



## N A P O V E D N I K :

- **Izvajanje Zakona o pospeševanju turizma v praksi:** Vloga posameznih subjektov na področju turizma ..... 2. in 3. stran
- **Davek na dodano vrednost:** Evropska unija išče nove davčne rešitve, **Javni razpisi na področju turizma v letu 1999, Sprejemanje podzakonskih aktov ZPT** ..... 4. stran
- **Kongresni turizem:** Kako naprej po uspešnem kongresnem letu 1998, **Nemški trg organizatorjev potovanj** ..... 5. stran
- **Gibanje slow food v svetu in pri nas:** V znamenju polža, **Združenje turističnih kmetij Slovenije vse aktivneje sooblikuje razvoj in trženje turizma na podeželju** ..... 6. stran
- **Sejmi in borze:** Utrinki iz BIT Milano in ITB Berlin, **Novičke iz turističnih trgov** ..... 7. stran
- **Zadnja stran:** HIT skupaj z italijanskim Eurotravel izdal incoming katalog, Tudi letos boj za evropski ekološki znak Modra razstava, Krog, ki povezujejo, Nova turistična karta Slovenije, Kje je kdo, Podčrtano, Slovenija na kratko ..... 8. stran

## ITB Berlin - ogledalo turističnih trendov, tržnica svetovne turistične ponudbe, kovnica turistične politike

ITB je tudi letos ponovno podrl vse rekorde, saj si je po vrsti že 33. Svetovno turistično borzo s ponudbo 7434 razstavljalcev (na prvi borzi leta 1966 je sodelovalo 9 razstavljalcev iz petih držav) iz 190 držav na skupno 149.000 kvadratnih metrih površine ogledalo rekordno število poslovnih in splošnih obiskovalcev. Ne samo, da je to največja tržnica svetovne turistične ponudbe, je tudi izredno ogledalo turističnih trendov in prava kovnica turistične politike. Nekaj drobcev iz prave poplave informacij (*nadaljevanje na strani 7 in v prihodnji številki Turizma*):

✱ **Rezultati mednarodnih turističnih prihodov za leto 1998 kažejo na izredno moč tem megaindustrije 21. stoletja,** saj je kljub azijski finančni krizi lani po svetu potovalo 2,4 odstotka več turistov kot leto prej in sicer 625 milijonov, prihodki svetovnega turizma pa so znašali 444,7 milijarde USD ali 2 odstotka več. Nestabilnost na mednarodnem finančnem trgu pa je kljub temu povzročila nekaj sprememb v potovalnih navadah - povečalo se je število poznih rezervacij, močnejša pa je tudi tendenca, da popotniki zapravijo manj.

✱ **Turistična industrija se bo morala navaditi na vse manjši obseg prostega časa potencialnih popotnikov, ali pa bo izgubila bitko z drugimi aktivnostmi.** Ljudje imajo vse manj prostega časa, zato ta postaja vse bolj dragocen. Vse pogosteje ga uporabijo za igranje golfa in televizijsko gledanje športnih dogodkov, zato se bo turizem temu moral prilagoditi in ljudem zagotoviti, da bodo redke proste trenutke kar najbolje izkoristili prav na potovanjih. Vse bolj se bodo odločali za kratke počitnice večkrat na leto, kar bo imelo velik vpliv na delovanje hotelov in letalskih družb. Vendar to kljub temu ne bo izrinilo tradicionalnih eno- ali dvotedenskih paketnih počitnic. To so nekatere ugotovitve najnovejše raziskave Svetovne turistične organizacije, ki jo bo predstavila letos maja.

✱ **Po štiriletnih pogajanjih je Svetovna turistična industrija dosegla dogovor o tem, kako učinkovito meriti ekonomski učinek turistične industrije.** Tako imenovani Tourism Satellite Account (TSA) bo spremljal potrošnjo turistov, stopnjo investiranja v turistično industrijo in število ustvarjenih delovnih mest, za razliko od zdajšnjega, zgolj statističnega merjenja mednarodnih prihodov, kateremu ni sledila analiza učinka turizma na mednarodno in nacionalne ekonomije. Po besedah generalnega sekretarja WTO F. Frangialija bo TSA pripomogel k temu, da se bodo narodne ekonomije z mednarodno primerljivimi dejstvi in številkami začele zavedati pomena te industrije, kar jim bo pomagalo pri določanju turistične politike, hkrati pa bo to za javne in zasebne sektorje predstavljalo pomembno "lobistično" orodje za izboljšanje podobe in statusa turistične industrije.



Po podpisu pogodbe o sodelovanju Slovenije in ADAC na ITB Berlin o spremljanju stanja čistosti vode in plaž v slovenskem Primorju, kar je izrednega pomena za promocijo Slovenije, saj ta nemški avtomobilistični klub šteje že skoraj 14 milijonov članov. Ob tem so se tudi dogovorili, da bo 14-milijonti član prejel en teden brezplačnega bivanja v Sloveniji (*na sliki so poleg poznanih predstavnikov slovenskega turizma še štirje predstavniki ADAC-a; tisti z rdečo kapo je podpredsednik ADAC-a Michael Stich, s katerim sta direktor CPTS in minister za malo gospodarstvo in turizem 7. marca na slovenski stojnici podpisala pogodbo*).

## Komentar

## V osrčju Evrope brez meja

Meje ločujejo prijatelje na obeh ali vseh straneh, povzročajo zastoje, zamude, zahteve po dokumentih, plačila carin in drugih dajatev, poleg tega pa so bile meje skozi vso zgodovino predmet nenehnih sporov in vojn. Stoletje, ki se umika novemu, je bilo stoletje meja, prihajajoče obdobje pa bo stoletje in začetek tisočletja brez meja. Čas, ko lahko s skupnimi projekti in sodelovanjem na mednarodnem turističnem trgu presežemo ovire in nezaupanje, ki so nas, tri narode na stičišču velikih evropskih kultur - romanske, slovanske in germanske - v tem stoletju vse prevečkrat postavile na preizkušnjo.

Kljub temu, da je sodobno olimpijsko gibanje leta 1994 proslavilo stoletnico in kljub mednarodnim razsežnostim olimpijskih iger novega časa, na katerih je gradil njihov pobudnik, francoski mislec Pierre de Coubertin, pa je minilo več kot 80 let, preden se je porodila zamisel, da bi olimpijske igre še bolj pomednarodili, presegle meje in v pravem olimpijskem duhu združili moči, različne kulture in ljudi. To se je zgodilo prav v osrčju Evrope, med športnimi prijatelji iz treh sosednjih dežel, ki so že leta uresničevale skupne prireditve, kot so Tek treh dežel in Pohod na tromejo, vendar je Mednarodni olimpijski komite na pismo o nameri odgovoril, da olimpijska pravila ne dovoljujejo čez mejo segajočih kandidatur. Toda ideja se je prijelila in razvijala, namera o skupni kandidaturi treh dežel pa nadaljevala. Potem ko je od same pobude minilo kar dobrih 15 let, je avstrijski olimpijski komite 21. januarja 1998 Mednarodnemu olimpijskemu komiteju uradno predložil kandidaturo Koroške, Furlanije-Juljske Krajine in Slovenije za Zimske olimpijske igre 2006. Kandidatno mesto je Celovec, kar je usklajeno z mednarodnimi olimpijskimi pravili, saj še vedno ostaja kot nosilec kandidature eno samo mesto.

Edinstvenost kandidature pa je vsekakor tudi v tem, da je le-ta šele prvi korak v izgradnji skupnega turističnega območja Furlanija-Koroška-Slovenija, torej "Treh dežel", ki poteka pod sloganom "Brez meja - Ohne Grenzen - Senza confini". Ta projekt bodo tri partnerske organizacije nadaljevale tudi v primeru neuspešne kandidature in skupni turistični cilj promovirale vsaka preko svojih marketinških kanalov in orodij ter na skupnih promocijah.

Center za promocijo turizma Slovenije se kot ena izmed treh partnerskih organizacij (poleg Kärnten Werbung in Azienda Regionale per la Promozione Turistica FVG) že od začetka projekta aktivno vključuje v kampanjo tržnega komuniciranja in promocije kandidature. O aktivnostih v zvezi s kandidaturo redno informiramo organizatorje potovanj in novinarje iz tujine, razvijamo projekte "Brez meja" na področju počitnic na podeželju, golfa in gorskega kolesarjenja, ideja "Treh dežel" je rdeča nit vseh sejemskih in borznih nastopov v organizaciji CPTS v prvi polovici leta. Najbolj je zaživila prav na ITB Berlinu, kjer je prav Sloveniji - potem, ko so skupno novinarsko konferenco o turističnem območju Treh dežel in skupni kandidaturi v Vailu organizirali Korošci in na BIT Milano Furlani - pripadala čast, da ta projekt predstavi na tej največji turistični borzi na svetu zbranim najštevilnejšim strokovnim turističnim javnostim, popotnikom in medijem. Tudi vse letošnje pomembnejše mednarodne zimske športne prireditve so minile v znamenju kandidature. Spomnimo se samo številnih s slovenskim logotipom kandidature plapolajočih zastavic na Zlati lisici, na Vitrancu pa minuli vikend v dolini pod Poncami. V kratkem bo v znamenju kandidature in projekta "Brez meja" zaživel tudi Brnik, ki bo v olimpijskem duhu Treh dežel pozdravil vse, ki bodo v našo deželo prileteli.

Program promocije bo v prvih šestih mesecih leta 1999 usmerjen v promoviranje kandidature za ZOI, nato pa se bo prilagodil. Če bo kandidatura pridobljena, se bo program nadgradil, če bo organizacija pripadla drugemu kandidatu, pa se bo program usmeril izključno v promocijo nastajajočega skupnega turističnega cilja Treh dežel.

Sodelovanje s Koroško in Furlanijo-Juljsko Krajino je za Slovenijo izrednega pomena, še posebej za nadaljevanje uspešnega pozicioniranja slovenske turistične ponudbe v osrčju Evrope. Tega se na Centru za promocijo turizma Slovenije dobro zavedamo, zato to idejo združevanja, povezovanja in razvijanja nove evropske turistične regije izpostavljamo kot enega najmočnejših elementov promocije.

Slovence, Korošce in Furlane nas ne druzi le skupna želja po organizaciji Olimpijskih iger. Povezujejo nas športni izzivi, ki segajo preko meja, čudoviti pogledi čez gora, pisane mednarodne vode, 312 lukenj na zelenih prostranstvih golf igrišč, igre in zabava, praznovanje tradicije, umetnost kulinarike, pa seveda tudi zavezanost miru, ljubiteljstvo športa, aktivnega oddiha, želja po ohranitvi okolja in zanimivih turističnih vsebinah. Tri dežele, tri kulture, ena počitniška regija.

Odločitev o nosilcu ZOI 2006 bo znana 19. junija letos. Kandidatov je več, a le en - in to prvič v zgodovini olimpijskih iger - sega preko meja. Lahko bi rekli, da je projekt "Brez meja" naš skupni projekt ob vstopu v novo Tisočletje.

Franci Krizan



# Izvajanje Zakona o pospeševanju turizma v praksi - vloga posameznih subjektov na področju turizma

Peter Vesenjsek

## Vloga občin pri pospeševanju turizma v skladu z Zakonom o pospeševanju turizma (ZPT)

Med vsemi subjekti turistične organiziranosti na lokalni ravni, ki smo jih uvodoma navedli že prvem delu članka v prejšnji številki Turizma (občine, gospodarski subjekti, povezani s turizmom, in društva, ki delujejo na področju turizma) imajo v skladu z Zakonom o pospeševanju turizma najpomembnejšo vlogo občine. Ta njihova vloga izhaja ne le iz Zakona o pospeševanju turizma, temveč tudi iz njihovih pristojnosti in nalog, ki izhajajo iz Zakona o lokalni samoupravi (Ur.l.RS.72/93 in kasnejše dopolnitve).

