi, razmerja, črnobela izpeljanka in primer, kako se ne sme uporabljati logotipa.

Znak združuje ime akcije "Dobrodošli. Doma." in celostno grafično podobo turistične ponudbe Slovenije v enopomensko celoto.

Osnovna barva je živo zelena, ki ponazarja svežino, naravnost k naravi, črke so vsele, sproščene, celo razposajene. Logotip izraža domačnost, sproščenost in enostavnost in sledi likovnemu izrazu vseh komunikacijskih sredstev Centra za promocijo turizma Slovenije.

Center za promocijo turizma Slovenije opozarja, da slovenska turistična podjetja lahko uporabljajo omenjeni logotip šele po pisni odobritvi. Vse informacije na telefonu 061 189-18-40 oziroma po elektronski pošti "dobrodosli.doma@cpts.tradepoint.si". Na CPTS (Marija Rožman) lahko dobite disketo z logotipom za uporabo na Macu ali PC-ju.

barve - CMYK:

C 21
M 0
Y 91
K 0

C 100
M 80
Y 0
K 20

C 0
M 10
Y 100
K 0

C 65
M 0
Y 100
K 0

C 0
M 100
Y 100
K 0

barve - PANTONE:

PANTONE 388

PANTONE 2748

PANTONE Yellow 012

PANTONE 368

PANTONE Red 032

Natečaj za fotografijo na temo "Skoči na kratke počitnice" za uporabo na obcestnih plakatih



Gigantski oglas, ki še "čaka" na fotografijo. Ta bo izbrana na natečaju.

MOŽNOSTI OGLAŠEVANJA V AKCIJI

K oglaševanju v akciji vabimo vse tiste ponudnike kratkih počitnic, ki želijo predstaviti svojo ponudbo v tiskanih medijih. V nekaterih časopisnih hišah smo se že dogovorili za določene popuste, ponekod pa se še dogovarjamo. Več o tem v naslednji številki.



K oglaševanju v akciji želimo pritegniti tudi vse tiste oglaševalce, ki ponujajo izdelke za prosti čas in sprostitvev (časopisne hiše, izdelovalce pijač, hrane in podobno). Besedilo se bo lahko glasilo: Na kratkih počitnicah berem..., pijem..., poslušam..., uporabljam..... VABLJENI!



Na natečaj smo povabili osem fotografov, za katere vemo, da bodo odlično opravili nalogo (Janez Pukšič, Arne Hodalič, Aleš Fevžer, Janez Skok, Fulvio Grisoni, Bojan Breclj, Matjaž Kačičnik, Dejan Dubokovič).

S temo natečaja 'Skoči na kratke počitnice' želimo pri ljudeh doseči preskok v načinu razmišljanja - naj se odločijo za nekaj novega - odločijo naj se za aktiven počitek na kratkih počitnicah. Fotografija naj torej na dinamičen in duhovit način vzbudi zanimanje za kratke, aktivne počitnice.

Sporočilo fotografije:
Slovenija je zanimiva, odkrivaj jo, odloči se za kratke počitnice, zadošča samo skok.

Fotografija, ki bo izbrana, bo objavljena na obcestnem gigantskem plakatu, odkupljene fotografije pa bodo objavljene tudi v tiskanih oglasih.

Junija bo v prostorih CPTS razstava vseh prispelih fotografij.

PRIJAVNICA ZA SODELOVANJE PRI AKCIJI "DOLG VIKEND SO KRATKE POČITNICE"

Podjetje:.....

Naslov:.....

Kontaktna oseba:.....

Telefon/faks/e-mail:.....

V sklopu akcije "Dolg vikend so kratke počitnice" želimo sodelovati pri (obkrožite črko pred odgovorom):

- a) domači strani na internetu (navedba je brezplačna, oblikovanje lastne strani stane 20 tisoč SIT)
- b) vikend razglednicah (priprava za tisk, tisk in distribucija, ca. 60 tisoč SIT)
- c) televizijskem napovedniku (promocija destinacije)

Za televizijski napovednik (petminutna oddaja vsako sredo ob 21. uri) predlagamo naslednji kraj:.....

V mesecu ponujamo naslednje vikend pakete:

Opis vikend ponudbe	Termin	Cena

V mesecu prirejamo naslednje zanimive prireditve in dogodke:

Kraj in datum	Dogodek oz. prireditev	Kontaktna oseba	Telefon

Prijavnico izrežite, povečajte, izpolnite in pošljite po faksu na CPTS - fax 061 1891 841

TURIZEM - Informativno glasilo Centra za promocijo turizma Slovenije - Izdaja Center za promocijo turizma Slovenije, WTC, Dunajska 156, 1000 Ljubljana - Tel: 061/189-18-40, fax 061/189-18-41, E-mail: rok.klančnik@cpts.tradepoint.si - Glavni urednik: Franci Krizan - Odgovorni urednik: Rok V. Klančnik - Uredniški odbor: Franci Krizan, Rok V. Klančnik, Maja Pak, Lučka Letič, Danijela Zorko, Srečko Šajn, Janez Pergar, Slavko Mastnak, Mija Gačnik, Marija Rok, Renata Picej, Drago Medved - Oblikovanje in tehnično urejanje: imago - Priprava za tisk: Reprostudio S - Tisk: Tiskarna Graf, Ljubljana, Ministrstvo za kulturo RS je izdalo odločbo, da se glasilo TURIZEM vpiše v evidenco javnih glasi pod zaporedno številko 1382 - Glasilo je brezplačno. Naročila sprejemamo na CPTS, izključno po faksu, št. 061-189-18-41.