Občina za zadovoljevanje potreb svojih prebivalcev opravlja zlasti naslednje naloge:

- omogoča pogoje za gospodarski razvoj občine in v skladu z zakonom opravlja naloge s področja gostinstva, turizma in kmetijstva;

(Izsek: druga alineja drugega odstavka 21.člena Zakona o lokalni samoupravi (Ur.l.RS, št72/93 in kasnejše dopolnitve in spremembe)

Pomembna vloga občine pri izvajanju pospeševanja turizma v skladu z Zakonom o pospeševanju turizma je predvsem v tem, da se občina (seveda na podlagi zaznavanja interesov drugih zainteresiranih subjektov v njihovem okolju) odloči, ali bo pridobila status turističnega območja in s katerimi drugimi sosednjimi občinami se bo pri tem povezala ter s sprejemom ustreznih aktov izvedla postopek za ustanovitev lokalne turistične organizacije (LTO).

Občina nosi torej pristojnost in odgovornost za to, ali se bo na njenem območju ustanovila LTO in v kakšni obliki ter ali bo pridobila status turističnega območja. Občina ima prav tako posebno vlogo v delovanju LTO, saj določa višino članarine za obvezne člane LTO in daje soglasje na vsakoletni finančni načrt LTO. Občini kot instituciji je torej zagotovljena posebna in vodilna vloga pri odločitvah o pospeševanju turizma. Prav zato imajo nosilci občinskih vodilnih funkcij (župani in svetniki) še toliko večjo odgovornost pri vzpostavljanju takšnih oblik pospeševanja turizma, ki bodo k aktivnemu sodelovanju v LTO pritegnili tudi gospodarske subjekte s področja turizma in turistična društva, ki delujejo na področju turizma.

Določil zakona glede vloge občin pri pospeševanju turizma namreč ni priporočljivo izvajati na način, da občina sama ustanavlja in vodi aktivnosti v LTO, medtem ko ji drugi subjekti služijo le za okras in opravičilo za ustanovitev LTO, kar lahko vodi v administrativne organizacije brez prave povezave s subjekti turistične ponudbe. Na tak način bi se lahko izgubil osnovni smisel turistične organiziranosti, ki je v učinkovitem sodelovanju in partnerstvu javnega in zasebnega sektorja na področju turizma.

## Za razumevanje vloge občin pri pospeševanju turizma navajamo nekatere bistvene citate in smiselne povzette iz Zakona, ki določajo pristojnosti in vlogo občin

- Občina oziroma več občin na zaokroženem območju ustanovi lokalno turistično organizacijo (drugi odstavek 3. člena ZPT);
- Občina oziroma več občin na zaokroženem območju z ustanovitvenim aktom določi način upravljanja lokalne turistične organizacije in njeno dejavnost, ki obsega najmanj ... (skrajšana navedba 6 odstavka 3. člena ZPT);
- Zakon določa status "turističnega območja", ki je osnova za pospeševanje turizma kot območje ene ali več občin, na katerem se lahko oblikuje celovita turistična ponudba in izpolnjuje določene kvantitativne pogoje glede števila nočitev, enodnevnih obiskovalcev in števila turističnih ležišč (smiselni povzetek drugega odstavka 6. člena ZPT);
- Občine, ki izpolnjujejo merila iz 6. člena Zakona in ustanovijo lokalno turistično organizacijo v skladu s 3. členom Zakona, pridobijo sposobnost, da se prijavijo pristojnemu ministrstvu za pridobitev statusa turističnega območja (7. člen ZPT);
- Ministrstvo, pristojno za turizem, podeli občinam status "turističnega območja" na podlagi pisne vloge, ki vsebuje:

- dokazilo o registraciji lokalne turistične organizacije in njen ustanovitveni akt;
  - podatke iz drugega oziroma tretjega odstavka 6. člena Zakona (t.j. izpolnjevanje kvantitativnih pogojev oz. nadomestitvi tega s posebnimi sredstvi za pospeševanje turizma v proračunu občine);
  - dokazila o delovanju turistično informacijskega centra;
- (smiselni povzetek prvega odstavka 8. člena ZPT)

- Med viri sredstev za izvajanje dejavnosti lokalne turistične organizacije Zakon v prvi alineji 10. člena med drugim navaja tudi proračunska sredstva občine (zraven sredstev članarin in turistične takse);
- Občine, ki pridobijo status turističnega območja v skladu z 8. členom Zakona, predpišejo članom lokalne turistične organizacije članarino pod pogoji, ki jih določa Zakon (smiselna navedba prvega odstavka 11. člena ZPT);
- Občina kot ustanoviteljica lokalne turistične organizacije daje soglasje k letnemu finančnemu načrtu lokalne turistične organizacije na podlagi njenega programa dela (drugi odstavek 11. člena ZPT);
- Višino članarine za posameznega člana lokalne turistične organizacije iz tretjega odstavka 3. člena Zakona določa občina v točkah na podlagi skupine dejavnosti in glede na obseg prihodka, ki ga član doseže v občini v letu pred letom, za katerega se določi članarina (13. člen ZPT);
- Občina določa višino turistične takse, ki jo plačujejo turisti za vsak dan bivanja v kraju zunaj stalnega bivališča za poravnavanje storitev ali ugodnosti, ki so jih v kraju deležni brezplačno. Turistična taksa je prihodek občine, ki ga nameni za poravnavanje stroškov v zvezi z ugodnostmi in storitvami, ki so jih turisti na območju občine deležni brezplačno in sicer predvsem za:
  - Turistične informacije in usmerjanje s pomočjo ustrezne prometne signalizacije;
  - Spodbujanje lokalnega prebivalstva za sodelovanje pri aktivnostih pospeševanja turizma;
  - Pisna promocijska gradiva, filme in druga sredstva za promocijo turistične ponudbe;

- Prireditve;

- Vzdrževanje in urejanje parkov, zelenic, cvetličnih nasadov, tematskih poti in drugih javnih površin, ki so namenjena turistom ter programov urejanja okolja, ki jih izvajajo turistična in okolje-varstvena društva;

(smiselna interpretacija 21. in 22. člena ZPT)

- Občina lahko predpiše pogoje za opravljanje dejavnosti turističnega vodenja na svojem območju in program turističnega vodenja (40. člen ZPT). Občina vodi register lokalnih turističnih vodnikov (41. člen ZPT);
- Občine dajejo soglasje Turističnim društvom za pridobitev "statusa društva, ki deluje v javnem interesu na področju pospeševanja turizma", ki ga podeljuje Ministrstvo pristojno za turizem (povzetek prvega odstavka 43. člena ZPT);

Kot vidimo iz povzetrok posameznih členov Zakona, ki govorijo o vlogi občine pri izvajanju pospeševanja turizma, imajo občine zelo pomembno vlogo pri izvajanju Zakona. Prav zato nosijo tudi veliko odgovornost pri vzpostavljanju pravih in učinkovitih instrumentov pospeševanja turizma na zaokroženih turističnih območjih. Za učinkovito pospeševanje turizma pa morajo predvsem pri vzpostavljanju lokalnih turističnih organizacij ter njihovi vsebini dela ter organiziranosti tesno sodelovati s turističnim gospodarstvom in turistično društveno organizacijo.

## Vloga in medsebojna povezanost gospodarskih subjektov na zaokroženem turističnem območju

Gospodarske subjekte na turističnem območju lahko med drugim razdelimo na tiste, ki so neposredno povezani s turizmom (ponudniki osnovnih turističnih storitev); in tiste, ki tvorijo posredno oz. komplementarno turistično ponudbo. Od raznolikosti in obsega ponudbe privatnega gospodarskega sektorja je v največji meri odvisna učinkovitost in kakovost turistične ponudbe območja. Zato tudi pravimo, da so gospodarski subjekti ključni dejavniki turističnega sistema na ponudbeni strani in torej tudi ključni subjekti turistične organiziranosti.

V grobem lahko vlogo in naloge gospodarskih subjektov v turizmu opredelimo kot naslednje:

- Maksimiranje dobička in donosnosti kapitala z oblikovanjem in trženjem turističnih storitev in proizvodov na turističnem trgu;
- Ustvarjanje neposrednih in posrednih delovnih mest v turizmu na turističnem območju;
- Oblikovanje in nudenje kakovostnih storitev in izdelkov gostom na turističnem območju (odgovornost za kakovost posameznih parcialnih turističnih storitev in izdelkov);
- Razvoj parcialne ponudbe turističnih storitev in izdelkov v skladu s tržnimi trendi in pričakovani ciljni gostov na turističnem območju;
- Izvajanje trženjskih aktivnosti neposredno za lastno parcialno turistično ponudbo in posredno tudi za celotno območje (predvsem prodajne trženjske aktivnosti);
- Koordinacija z drugimi gospodarskimi subjekti pri izvajanju skupnih tržnih aktivnosti ponudnikov iz celotnega območja na ciljnih turističnih trgih;
- Koordinacija z drugimi gospodarskimi subjekti in javnim sektorjem pri načrtovanju in vodenju večjih skupnih infrastrukturnih projektov na področju turizma;
- Sodelovanje z javnim sektorjem (občinami na območju) pri načrtovanju razvojnih aktivnosti na področju turizma;
- Sodelovanje z javnim sektorjem (občinami), drugimi gospodarskimi subjekti in privatnim civilnim sektorjem (turističnimi in drugimi društvi) v skupni organizaciji za pospeševanje turizma na območju;

## Vloga gospodarskih subjektov na turističnem območju in nacionalni ravni po Zakonu o pospeševanju turizma

Lokalna raven

- Člani lokalne turistične organizacije so pravne osebe in podjetniki posamezniki, katerih dejavnost je neposredno povezana s turizmom, in sobodajalci ter tisti kmetje, ki opravljajo gostinsko dejavnost (tretji odstavek 3. člena ZPT);
- Članstvo v lokalni turistični organizaciji je obvezno za tiste gospodarske subjekte (ki so navedeni v prejšnji alineji), ki imajo v občini svoj sedež, poslovno enoto ali drugo obliko registrirane dejavnosti, in opravljajo s turizmom neposredno povezano dejavnost (smiselni povzetek četrtega odstavka 3. člena ZPT);
- V organu upravljanja lokalne turistične organizacije se zagotovi sorazmerno zastopnost članov posameznih dejavnosti (sedmi odstavek 3. člena ZPT);
- Gospodarski subjekti, člani lokalne turistične organizacije (ki so navedeni v prvi alineji), plačujejo članarino lokalni turistični organizaciji (smiselni povzetek osmega odstavka 3. člena ZPT);
- Za obvezne člane lokalne turistične organizacije (ki so tudi zavezanci za plačevanje članarine) se štejejo tisti gospodarski subjekti, ki so neposredno povezani s turizmom, kar določa posebna odredba<sup>4</sup> v skladu s 3. členom Zakona, ki razvršča gospodarske subjekte v štiri skupine dejavnosti;
- Člani lokalne turistične organizacije so dolžni občini sporočiti uradne podatke o vrsti registrirane dejavnosti, ki jo opravljajo, in o obsegu prihodka iz 13. člena Zakona (višina prihodka, ki ga je gospodarski subjekt dosegel v občini v letu pred letom, za katerega se določi članarina) v roku, ki ga določi občina (smiselni povzetek prvega odstavka 19. člena ZPT);
- Pravne osebe in podjetniki posamezniki ter sobodajalci, kmetje in društva, ki sprejemajo turiste na prenočevanje, morajo pobirati turistično takso hkrati s plačilom storitev za prenočevanje, ali najpozneje zadnji dan prenočevanja (prvi odstavek 25. člena ZPT);
- Gospodarski subjekti, ki opravljajo svojo dejavnost na "turističnem območju", bodo lahko za izvajanje investicij v razvoj turistične infrastrukture kandidirali za pridobitev posebnih sredstev za spodbujanje razvoja turistične infrastrukture, ki jih bo vsako leto razpisalo Ministrstvo, pristojno za turizem (smiselni povzetek 30. in 31. člena ZPT). Za ta namen je Vlada RS na osnovi Zakona izdala tudi posebno "Uredbo o podrobnejših pogojih in merilih za spodbujanje razvoja turistične infrastrukture (Ur.l.RS, št.11/99)", ki določa natančnejše pogoje in merila, pod katerimi bo Ministrstvo pristojno za turizem dodeljevalo ta sredstva.

<sup>4</sup> Odredba o določitvi s turizmom neposredno povezanih dejavnosti in njihovi razvrstitvi v skupine (Ur.l.RS, št.65/98)

**Regionalna in področna raven**

• Gospodarski in drugi subjekti, ki oblikujejo istovrstno ponudbo, kot npr. zdravilišča, igralnice, športno rekreacijski objekti, prireditelji kongresov itd., lahko ustanovijo področno turistično organizacijo, ki pridobi pravico do sooblikovanja programa aktivnosti nacionalne turistične organizacije in pravico do sofinanciranja njihovih promocijskih aktivnosti v skladu z določili ustanovitvenega akta nacionalne turistične organizacije (smiselni povzetek drugega in tretjega odstavka 9. člena ZPT);

**Nacionalna raven**

• Kot ustanovitelji Nacionalne turistične organizacije lahko zraven Vlade Republike Slovenije pristopijo tudi Gospodarska zbornica Slovenije in Obrtna zbornica Slovenije, pa tudi Turistična zveza Slovenije ter lokalne turistične organizacije in druge zainteresirane organizacije na nacionalni ravni (smiselni povzetek prvega odstavka 5. člena ZPT).

Gospodarski subjekti in njihova združenja pridobivajo z Zakonom o pospeševanju turizma pomembno vlogo sistemskega partnerstva z javnim sektorjem (občinami in državo). To se kaže predvsem v možnostih združevanja sredstev za trženje in druge oblike pospeševanja turizma v okviru lokalnih turističnih organizacij. Prav tako pridobivajo gospodarski subjekti možnosti sofinanciranja razvojnih investicijskih projektov na področju turizma iz naslova posebnih sredstev, ki jih Zakon predvideva za spodbujanje razvoja turistične infrastrukture.

**Vloga turističnih in drugih društev pri pospeševanju turizma na lokalni ravni**

Turistična društvena organizacija preko svoje mreže turističnih društev na lokalni ravni (v Sloveniji je registriranih 455 turističnih društev in zvez, ki so člani Turistične zveze Slovenije<sup>2</sup>) preko občinskih, območnih in regionalnih organizacij do Turistične zveze Slovenije vrši zelo pomembno dejavnost sooblikovanja in razvoja turistične ponudbe. Turistična društva v koordinaciji z gospodarskimi subjekti in občinami na lokalni ravni vršijo predvsem dejavnosti internega komuniciranja, urejanja in varovanja okolja, aktivizacije prebivalstva, informiranja turistov (kjer ni informacijski urad oz. turistično informacijski center urejen drugače), organizacije oz. soorganizacije prireditev, organizirajo varstvo turistov kot potrošnikov ipd., pod pogoji, ki jih določa področna zakonodaja in Zakon o društvih (Ur.L.RS, št. 60/95), pa lahko društva opravljajo tudi gospodarske pridobitne dejavnosti, kar pa ne sme biti osnovna izključna dejavnost društva.

Turistična društvena organizacija predstavlja torej enega od partnerjev pri oblikovanju in trženju, torej pospeševanju turistične ponudbe na lokalni in nacionalni ravni zraven javnega sektorja (država, občine) in gospodarstva (s turizmom neposredno in posredno povezano gospodarstvo). Turistična društvena organizacija lahko učinkovito in v interesu pospeševanja turizma deluje le v tesni koordinaciji z obema partnerjema.

Na nacionalni ravni predstavlja TZS krovno organizacijo turističnih društev in zvez, kjer se povezuje z Ministrstvom, pristojnim za turizem, GZS, OZS ter drugimi organizacijami pri sooblikovanju oz. koordinaciji aktivnosti, pri oblikovanju, razvoju in trženju turistične ponudbe Slovenije (torej pri pospeševanju turizma). Ker Turistična društvena organizacija nima svojih sistemskih ali komercialnih prihodkov, se za izvajanje njenega programa, tako na lokalni kot nacionalni ravni, opredeljuje sistemski vir v Zakonu o pospeševanju turizma (na lokalni ravni je to turistična taksa iz občinskega proračuna ter proračun LTO, na nacionalni ravni pa posebna sredstva proračuna RS za sofinanciranje turističnih društev s statusom društva, ki deluje v javnem interesu na področju pospeševanja turizma). Ta vir pa ni avtonomno zagotovljen, temveč ga turistična društvena organizacija pridobiva na osnovi koordinacije in usklajevanja svojih aktivnosti z javnim sektorjem in gospodarskimi subjekti iz področja turizma.

<sup>2</sup> V prilogi priložnika podajamo seznam vseh turističnih društev in zvez v Sloveniji z naslovi. Prav tako pa so turistična društva navedena v seznamu občin (po občinski pripadnosti).

**Opredelitve vloge turistične društvene organizacije v Zakonu o pospeševanju turizma**

**Lokalna raven**

- Člani lokalne turistične organizacije (LTO) so lahko tudi turistična in druga društva (peti odstavek 3. člena ZPT);
- Dejavnost lokalne turistične organizacije mora obvezno zajemati tudi vključevanje aktivnosti turističnih društev s statusom društva, ki deluje v javnem interesu (peta alineja šestega odstavka 3. člena ZPT);
- Turistična društva, ki imajo status, da delujejo v javnem interesu na področju turizma, morajo biti sorazmerno zastopana v organu upravljanja LTO (smiselna razlaga sedmega odstavka 3. člena ZPT);
- Turističnim društvom ni potrebno plačevati članarine za njihovo članstvo v LTO (osmi odstavek 3. člena ZPT);
- Namensko zbrana sredstva iz naslova turistične takse morajo občine porabljati predvsem za dejavnosti našete v 22. členu ZPT. Del teh dejavnosti je takšne narave, da jih v veliki meri opravljajo tudi turistična društva, zato je ta vir lahko eden od virov financiranja aktivnosti turističnih društev (smiselna razlaga 22.člen ZPT);
- Turistična društva morajo pridobiti status društva, ki deluje v javnem interesu na področju pospeševanja turizma, če želijo aktivno sodelovati pri pospeševanju turizma in iz tega naslova pridobivati tudi namenska sredstva. Ta status podeljuje Ministrstvo, pristojno za turizem, na podlagi soglasja občine (kjer je sedež TD) in mnenja Turistične zveze Slovenije (prvi odstavek 43. člena ZPT). Zakon sicer dokaj natančno opredeljuje pogoje za pridobitev statusa, ki se nanašajo na to, katere aktivnosti mora društvo izvajati (drugi odstavek 43. člena ZPT). Eden od pogojev za pridobitev statusa pa je tudi sodelovanje društva pri aktivnostih LTO. Minister za turizem pa je na podlagi 43. člena Zakona izdal poseben "Pravilnik o pogojih za podelitev statusa društva, ki deluje v javnem interesu na področju pospeševanja turizma (Ur.L.RS, št.13/99)", ki določa natančnejše pogoje za pridobitev tega statusa;
- Turistična društva, ki imajo status društva, ki deluje v javnem interesu na področju turizma, lahko računajo na sofinanciranje svojih aktivnosti iz proračuna RS (tretja alineja prvega odstavka 30. člena ZPT);
- Turistična društva pridobijo z dnem uveljavitve ZPT lastninsko pravico na družbeni lastnini, s katero so razpolagala na dan uveljavitve Zakona, razen na lastnini, ki je bila opredeljena kot javno dobro (smiselna interpretacija 60. člena ZPT).

**Turistična društva na lokalni ravni izvajajo predvsem naslednje aktivnosti:**

- Spodbujanje domačega prebivalstva za sodelovanje pri pospeševanju turizma z različnimi akcijami, tekmovanji in urejanjem okolja;
- Akcije na področju ohranjanja kulturne in naravne dediščine ter urejanju okolja;
- Olepševanje krajev;
- Organiziranje nekaterih tipičnih prireditev v svojem okolju ali sodelovanje pri določenem delu prireditev z drugimi dejavniki;
- Akcije ozaveščanja mladine za turizem;
- Izvajanje nekaterih promocijskih aktivnosti v kraju;
- Izvajanje dejavnosti Turistično informacijskega centra v dogovoru z občino in turističnim gospodarstvom v okviru LTO (odvisno od okoliščin in dogovora);
- Aktivnosti varstva turistov kot potrošnikov ipd;
- Možno je, da društva organizirajo tudi določene gospodarske dejavnosti v skladu s področno zakonodajo in Zakonom o društvih, ki dopolnjujejo njihovo osnovno dejavnost (vodenje, prodaja spominkov, gostinska dejavnost na določenih lokacijah ali ob prireditvah ipd.), kar je primernejše za tiste kraje, kjer ni drugih ponudnikov.

**Pravice in možnosti sodelovanja turističnih društev v lokalnih turističnih organizacijah**

- Članstvo v LTO;
- Zastopnost v organu upravljanja LTO;
- Oprostitev plačila članarine;
- Vpliv na oblikovanje programa aktivnosti LTO;
- Usklajevanje svojih aktivnosti z partnerji iz občine in gospodarskimi subjekti iz področja turizma v okviru LTO;

**Način izvajanja aktivnosti turističnih društev v organiziranosti turističnega območja:**

- Izvajanje aktivnosti na področjih, za katera se TD dogovorijo s partnerji v okviru LTO;
- Za izvajanje tega dogovorjenega programa TD pridobijo sredstva v okviru letnega finančnega načrta LTO;
- Delno lahko TD pridobijo sredstva za izvajanje določenih aktivnosti in programov tudi neposredno iz občinskega proračuna iz naslova turistične takse ali neposredno sponzorsko iz gospodarstva;
- TD lahko na primer tudi prevzame izvajanje določenih funkcij, ki bi se drugače morale izvajati s sredstvi in človeškim potencialom LTO, kar je odvisno od dogovora in vloge, ki jo TD že opravljajo v določenih okoljih;

**Regionalna raven**

Zakon o pospeševanju turizma ne govori ničesar o vlogi obstoječih regijskih turističnih zvez v okviru nove turistične organiziranosti. Predvideva pa nastajanje t.i. Regionalnih turističnih organizacij (RTO), ki bi jih ustanovilo večje število LTO na širšem geografskem območju. Te RTO v skladu z 9. členom ZPT pridobijo pravico do sooblikovanja programa aktivnosti nacionalne turistične organizacije in do sofinanciranja njihovih promocijskih aktivnosti iz NTO (v skladu z določili ustanovitvenega akta NTO).

**Obstoječe regijske turistične zveze lahko v tej zvezi najdejo, zraven opravljanja rednih nalog s področja povezovanja društev na regijski ravni in usklajevanja njihovih interesov, svojo vlogo še na naslednji način:**

- Regijske turistične zveze razpolagajo z določenim izkušenjskim, človeškim prostorskim in opremljenim potencialom;
- Regijske turistične zveze so lahko prvi iniciatorji oblikovanja Regionalnih turističnih organizacij na območjih, ki jih pokrivajo, kar bo gotovo potrebno prilagoditi trenutnim interesom in dejanskemu stanju na posameznih območjih;
- Zveze lahko ponudijo svoje prostore in določene storitve za opravljanje dejavnosti RTO, kar se lahko uredi s prenosom te dejavnosti ali posebno pogodbo o opravljanju določenih del za RTO;
- Zveze lahko postanejo partnerji v RTO (soustanovitelji oz. člani RTO);
- Seveda regijske zveze še nadalje opravljajo svojo osnovno vlogo kot povezovalce interesov turističnih društev na širšem geografskem območju in te interese zastopajo skozi sodelovanje v RTO (in nadalje v NTO skozi sodelovanje RTO pri sooblikovanju programa aktivnosti NTO).

**Nacionalna raven**

- Turistična zveza Slovenije postane soustanovitelj Nacionalne turistične organizacije, v kateri na partnerski način z predstavniki Vlade, GZS in OZS ter lokalnih turističnih organizacij usklajuje svoje aktivnosti na področju pospeševanja turizma (prvi odstavek 5. člena ZPT);
- Svoje interese in poglede na pospeševanje turizma na nacionalni ravni TZS uveljavlja skozi predstavnika v organu upravljanja NTO, skozi predstavnika v strokovnem svetu NTO, posredno pa so interesi turističnih društev zastopani tudi preko lokalnih turističnih organizacij, ki bodo prav tako sodelovale pri upravljanju NTO in sooblikovanju programa skozi določene programske svete. Enako pa bo ta vpliv delegiran tudi skozi regionalne turistične organizacije (RTO), ki bodo prav tako sooblikovale program aktivnosti NTO;
- Turistična zveza Slovenije bo lahko oblikovala poseben del programa pospeševanja turizma, ki ga lahko najbolje izvajajo prav turistična društva in tak program predložila Ministrstvu, pristojnemu za turizem, v sofinanciranje (v skladu s tretjo alinejo prvega odstavka 30. člena ZPT). Turistična zveza Slovenije bi lahko bila koordinator in zastopnik vseh turističnih društev, ki želijo pridobiti sredstva za pospeševanje turizma v skladu s 30. členom ZPT na način, da bi Ministrstvu predložila koordiniran predlog vseh turističnih društev (s statusom javnega interesa...) za sofinanciranje programa aktivnosti;
- TZS pa bo seveda kot osnovno vlogo še naprej opravljala dejavnost usklajevanja turističnih društev in zvez ter zastopala njihove interese na nacionalni ravni...
- Turistična zveza Slovenije podaja mnenje o upravičenosti pridobitve statusa društva, ki deluje v javnem interesu na področju turizma posameznim turističnim društvom, ki želijo pri Ministrstvu, pristojnem za turizem, pridobiti ta status (prvi odstavek 43. člena ZPT) in tudi nudi pomoč turističnim društvom pri pridobitvi statusa.

V tej številki turizma smo natančneje predstavili vlogo posameznih subjektov na področju turizma pri izvajanju Zakona. V naslednji številki pa bomo zaradi obsežnosti problematike objavili še tretji, zadnji del, in sicer praktične napotke in interpretacije zakona za vzpostavljanje organizacijskih oblik za pospeševanje turizma (ustanavljanje lokalnih, regionalnih in področnih turističnih organizacij ter oblikovanje nacionalne turistične organizacije).

# Evropska unija išče nove davčne rešitve

Manfred Meršnik

## Harmonizacija davka na dodano vrednost: predlaga se enotna stopnja v višini sedmih odstotkov

Slovenski minister za malo gospodarstvo in turizem Janko Razgoršek je sicer poudaril, da davek na dodano vrednost, ki naj bi začel veljati pri nas sredi tega leta, ne bi smel vplivati na cene v slovenskem turizmu. "Ni razlogov za zvišanje cen," je dejal, saj bo stopnja davka za nočitve in pripravo hrane nižja. Kot tudi za javni prevoz potnikov in njihove prtljage. Nižja stopnja bo znašala 8 odstotkov, višja pa 19 odstotkov. Zakon o davku na dodano vrednost je državni zbor Republike Slovenije sprejel 25. novembra 1998. Davek na dodano vrednost vsekakor ne bi smel biti izgovor za slabo politiko cen v slovenskem gostinstvu. Probleme pa bo povzročil, kot kaže, "izvoznim" potovalnim agencijam. Na seji upravnega odbora Združenja za turizem in gostinstvo pri Gospodarski zbornici Slovenije so člani med drugim ocenili, da bo višja stopnja davka za agencije povzročila zviševanje turističnih cen za več kot 12 odstotkov. Zato je Združenje poslalo Ministrstvu za finance pismo, v katerem je predlagalo razrešitev problematike, kajti izračuni so pokazali pogubni učinek uvedbe davka na dodano vrednost na poslovanje potovalnih agencij; obdavčitve bi bile tudi trikrat večje kot doslej. Na Irskem, v Veliki Britaniji in Italiji na primer sploh ne obdavčujejo turističnega "izvoza", obdavčitev v Španiji je 7 odstotna, v Grčiji 8 odstotna, v Avstriji 10 odstotna.

### Kakšna so razmišljanja v Evropi?

V Avstriji so na primer davek na dodano

## Javni razpisi na področju turizma v letu 1999

V letu 1999 je oziroma bo MGMT razpisalo naslednje javne razpise:

1. Razpis za sofinanciranje turističnih programov (znesek: 100.000.000,00 SIT)
  2. Razpis za sofinanciranje turističnih prireditev (znesek: 50.000.000,00 SIT)
- Oba razpisa sta bila objavljena v Uradnem listu RS št. 12, dne 26.02.1999;
3. Razpis za sofinanciranje investicij v obnovo in razvoj turističnih objektov (znesek: 900.000.000,00 SIT - povratna sredstva z ugodno obrestno mero)
- Razpis bo objavljen v Uradnem listu RS v mesecu marcu 1999
4. Razpis za turistični radio - koncesija izvajalcu (v proračunu je projektu turističnega radia namenjen znesek v višini: 150.000.000,00 SIT)
- Razpis bo objavljen v Uradnem listu RS konec marca 1999.

### Še nekaj novih predpisov

Pravilnik o izvajanju Zakona o davku na dodano vrednost - UL RS 4/99 z dne 22. 1.1999  
Pravilnik o izvajanju zakona o trošarinah - UL RS 6/99 z dne 29.1.1999  
Zakon o varstvu kulturne dediščine - UL RS 7/1999 z dne 5.2.1999

vrednost (pri nas znan tudi kot MWSt - Mehrwertsteuer) uvedli, kot je dejala urednica znane turistične publikacije, ki izhaja na Dunaju, že pred dvajsetimi leti: "Sama se sicer ne spomnim, kaj se je takrat dogajalo na trgu s cenami. Bila sem premlada, vendar so se cene v gostinstvu in turizmu, kot sem ugotovila kasneje, v začetku tudi zvišale. To je bilo tudi možno, kajti konkurenca na trgu še ni bila tako huda, kot je danes, ko beležimo padajoči trend prodajnih cen za turistične aranžmaje." In kakšen je vpliv davka danes? Urednica je povedala, da je zdaj davek pravzaprav že stalnica. Večjega vpliva na cene nima.

Tudi v drugih evropskih državah ni posebnih pretresov zaradi tega davka, ki ga je pač treba vkalkulirati v prodajne cene. Kljub temu pa vse glasneje razmišljajo o usklajevanju "turističnih" davčnih stopenj med članicami Evropske unije. Gre za predloge o harmonizaciji stopenj davka.

Nemški gospodarski minister dr. Werner Mueller je na nedavno končani berlinski borzi opozoril na kar velike razlike pri stopnjah davka v posameznih državah. Dejal je: "Razlike prizadenejo turistično industrijo bolj kot druge gospodarske veje. Govorimo lahko celo o handicapu, saj so stopnje v hotelirstvu od 3 do 25 odstotkov. Nemška stopnja je 16-odstotna, kar je kar visoka obremenitev. Saj gre za konkurenčnost na tržišču."

Nova nemška vlada skuša razrešiti ta problem. Mueller je dejal, da doslej sicer pri davku na dodano vrednost še ni uspel napraviti koraka naprej, vendar bo pri svojem finančnem ministru vztrajal - rešitev mora biti celovita in spodbudna; v Nemčiji naj bi vsaj začasno, fazno, rešili problem višine stopnje davka na dodano vrednost, dokler se stopnje v Evropski uniji ne harmonizirajo. "Končni cilj so poenotene stopnje davka na dodano vrednost," je poudaril dr. Werner Mueller.

Ernst Hinsken, predsednik parlamentarnega odbora, ki obravnava problematiko turizma v nemškem parlamentu, je predlagal, naj bi v

vseh državah Evropske unije imeli za hotelske obrate enotno stopnjo davka na dodano vrednost - in sicer sedem odstotno.

Razen v Nemčiji, na Danskem in v Veliki Britaniji so stopnje nižje - v Luxemburgu je tri-odstotna, na Portugalskem pet, v Franciji 5,5, v Belgiji in na Nizozemskem šest, v Španiji sedem odstotna.

Po mnenju Hinskega bi lahko nižje stopnje davka na dodano vrednost vplivale tudi na porast števila zaposlenih v gostinstvu in hotelirstvu. Na različnost davčnih stopenj opozarjajo tudi v Veliki Britaniji, kjer so med drugim predlagali, naj bi bila enotna stopnja le šest odstotkov; gre namreč za konkurenčnost na trgu. Kupci turističnih storitev zahtevajo po eni strani nižje cene, po drugi strani pa vsaj enako kakovost storitev. Višji davki vplivajo na donosnost turističnih projektov. Stroški so višji.

### Beier: "Slovenski aranžmaji bodo dražji"

Horst Baier, finančni direktor "globalnega" turističnega koncerna TUI, ki ponuja počitnice in potovanja v skoraj sto državah po svetu, pravi, da gotovo vplivajo na cene počitniških paketov različne stopnje davka na dodano vrednost v posameznih receptivnih državah. Pa čeprav je, kot je dejal direktor, obdavčitev maržna. Delež obremenitev je različna. In kakšni so deleži? Direktor pravi, da je težko odgovoriti na vprašanje, "ker se pojavljajo v produktih, ki jih vgradimo v naše pavšalne potovalne pakete, različne davčne stopnje, odvisno od države, v katerem je lokacija hotela, zajeta v celotnem počitniškem paketu." Zato se direktor TUI tudi vehementno zavzema za harmonizacijo stopenj davka na dodano vrednost v EU in podpira predloge predsednika "evropske vlade" - predsednika evropske komisije Jacquesa Santerja, ki se zavzema za nižje stopnje davka predvsem za srednja in mala gostinska podjetja oziroma obrate. In kako bo vplival davek na dodano vrednost

na TUI-ove posle na slovenskem trgu po uvedbi tega davka pri nas? V Sloveniji je TUI že močan partner naših turističnih družb - zlasti na Obali. "Prav gotovo bodo (bržkone) slovenski aranžmaji dražji, kot so bili tudi hrvaški. Kalkulacije cen za počitnice v Sloveniji bodo morale biti še bolj precizne. In gotovo je, da celotne mase davka ne bomo prenesli v celoti na kupca; imamo rezerve, smo sredi konkurenčnega boja na trgu. Kaže, da bo moral kupec nositi okrog 30 do 40 odstotni delež davčne stopnje. Kupcev ne bomo preveč prizadeli, ker drugače bi bili na trgu nekonkurenčni. Na trgu nismo monopolist. Cenovna politika bo seveda morala poskrbeti tudi za profit koncerna," je dejal Horst Beier.

### Daneu: "Višja stopnja davka"

Daniilo Daneu, generalni direktor portoroških Hotelov Palace, je prepričan, da uvedba davka na dodano vrednost ne bo povzročila pretresov na cenovnem trgu, morda se bodo, kot je dejal, pojavile težave jeseni - pri novih naložbah, ki so v načrtu (višje cene gradbenih storitev in gradbenega materiala). Bržkone bo davek bolj vplival na (višje) izvenpensionske cene - pri žganih pijačah in vinu. Daneu poudarja, da nižja stopnja davka na dodano vrednost ni pravišnja ekonomska rešitev - je le kratkoročna poteza, saj se bo zaradi dveh stopenj razpaslo administriranje. "Smotneje bi bilo, če bi bila že v začetku višja stopnja, na primer 17 ali 18 odstotna, kar bi bila dolgoročna poteza," je dejal in dodal, da so v družbi že naredili prve izračune. Davek bo povečal stroške za okrog 4 do 5 odstotkov. Že lani je bil davek višji za 300.000 mark, ker se je prometni davek zvišal za 1,5 odstotka. Kaže, da bo dobiček družbe nižji (lani je znašala donosnost kapitala v Hotelih Palace le okrog 2 odstotka).

## Zakon o pospeševanju turizma in sprejemanje podzakonskih aktov

MMGT je v predpisanem roku pripravilo podzakonske akte, ki jih navaja Zakon o pospeševanju turizma, za katere je bil predviden 6-mesečni rok priprave:

### Doslej sta bila objavljena dva podzakonska akta:

- Odredba o opredelitvi s turizmom neposredno povezanih dejavnosti in njihovi razvrstitvi v skupine (Uradni list št. 65/98)
  - Uredba o podrobnejših pogojih in merilih za spodbujanje razvoja turistične infrastrukture (Uradni list, št. 11 z dne 19.02.1999),
- Ostali pripravljene podzakonski akti bodo objavljeni v Uradnem listu RS v četrtek ali petek, 04. oziroma 05. marca 1999, št. 13 ali 14. V veljavo stopijo 15. dan po objavi, vendar je zakonski prilagoditveni rok za izpolnjevanje pogojev za obstoječe gospodarske družbe oziroma podjetnike posameznike do dve leti.

### Priljubljeni so naslednji podzakonski akti:

- Pravilnik o načinu in postopku za pridobitev licence za opravljanje dejavnosti organiziranja turističnih potovanj, dejavnosti prodaje oziroma posredovanja turističnih potovanj ter o načinu vodenja registra izdanih licenc;
- Pravilnik o pogojih za podelitev statusa društva, ki deluje v javnem interesu na področju pospeševanja turizma;
- Odredba o vsebini in vodenju evidence o plačani turistični taksi.
- MGMT je (v skladu z 38. členom ZPT) izdalo Gospodarski zbornici Slovenije soglasje k

programu izobraževanja oziroma usposabljanja za turistične vodnike in turistične spremljevalce, na podlagi katerega se bo, v okviru GZS, opravljal preizkus znanja, ki je pogoj za vpis v register oziroma za opravljanje dejavnosti.

V pripravi je tudi ustanovitev Nacionalne turistične organizacije, za katero je določen enoletni ustanovitveni rok.

### Nekaj značilnosti podzakonskih aktov:

- Odredba o opredelitvi s turizmom neposredno povezanih dejavnosti (12. člen ZPT); lokalnim turističnim organizacijam oziroma občinam, ki so pridobile status turističnega območja, daje možnost:
  - izbor s turizmom povezanih dejavnosti,
  - da zagotovijo vpliv določenim dejavnostim na oblikovanje turistične ponudbe in na promocijo,
  - uvedbe članarine za izvedbo skupno oblikovanega programa pospeševanja turizma.
- Pravilnik o pogojih za pridobitev licenc za opravljanje dejavnosti turističnih agencij (37. člen); gre za izpolnjevanje pogojev za pridobitev dveh vrst licenc:
  - licenca za opravljanje dejavnosti organiziranja turističnih potovanj,
  - licenca za opravljanje dejavnosti prodaje.
 V obeh primerih je pogoj: poslovni prostori in strokovna izobrazba - najmanj srednja šola (V.), za vodjo pa najmanj višja šola (VI.). Za organizatorje potovanj je potrebno še zavarovanje za primer nesolventnosti, ki vključuje

zagotovitev povratka turistov s potovanja.

- Pravilnik o podelitvi statusa javnega interesa turističnim društvom (38. člen ZPT); določa pogoje, ki se nanašajo na ustrezno vsebino aktivnosti društev za pridobitev omenjenega statusa in postopek (ustreznost ugotavlja posebna strokovna komisija, na podlagi soglasja občine in mnenja TZS).
- Uredba Vlade RS o pogojih in merilih za spodbujanje razvoja (31. člen ZPT); določa podrobnejše pogoje pri pridobivanju ugodnosti za investicije v turistično infrastrukturo.
- Odredba o vodenju evidenc o plačilu turistične takse (28. člen ZPT); določa večjo preglednost v podatke o turistih, prenočitvah in plačani turistični taksi, ki služi občinam, saj je turistična taksa v celoti prihodek občin, namenjen porabi, ki jo definira ZPT.
- Program usposabljanja turističnih vodnikov in turističnih spremljevalcev, ki ga je pripravila GZS, je potrdil Svet za šolstvo in čaka samo še na soglasje Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve. Na podlagi tega programa in vpisa v register se končno ureja določen standard znanja oziroma kakovosti v opravljanju storitev turističnega vodnika in turističnega spremljevalca ter uvaja večji red.

### Status turističnega območja:

Doslej je bila odločba izdana: Kranjski Gori in Postojni.

# Kako naprej po uspešnem kongresnem letu 1998

Srečo Peterlič

**Slovenski profesionalni kongresni organizatorji se po nekaj sušnih letih lahko pohvalimo, da je bilo leto 1998 najuspešnejše mednarodno kongresno leto doslej v Sloveniji.**

Redko katera dejavnost in stroka v Sloveniji je bila zaradi dogodkov leta 1991 tako prizadeta kot prav mednarodna kongresna dejavnost; takrat smo izgubili vse mednarodne kongrese in pričeti smo morali znova. Ob vedenju, da je za pridobitev in pripravo mednarodnega kongresa potrebno več let ter da se o prihodnjih kongresih odloča dolgoročno - včasih tudi do deset let vnaprej - smo se spoprijeli s sistematičnim in dolgoročnim mednarodnim trženjem. Sedaj, ko smo Slovenijo ponovno uvrstili na mednarodni kongresni zemljevid kot pomembno in konkurenčno kongresno destinacijo, je čas, da si postavimo vprašanje, kako naprej!

Kongresna ponudba, razdrobljena po regiji, nima nobenih možnosti za dolgoročni uspeh - glavni pogoji za uspešni nastop na mednarodnem trgu so skupna vlaganja, predstavitev in identiteta Slovenije. Za neposredno pridobivanje kongresov so potrebna vedno večja sredstva, ki jih posamezni kongresni organizatorji ne moremo zagotoviti. Pa tudi, zakaj bi jih morali zagotavljati sami, ko pa s kongresom bolj kot organizator zaslužijo vsi drugi: kongresni centri, hoteli, turistične agencije, letalski in ostali prevozniki, trgovina itd.

Žalostna in pesimistična je ugotovitev, da nam v desetih letih ni uspelo ustanoviti slovenskega kongresnega urada, ki bi ponudnike kongresnih storitev med seboj povezal, skrbel za mednarodno promocijo "kongresne Slovenije" in tudi v Sloveniji uvedel t.i. kongresne standarde, ki jih poznajo v vseh turističnih državah in kongresnih regijah.

V zadnjih desetletjih so kongresi, simpoziji, seminarji in druge oblike kongresnih srečanj postali pomembna turistična dejavnost, v katero se ogromno vlaga, mednarodna konkurenca pa je vse večja.

Zdajšnje kongresno potrošnjo v svetu ocenjujejo na več kot 150 milijard ameriških dolarjev na leto. Kongresni udeleženci postajajo najbolj dobrodošli obiskovalci vsake države. Raziskave namreč kažejo, da potrošijo trikrat več kot običajni počitnikarji, s tem, da se znanstveni, strokovni, poslovni, politični, turistični in drugi učinki sploh ne morejo izmeriti.

Seveda se tudi konkurenca iz leta v leto močno zaostruje, število kongresnih centrov, hotelov in druge kongresne infrastrukture skokovito narašča. Nastajajo in razvijajo se popolnoma nova, vrhunsko opremljena središča in celotne regije, v njihov razvoj pa podjetniki in države vlagajo ogromna sredstva. Evropa bo še naprej, kljub sorazmernemu zastoju, vodilna "kongresna celina"; vedno bolj se uveljavljajo tudi nekatere srednje in vzhodnoevropske države s svojimi prestolnicami (Praga, Budimpešta, Varšava). Za nas je zelo vzpodbudno, da v mednarodnih strokovnih organizacijah ocenjujejo, da na tem območju med najbolj obetajoče in tržno zanimive države sodi tudi Slovenija.

Dandanes na mednarodnem kongresnem področju deluje večje število mednarodnih strokovnih organizacij in združenj, ki povezujejo kongresno ponudbo držav, organizacij, podjetij in posameznikov. Le te so izredno pomembne pri medsebojnem obveščanju, marketingu, postavljanju standardov dejavnosti in seveda oblikovanju imidža.

Tudi nekatere slovenske organizacije in posamezniki se vedno bolj povezujejo s njimi in sodelujemo pri njihovih aktivnostih, še posebej Cankarjev dom. Naj naštejem pomembnejša združenja:

- AIC - Association Internationale des Interpretes de Congres (Mednarodno združenje konferenčnih tolmačev); iz Slovenije je včlanjeno Društvo simultanih in konsekutivnih tolmačev;
- AIPC - Association Internationale des Palais de Congres (Mednarodno združenje kongresnih centrov), organizacija - član je tudi Cankarjev dom - skrbi predvsem za izmenjavo mnenj, informacij in dognanj o managementu kongresnih centrov in njihovi tehnični opremljenosti;
- EFCT - European Federation of Conference Towns (Evropska federacija kongresnih mest), naziv pravzaprav ne velja več, ker je med člani vedno več kongresnih uradov tudi iz drugih celin; iz Slovenije sta člana Ljubljana in Portorož; generalna skupščina je že zasedala v Sloveniji in sicer v Portorožu, predstavnica Mesta Ljubljane (Tatjana Radovič), je trenutno članica izvršnega odbora organizacije;
- ICCA - International Congress and Convention Association (Mednarodno kongresno združenje), je verjetno najpomembnejša mednarodna organizacija te stroke, združuje predstavnike vseh segmentov kongresne ponudbe (turistične agencije, kongresne urade, profesionalne kongresne organizatorje, hotele, letalske družbe, kongresne centre, založniška podjetja, dobavitelje kongresne opreme in storitev, zavarovalnice...). Združenje je poznano tudi po kakovostnem informacijskem servisu, ki ga izvaja za svoje člane; člana iz Slovenije sta Cankarjev dom in Kompas Turizem;
- MPI - Meeting Planners International (Mednarodna zveza kongresnih organizatorjev) je najbolj množična, vendar zelo ohlapna organizacija z več kot 12.000 člani, ameriško usmerjena; iz Slovenije je včlanjenih nekaj posameznikov;
- UIA - Union of International Associations (Zveza mednarodnih združenj) ima širši pomen, saj neodvisno od članstva vodi sezname in ureja podatke o vseh mednarodnih strokovnih organizacijah, ne glede na stroko, poreklo, obseg in dejavnost in predstavlja za kongresne organizatorje neizčrpen vir informacij tako za raziskavo kongresnega tržišča kot tudi samo trženje;
- IAPCO - International Association of Professional Congress Organizers (Mednarodno združenje profesionalnih kongresnih organizatorjev).

IAPCO sem prihranil za konec, ker bi ga rad nekoliko podrobneje predstavil. Je namreč edino mednarodno združenje profesionalnih kongresnih organizatorjev (kongresnih agencij), še posebej poznano po oblikovanju natančnih standardov in priporočil za vse segmente organizacije in izvedbe kongresov; povezuje pa približno 70 članov z vseh celin, razen Afrike. Postati član IAPCO ni enostavno, bodoči član mora izpolnjevati kar nekaj pogojev za članstvo, kot na primer: popolna organizacija in management vsaj 10 mednarodnih kongresov, najmanj na petih mora biti več kot 400

udeležencev iz več kot treh držav, trajati pa morajo vsaj tri delovne dni. To pa še ni vse. IAPCO zahteva še vsaj pet pozitivnih mnenj predstavnikov mednarodnih strokovnih združenj, za katere je kandidat organiziral kongrese, listo zanesljivih kooperantov, za dokončno odločitev, ki jo sprejme predsedstvo združenja, pa je odločilno poročilo člana predsedstva o opravljenem nadzoru (inspection visit) organizacije in izvedbe mednarodnega kongresa.

Kot predstavnik Cankarjevega doma sem trenutno član predsedstva združenja, vodim nekaj delovnih skupin, trenutno pa delujem še kot inšpektor združenja pri sprejemanju novih članov; pred kratkim sem nadziral kandidata iz Japonske, čaka pa me obisk kandidata v Turčiji.

Osnovni cilj IAPCO je garancija kakovosti. V ta namen je združenje ustanovilo več delovnih skupin, najpomembnejša me njimi pa je t.i. IAPCO Institut za kongresni management, ki med drugim organizira letni tedenski seminar o profesionalni organizaciji kongresov, ki počasi pridobiva status MBA študija. Združenje je do sedaj postavilo kar nekaj mednarodnih standardov in pripravilo strokovne publikacije in priporočila kot npr: Priporočila za sodelovanje med mednarodnimi strokovnimi združenji, nacionalnim organizacijskim odborom in profesionalnim kongresnim organizatorjem, Priporočila za delovanje mednarodnega znanstvenega odbora kongresa, Priporočila in zahteve pri planiranju in izgradnji kongresnih centrov in hotelov, 12-jezični slovar kongresne terminologije itd.

Na letnem srečanju in skupščini združenja februarja letos v Oslu smo uspeli s kandidatu Slovenije za organizacijo letnega srečanja za leto 2002, kar pomeni veliko priznanje za "kongresno Slovenijo" in priložnost, da se predstavimo kongresnim organizatorjem, ki skrbijo za nekaj tisoč mednarodnih kongresov letno. Program letnih srečanj IAPCO v prihodnje pa je: 2000 - Rio de Janeiro, 2001 - Amsterdam, 2002 - Slovenija, 2003 - Sydney. Kar ugledna družba, ali ne?



Neobičajna otvoritev 14. Svetovnega kongresa o projektne managementu Cankarjev dom, 10. - 13. junij 1998 (na sliki iz leve proti desni: Gilles M. Caupin, Francija, predsednik IPMA; Dr. Anton Hauc, Slovenija, predsednik Slovenskega združenja za projektni management; Klaus Pannenbacker, Nemčija, bivši predsednik IPMA)

## Nemški trg organizatorjev potovanj

Po končanem poslovnem turističnem letu 1997/98 je FVW International objavil glavne rezultate nemških organizatorjev potovanj. Podatki zajemajo približno 70 % celotnega trga organiziranih potovanj, pri potovanjih z letali pa ta delež znaša celo 90 %. Po zadnjih podatkih lahko opazimo, da se je porast organiziranih potovanj v zadnjem turističnem letu nekoliko zmanjšal. Povečanje je skoraj izključno po zaslugi nekaj največjih tour operatorjev, medtem ko so manjši organizatorji zabeležili izgubo, še zlasti pri letalskih aranžmajih.

Po ustvarjenem prometu so takole razvrščeni:

1. TUI Nemčija (6.560 mio DEM)
2. C & N Touristic (5.528,6 mio DEM)
3. NUR Nemčija (zajet že v C & N) (4.234,3 mio DEM)
4. LTU Touristic (2.887,7 mio DEM)
5. DER Tour (1.565 mio DEM)
6. FTI (1.310,9 mio DEM)
7. IST (1.261,7 mio DEM)
8. Alltours (1.160 mio DEM)

Ti veliki nemški organizatorji pokrivajo prvič več kot 80 % trga, kar znaša 20,3 mrd. DEM. TUI in C&N Touristic obvladata že skoraj polovico celotnega prometa, ki je zajet v tej statistični analizi. Največji procentualni porast, za razliko od obeh največjih organizatorjev, pa so imeli DER Tour, FTI in Alltours, ki so uspeli pridobiti nova tržišča.

Sedem največjih organizatorjev načrtuje in računa z 9,2 % porastom v letu 1998/99, v primerjavi s prejšnjim letom, kar gotovo niso realistična pričakovanja.

Povečanje prometa pri TUI gre predvsem na račun njihovega programa poceni potovanj, ki ga izvaja pod imenom 1-2-Fly. Isto naj bi veljalo tudi za NUR. Največjo izgubo tržnega deleža je ponovno utrpela grupacija LTU, največji porast v tekmi z vodečimi pa je zabeležila grupacija FTI, ki ima v letošnjem programu tudi Hrvaško (Dubrovniško področje) s skupno kapaciteto 46.000 letalskih sedežev.

Ker Slovenija ni "letalska destinacija", nam omenjeni razvoj ne odgovarja, saj je konkurenčna bitka predvsem na osnovi poceni letalskih aranžmajev, zato pri počitnicah v Sloveniji ne more priti do posebnih "last minute" ponudb, ki omogočajo počitnice z vključenim letalskim prevozom po isti ali nižji ceni, kot je bivanje v Sloveniji, kamor se nemški turist v večini odpravi z lastnim avtom. Prizadeti pa so tudi avtobusni programi, ki izgubljajo tekmo s poceni letalskimi aranžmaji, zato iščejo rešitev v organiziranju krajših in "event" potovanj, počitniški trg pa je vse bolj v rokah velikih. (JR)

Toni Gomišček



## Slow Food

s kakim terpentinom in prižgali. Polžjih hišic pa so imeli takrat vsi ogromno, saj so bile te živalce skoraj edino meso, ki je bilo vsem dostopno. Vas ob vznožju Sabotina je danes bolj znana po štrukturalnih, ki jih pripravljajo na Valentinovo, slikovite procesije in polžje pojedine pa živijo le še v spominu.

In vendar so polži hrana za sladokosce. In ker so obenem sila počasni, ni čudno, da so si jih pristaši zamislili o "počasnem prehranjevanju" vzeli za svoj zaščitni znak. Mednarodno gibanje Slow Food bo prav letos staro deset let - toliko časa je namreč minilo od podpisa manifesta gibanja "za zaščito užitka in pravice do užitka", še prej pa se je kot odgovor na grozečo poplavo hitro pripravljene hrane rodilo v Italiji.

Skupina prijateljev iz Braja v Piemontu, ki so jim v ušesih še odmevali vzkliki novolevičarskih študentskih gibanj, se je zdržila ob vesti, da Mc Donald odpira svoj obrat na enem najlepših rimskih trgov. In še posebej so se čudili zadovoljstvu tamkajšnjih varovalcev kulturne dediščine, ki so se hvallili, da so Američanom uspešno preprečili prebarvanje celega procelja renesančne palače v barve kralja hamburgerjev.

"Ne samo procelja stavb, tudi jedi so del naše kulture. Ohranjati jih moramo kot del naše istovetnosti, saj je v pripravi hrane zajeta cela zgodovina nekega naroda," so menili Carlo Petrini, Piero Sardo in somišljeniki, ki so v povezavi s krovnim združenjem levičarskih društev ARCI kmalu dobili pristaše v vseh italijanskih deželah. Arcigola (Arcigrolo) je kmalu postala izredno odmevna družina, ki je s svojimi revijami, vodiči in drugimi pobudami izpostavljala in podpirala gostilne s pristno domačo hrano, pa tudi pridelovalce planinskih sirov, rejce starih pasem živali, dobre vinarje in skratka vse, ki so zavestno ali iz navade ostajali glasniki krajevno obarvane pestrosti.

"Nesmiselno je govoriti o nekakšni italijanski ali francoski ali katerikoli drugi državni kuhinji, saj ima vsaka dežela, pogosto celo vsaka vas svoje posebnosti," pravi predsednik mednarodnega Slow Fooda Carlin Petrini. Slovenci smo hitro postali zanimivi za člane Arcigole, ki so v gostilni Devetak na Vrhu Sv. Mihaela spoznavali kraške jedi, Pri Lovcu v Subidij jim je Joško Sirk postregel z briškimi posebnostmi, v Srednjem nad Nadižo pa jih je Teresa Covaceuscah razvajala z beneško-slovenskimi štrukturali. Potem so se odpravili preko meje, priporočili gostilni Pri Lojzetu iz Dornberka in Franko iz Starega Sela tudi bralcem njihovih vodičev, osmerico slovenskih vinarjev pa vključili v mednarodni vinski vodič. Prav ob predstavitvi slednjega, konec junija 1995, se je porodila tudi zamisel, da v Sloveniji oblikujemo nekaj prvih polžjih omizij.

V noči sredi decembra istega leta, ko bi vsakdo raje čepel na zapečku, se je kot prvo rodilo Goriško omizje. Kmalu po novem letu so si polžke kot znak pripadnosti mednarodnemu gibanju Slow Food pripeli člani Koprškega omizja, sledila je ustanovitev Ljubljanskega in nato Mariborskega omizja. V istem zamahu je bilo oblikovano še Dolenjsko omizje, sedaj pa delujeta še dve gorenjski omizji (Škofjeloško in Blejsko), Savinjsko in Koroško omizje.

Devetim omizjem naj bi kmalu pridružila še nova, tako da belih lis ne bo več. S takšno

## V znamenju polža

V Št mavru, dolgi vasi na zadnjih briških obronkih nad desnim bregom Soče (danes v Italiji) so mi pripovedovali, da so v letih po prvi svetovni vojni ob Veliki noči pripravljali polžje procesije. Ljudje, ki so se ravnokar vrnili iz begunstva na porušene domove, niso imeli denarja za svečke, da bi okrasili pot, zato so v prazne polžje hiške nasuli pepela, ga prepožili

razpredenostjo omizij je Slovenija kljub svoji majhnosti ena vodilnih držav v mednarodnem gibanju, kjer imamo tako člana v Svetu guvernerjev kot v predsedstvu, kar nam daje veliko prednost pri načrtovanju uspešnih nastopov na prireditvah pod okriljem polža. Največja doslej je bil novembrski Salon okusa v Turinu, na katerem smo dokazali, da sodi tudi Slovenija med države, ki obiskovalce pritegnejo s ponudbo dobre hrane in jedače. Po splošnem mnenju je bila slovenska večerja ena najboljših, obenem pa tudi do zadnjega mesta v sicer največji jedilnici (250 ljudi) zelo hitro razprodana. Mnogi posamezniki so obljubili, da pridejo kmalu na nekajednevi enogastronomski izlet, najavili pa so se nam tudi že prvi avtobusi radovednih polžev.

In za radovednost pri polžjem gibanju pravzaprav tudi gre. Spoznavanje drugih ljudi in drugih krajev se ne sme končati v muzeju, ampak v gostilni. Ali v hramu. Avtorji receptov za hitro prehranjevanje so morali poiskati najnižji skupni imenovalec okusov, da bi lahko zadovoljili kar največjo množico potrošnikov. Hrana, ki jo potem ponujajo od Tokya preko Ljubljane do New Yorka, ne potrebuje posebnih obrazložitev. Ham, ham in gremo dalje.

Ena izmed pobud Slow Fooda so t.i. delavnice okusa, na katerih postanejo rezine pršuta ali koščki sira protagonisti predstave, med katero povezovalc ob pomoči pridelovalca in strokovnjaka obrazloži celotno zgodovino nekega pridelka, njegovo vpetost v prehranske navade, njegovo simbolno vrednost in tako naprej. Kalorije so nenadoma pozabljene. Važno je, kako kaj diši, kako se obnaša pod prsti, med zobmi. Kaj nam govori in o čem vse nam lahko pripoveduje.

Res, ob krožniku in vinu se nam lahko razodene duša nekega naroda.

Pomen mednarodnega gibanja Slow Food je že zdavnaj presejal okvire družine ljudi, ki, po eni izmed šaljivih opredelitev, "hitijo z enega dobrega kosila na še boljše večerjo in se vmes ustavijo na kaki izjemni vinski pokušini". Danes postaja glasnik skrbi za ohranitev genetske različnosti in opozarja na celo vrsto jedi in surovin za njihovo pripravo, ki dnevno izginjajo z obličja zemlje. Pred časom je bilo splavljena zamisel o novodobni Arki, na katero bi morali rešiti razne vrste sadnega drevja, žitaric, stročnic, goveda, drobnice... Slovenci smo dali na ta seznam tepke, sevko, soško postrv, ajdo...

Na zadnjem sestanku predsedstva je bila sprejeta pobuda o podeljevanju mednarodnega priznanja s področja skrbi za ohranjanje prehranske kulture in biološke različnosti - prva podelitev naj bi bila ob naslednjem Salonu okusa, novembra 2000. Sedaj poteka zbiranje predlogov. Mogoče bi vsaj med nominiranci lahko našli koga tudi iz Slovenije? Letos jeseni bo v Braju velik sejem sirov, festival Slow Fooda načrtujejo konec aprila Nemci. Seveda smo povabljeni, da pomahamo s slovensko zastavo in predstavimo kaj našega. Če nam kdo dal eno roko (sponzor!) bomo mi zastavili obe!

### Slovenska organizacija:

- Aleš Kristančič (guverner)
- Toni Gomišček (viceguverner in konzul Goriškega omizja ter mednarodni podpredsednik)
- Igor Jakomin (Koprsko omizje)
- Matjaž Zupan (Ljubljansko omizje)
- Boštjan Protner (Mariborsko omizje)
- Vesna Čarman (Škofjeloško omizje)
- Mira Kos (Dolenjsko omizje)
- Martina Breznik (Celjsko-Savinjsko omizje)
- Rajko Bobovnik (Koroško omizje)
- Tomaž Sršen (Blejsko omizje)

## Združenje turističnih kmetij Slovenije vse aktivneje sooblikuje razvoj in trženje turizma na podeželju

V preteklem letu je Združenje turističnih kmetij Slovenije naredilo velik korak naprej, saj je postalo pomemben sogovornik Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, Ministrstvu za malo gospodarstvo in turizem, Centru za promocijo turizma Slovenije in drugim institucijam, ki skrbijo za razvoj turizma v Sloveniji. Številne izvedene aktivnosti, ki jih je Združenje predstavilo na seji skupščine 5. marca na Bledu, so v preteklem letu pripomogle k večji prepoznavnosti ponudbe turističnih kmetij na domačem in tujih trgih, k boljši zasedenosti in razvoju ponudbe.

Naj naštejemo samo nekatere vidnejše aktivnosti iz leta 1998:

- izdaja kataloga turističnih kmetij Slovenije pri časopisni hiši Delo, v sodelovanju s CPTS (skupna naklada 24 tisoč izvodov je zaradi izrednega zanimanja v septembru že povsem pošla);
- sodelovanje s CPTS pri izdaji barvnega prospekta turističnega področja podeželje (od maja '98 sta bila splošni prospekt podeželje in katalog turističnih kmetij na voljo potencialnim gostom na vseh predstavništvih in informativnih uradih CPTS v tujini in na vseh 31 mednarodnih turističnih sejmih in borzah, na katerih je CPTS v letu 1998 predstavljala turistično ponudbo Slovenije);
- nastopi na sejmih (Alpe Adria, Senior v Celju,

Dnevi kmetijstva, ribištva in gozdarstva v Trstu, Gost tur in Slovenska turistična borza v Mariboru, Narava in zdravje v Ljubljani, Agritur v Santa Lucii di Piave pri Trevisu v Italiji);

- odnosi z mediji (številni članki in reportaže v slovenskih medijih ob izidu kataloga, celostranska reportaža o turističnih kmetijah v Sloveniji v angleškem časopisu TIMES, reportaža o ponudbi turističnih kmetij v reviji Slovenija, reportaža o ponudbi turističnih kmetij v Sloveniji v in-flight reviji Adrie Airways itd);
- sodelovanje pri izvedbi tečajev za nosilce turistične dejavnosti na kmetijah (sofinanciranje izvedbe šestih tečajev za nosilce turistične dejavnosti na kmetijah, ki jih je v letu 1998 obiskalo 130 kmetov);
- izvajanje 1. faze projekta PHARE, Turizem na kmetijah Koroške, Slovenije in Furlanije Julijske Krajine. V okviru tega projekta bo konec marca izšel katalog turističnih kmetij Slovenije, Koroške in Furlanije Julijske Krajine (katalog bomo predstavili v naslednji številki Turizma, op.p.);
- akcija za brezplačno počitnikovanje otrok iz Posočja med 26. in 30. oktobrom na turističnih kmetijah po vsej Sloveniji;
- izvajanje informacijske službe in zbiranje vitalno pomembnih informacij za nadaljnji razvoj ponudbe in trženja (raziskava med 1000

prejemnikom kataloga in 500 turističnimi kmetijami v Sloveniji);

Poleg poročila o izvedenih aktivnostih v preteklem letu so članom - skupščine se jih je udeležilo več kot polovica od 220 članov Združenja - predstavili tudi obširen program

dela za leto 1999, ki glede na pravilno zastavljene smernice dela Združenja turističnih kmetij Slovenije in v prvem letu delovanja nadaljuje in še nadgrajuje aktivnosti na področju razvoja in trženja turistične ponudbe na podeželju.



**✳ Evropa vse bolj zanimiva tudi izven glavne sezone** - Po napovedih Evropske turistične komisije (ETC) bo Evropo med oktobrom 1998 in aprilom 1999 obiskalo več kot 5,5 milijona ameriških turistov, kar že sedmo leto zapored predstavlja rekordno število. Povpraševanje po Evropi se v izven sezonskih mesecih povečuje prav tako hitro kot v glavni sezoni, tako da je število ameriških turistov, ki si za cilj svojega potovanja izberejo Evropo, v sedmih mesecih izven glavne sezone že skoraj enako povpraševanju v glavnih petih sezonskih mesecih (med majem in septembrom).

**✳ Nemčija uspeva s tematskimi leti** - Odločitev Nemške turistične organizacije (Deutsche Zentrale für Tourismus) o začetku uvajanja tematskih let v nemškem turizmu je bila pravilna. To je namreč povečalo zanimanje prekomorskih tour operatorjev za organizacijo paketnih potovanj v Nemčiji in sicer je njihovo število naraslo za pet odstotkov na 2800, medtem ko se je število paketov povečalo za 30 odstotkov. Leto 1999 je posvečeno 250. obletnici rojstva osrednjega nemškega pesnika, Goetheja. Praznovanje bi naj po pričakovanjih pritegnilo dodatnih 300.000 obiskovalcev, ki bi naj ustvarili 60 milijonov DEM. Osrednji dogodek pa bi naj vsekakor predstavljala razstava EXPO 2000, ki bo med 1. junijem in 31. oktobrom potekala v Hannoveru na temo "Narava, ljudje in tehnologija", za katero se je prijavilo že več kot 180 držav (s čimer so se že približali številu držav, ki je svojo ponudbo predstavilo na 33. berlinski ITB borzi), ogledalo pa bi si jo naj okoli 20 milijonov ljudi. Poleg teme kulture bodo v ospredju tudi "wellness" in kulinarčni programi. Nemčija poleg tega goji velika upanja za pridobitev organizacije; v tekmi sta še Velika Britanija in Južna Afrika.

**✳ V Avstralijo potuje vse več Evropejcev** - Avstralska turistična organizacija (Australia Tourist Commission) pričakuje, da bo obisk te prekomorske destinacije iz Evrope letos prvič prebil magično mejo enega milijona. V letu 1998 je Avstralijo obiskalo 940.000 Evropejcev, celotno turistično leto pa se je za avstralski turizem končalo s tri odstotnim padcem, ki ga je povzročil 22 odstotni padec iz azijskih trgov. Tako se je komaj drugič v dvajsetih letih zgodilo, da so bile številke v primerjavi z letom poprej nižje.

**✳ Leto turističnega buma za Tajsko** - Zaradi ekonomske krize v jugovzhodni Aziji je leto 1998 minilo v znamenju turističnega "buma" na Tajskem. Zaradi nemirov in nestabilne situacije pri njihovih sosedih in zaradi devalvacije bahta (tajska denarna enota) se je veliko število evropskih organizatorjev potovanj odločilo za Tajsko in celo podvojilo svoje poslovanje s to državo. Premier Holidays je poročal o 300 odstotnem povečanju zanimanja za Phuket in 200 odstotnem za Koh Samui, TUI je povečal prodajo Tajske za 60 odstotkov. V nasprotju pa so se prihodi na Filipine zmanjšali za 40 odstotkov. Premier je razen Balija prenehal s prodajo Indonezije, zaradi posledic nemirov pa so ti morali zaradi zmanjševanja stroškov celo zapreti turistični urad v Evropi. Vprašanje je, če se lahko spektakularna rast prihodov na Tajsko

ponovi tudi v letu 1999, saj je le-ta lani v največji meri temeljila na ugodni cenovni politiki, za letos pa hotelirji poskušajo izsiliti tudi do 45 odstotno povečanje cen.

**✳ Turčija povečuje turistične kapacitete in bogati ponudbo** - Turški minister za turizem Ahmet Tan napoveduje 35 odstotno povečanje hotelskih sob in bolj raznolike turistične programe. Tako bi se naj število sob iz zdajšnjih 700.000 povečalo na 950.000, ponudbo pa bi naj obogatili s kongresnim turizmom, golfom, kulturnimi in zdraviliškimi programi ter jo razširili tudi na zimo. Lani je Turčijo obiskalo 9,7 milijonov tujih turistov, največ (2,2 milijona) jih je prišlo iz Nemčije. Minister Tan je na ITB zagotovil, da je Turčija kljub problemom s Kurdi varna turistična destinacija, vendar pa je z vojniki tako v civilu kot v uniformah izredno zastražen turški paviljon na letošnjem berlinskem ITB dajal drugačen vtis. Turški hotelirji že poročajo o odpovedih rezervacij v teh mesecih, pomočnik državnega sekretarja na turističnem ministrstvu Faruk Erol pa izraža upanje, da bo izguba zaupanja evropskih turistov več kot nadomeščena s povečanim zanimanjem iz bolj oddaljenih destinacij, kjer kurdski nemiri niso zbudili toliko pozornosti.

**✳ Valencija v novo tisočletje z "Mestom umetnosti in znanosti"** - Turistično združenje Valencije bo do leta 2000 odprlo futuristično "Mesto umetnosti in znanosti" in tako obeležilo vstop v novo tisočletje. Projekt v vrednosti okoli 300 milijonov USD bo vključeval planetarium, oceanografski park, umetnostno palačo s pokritim gledališčem s 1800 sedeži in odprtim avditorijem za 2500 obiskovalcev in še kaj.

**✳ Jordanija napoveduje povečanje obsega turističnih postelj** - Tudi Jordanija gleda v novo tisočletje in načrtuje 50 odstotno povečanje hotelskih kapacitet - na 35.000 sob. Med novimi, že končanimi investicijami, je nov hotel na obali Mrtvega morja s petimi zvezdicami in 231 sobami (Movenpick) in hotel s 311 sobami v osrčju poslovnega Amana.

**✳ Združenje First Choice in Kuoni?** - First Choice, tretji največji organizator potovanj v Veliki Britaniji, in Kuoni, s sedežem v Švici in prisotnostjo v Veliki Britaniji, Nemčiji, na Nizozemskem, v Italiji in Skandinaviji, sta pred kratkim oznanila združenje, s čimer bi naj nastala največja panevropska družba v potovalni industriji. Kuoni bi naj imel pod kontrolo 53 odstotkov delnic, First Choice pa ostali delež, za upravljanje družbe pa bi naj ustanovili novo podjetje, imenovano Kuoni Holdings.

**✳ Italija bo v letu 2000 hotele oprostila plačevanja DDV** - Italija je napovedala, da bodo leta 2000 vse B & B hotele oprostili plačevanja davka na dodano vrednost, s čimer želijo povečati in spodbuditi število obiskovalcev. Svojo odločitev vidijo kot potezo gostoljubnosti, ki jo bodo tudi poskušali raztegniti čez prelomno leto 2000. Po pričakovanjih bo Rim kot sveto mesto ob milenijumu pritegnil 20 milijonov ljudi. Že nekaj časa so razprodane vse postelje (hoteli, penzioni, samostani...) v radiju 100 km od Rima.

**Utrinki iz BIT Milano in ITB Berlin**



1



2



3



4

Slika 1  
Premierna postavitev nove stojnice v Milanu.

Slika 2  
Kranjska Gora se je na ITB Berlin še posebej predstavila na 38 m2 v slogu Liznjakove domačije in s kandidaturom ZOI 2006.

Slika 3  
Eden pomembnih trenutkov na ITB Berlin je bil podpis pogodbe z ADAC-om o spremljanju merjenja čistoče slovenske obale (na sliki od desne proti levi: podpredsednik ADAC Michael Stich, minister za malo gospodarstvo in turizem Janko Razgoršek in direktor CPTS Franci Krizan).

Slika 4  
In po podpisu pogodbe...

**Na CPTS dopolnjujemo diateko slovenskega turizma - vabljeni!**

Na CPTS vabimo vsa turistična podjetja, hotelske hiše, turistične centre, turistična društva, muzeje, galerije, naravne parke, skratka vse turistične ponudnike, da nam posredujete diapozitive svoje ponudbe. Že dve leti namreč razvijamo diateko - slikovno bazo slovenskega turizma - ki jo želimo za potrebe še prodornejše in učinkovitejše promocije slovenske turistične ponudbe na tujih trgih obogatiti. S tem si bo vaša ponudba utrla pot do objave v raznih publikacijah, revijah, časopisih, katalogih tour operatorjev, na raznih predstavvah itd in to izključno v tujini. Prosimo vas, da nam poleg diapozitivov (lahko tudi v elektronski obliki) pošljete potrdilo, da nam odstopate avtorske pravice (za nadaljnje informacije se obrnite na Roka V. Klančnika, 061 1891 840).

**Blejska delegacija v teksaškem Benbrooku na podpisu listine o prijateljstvu**



V dogovoru o sodelovanju med Bledom in Benbrookom, mesti, ki jih družijo ravno njihova nasprotja - okolica tega teksaškega mesta je namreč povsem ravninska, je zajeta izmenjava programov, izkušen in študijskih potovanj s področja umetnosti, kulture, izobraževanja, športa in seveda turizma. Blejci so med obiskom teksaškim organizatorjem potovanj v kratkem predavanju predstavili Slovenijo, rezultat pa bo že njihov obisk Bleda oktobra letos (iz leve proti desni: Janez Fajfar, direktor Vile Bled, Boris Malej, župan Bleda, Jerry Dunn, župan Benbrooka, in Eva Štravs Podlogar, svetovalka za tržno komuniciranje na Direkciji za turizem Bled).

**Top 10 turističnih destinacij v letu 1998** (po številu mednarodnih prihodov) - Število prihodov tujih turistov v Španijo se je v letu 1998 povečalo za 10 odstotkov, kar predstavlja štirikratno rast svetovnega povprečja, Španijo pa je to uvrstilo takoj za še vedno vodilno Francijo. ZDA ostaja številka ena glede na prihodke iz naslova turizma (vir: WTO).

1	Francija	70,000.000	4,7 %
2	Španija	47,743.000	10,0 %
3	ZDA	47,127.000	- 1,3 %
4	Italija	34,829.000	2,2 %
5	Velika Britanija	25,475.000	- 0,2 %
6	Kitajska	24,000.000	1,0 %
7	Mehika	19,300.000	- 0,3 %
8	Poljska	18,820.000	- 3,6 %
9	Kanada	18,659.000	7,9 %
10	Avstrija	17,282.000	3,8 %

**Sejemski in borzni nastopi v organizaciji CPTS po ITB Berlinu in do RDA Köln** (informacije pri Vesni Nahtigal na tel. 061 1891 840)

06.03. - 14.03.	TEMPOLIBERO	Vicenza
23.03. - 27.03.	SENIOR AKTUELL	Dunaj
24.03. - 27.03.	MITT	Moskva
24.03. - 28.03.	UTAZAS	Budimpešta
25.03. - 28.03.	TUR	Göteborg
14.04. - 18.04.	FREIZEIT	Celovec
12.05. - 15.05.	ITTF	Zagreb
18.05. - 20.05.	EIBTM	Ženeva
15.05. - 23.05.	FIERA CAMPIONARA	Padova
05.06. - 13.06.	TOURMONDO	Bologna
10.08. - 12.08.	R D A	Köln

## HIT skupaj z italijanskim Eurotravel izdal incoming katalog

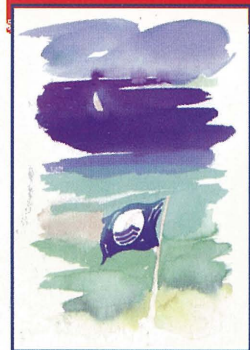
Novogoriški HIT je na letošnjem BIT Milano sodeloval že osmo leto, letos pa je bil poleg predstavitev iger v živo v ospredju nov incoming katalog, ki so ga pripravili skupaj z italijanskim organizatorjem potovanj Eurotravel. Katalog je v celoti posvečen predstavitvi HIT-ove ponudbe igralništva, zabave in njihove dodatne hotelske in turistične ponudbe. Za Eurotravel je to že 25. katalog po vrsti, vendar prvi posvečen izključno igralništvu, za kar so se odločili na osnovi visoke kakovostne ravni ponudbe in storitev te največje slovenske družbe na področju prirejanja posebnih iger na srečo, ki bi naj še v mesecu marcu dobila pet koncesij. Po besedah Suzane Pavlin, vodje prodaje v HIT-u, bo katalog glede na njegov pomen za promocijo na italijanskem trgu po lansiranju na BITu predstavili tudi na domačem trgu in sicer 23. marca na ljubljanskem gradu (na sliki Suzana Pavlin in predsednik Eurotravel Cleto Benin z "dotičnim" katalogom).



## Tudi letos boj za evropski ekološki znak Modra zastava '99

Z namenom ohranjanja naravnega območja in obrežnega okolja ter zaradi vključitve Slovenije v evropsko fundacijo FEEE (Foundation for Environmental Education of Europe) je bilo leta 1994 ustanovljeno neprofitno in nevladno društvo DOVES.

Eden izmed treh programov FEEE, ki ga izvajajo v društvu Doves, je program Modra zastava. Ta znak oziroma priznanje se podeljuje vsako leto posebej, tako s strani slovenske nacionalne komisije, ki deluje v okviru društva Doves, kot na osnovi odločitve evropske komisije The European Blue Flag Slovenija bo letos sodelovala že petič, Hrvaška še prvič. Doves je letošnji razpis že naslovil na marine in naravna kopališča ob morju, letos pa tudi prvič dvema jezerskima kopališčema. Letošnji potencialni interesenti za Modro zastavo so med kopališči Okolje Portorož, Hoteli Morje Portorož, Salinera Strunjan, Krka Strunjan, Hotel Delfin Izola, Adria Ankanar, Direkcija za turizem Bled z blejskim kopališčem, Velenjsko jezero, med marinami pa Marina Portorož, Izola in Koper. Lani so laskavi naziv prejela osrednja portoroška plaža, Salinera Strunjan, Krka Strunjan in Marina Portorož.



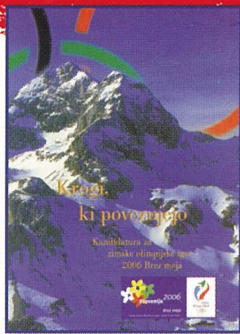
Jury. Dobijo ga tista naravna zdravilišča in marine, ki izpolnjujejo določene ekološke kriterije. V letu 1998 je bilo takšnih 1927 kopališč in 572 marin v 19-ih evropskih državah.

Na ta način smo tudi v Sloveniji enakovredno vključeni v prizadevanje za ohranjanje naravnega okolja, kar je že postala ena izmed evropskih in svetovnih prioritet. To potrjujejo tudi izjave nekaterih največjih organizatorjev potovanj, ki napovedujejo, da bodo po letu 2000 v svoje kataloge vključevali le tiste turistične destinacije, ki bodo svojo ekološko osveščenost izkazovale z Modro zastavo. Leta 2000 nameravajo v FEE še razširiti kriterije, kar bo pomenilo še en korak naprej k razvijanju koncepta "Zelena destinacija".

Slovenija bo letos sodelovala že petič, Hrvaška še prvič. Doves je letošnji razpis že naslovil na marine in naravna kopališča ob morju, letos pa tudi prvič dvema jezerskima kopališčema. Letošnji potencialni interesenti za Modro zastavo so med kopališči Okolje Portorož, Hoteli Morje Portorož, Salinera Strunjan, Krka Strunjan, Hotel Delfin Izola, Adria Ankanar, Direkcija za turizem Bled z blejskim kopališčem, Velenjsko jezero, med marinami pa Marina Portorož, Izola in Koper. Lani so laskavi naziv prejela osrednja portoroška plaža, Salinera Strunjan, Krka Strunjan in Marina Portorož.

## Krogi, ki povezujejo

Kandidatura Treh dežel za Zimske olimpijske igre 2006 in sodelovanje s Furlanijo Julijsko Krajino in Koroško je za Slovenijo izrednega pomena, predvsem za nadaljevanje uspešnega pozicioniranja slovenske turistične ponudbe v osrčju Evrope. Ta moment je Slovenija dobro izkoristila na nedavno končani berlinski borzi, kjer sta bila kandidatura in projekt "Brez meja" v ospredju celotne predstavitve. Za promocijo Slovenije in predstavitev slovenskih prizorišč sta Slovenski organizacijski odbor zimskih olimpijskih iger 2006 brez meja in Center za promocijo turizma Slovenije v nakladi 5000 izvodov (3000 v angleškem in 2000 v slovenskem jeziku) izdala predstavitevno brošuro z naslovom "Krogi, ki povezujejo" (informacije na distribucijskem centru CPTS na o61 134 44 75).



## Izšla nova turistična karta Slovenije

Tik pred osrednjima turističnima dogodkoma, BIT Milano in ITB Berlin, je izšla nova, nekoliko "posodobljena" turistična karta Slovenije. Skupna naklada je 200.000 izvodov, od tega 150.000 angleško-nemške verzije, 40.000 italijansko-francoske in 10.000 slovensko-hrvaške. Na zadnji strani sta osnovne informacije o Sloveniji zamenjala itinararja za odkrivanje Sloveniji skozi najbolj zanimive turistične kraje in pa njeno kulturno dediščino in gradove.



## Kje je kdo?

- Urad Vlade za informiranje je dobil novo direktorico. **Marto Kos**, ki po za zdaj še neuradnih napovedih odhaja na mesto Delove dopisnice v Berlin, je zamenjala **Alja Brglez Uranjek**.
- Na mestu načelnika Oddelka za gospodarske dejavnosti in turizem na Mestni občini Ljubljana je **Velislava Žviplja** nasledila **Vanja Rangus**, ki poleg tega še naprej ostaja vodja Podjetniškega centra.
- **Barbara Zupanc** bi naj z začetkom aprila odšla iz ljubljanskega sekretariata za turizem v okviru Ministrstva za malo gospodarstvo in turizem in prevzela vodenje področja turizma na Oddelku za gospodarske dejavnosti in turizem na Mestni občini Ljubljana.
- **Janko Humar**, ki bi ga brez zadržkov lahko imenovali razvoja bovškega turizma in povezovalni element celotnega Posočja, je zapustil hotele Alpkomerc. Nov vodja gostinstva je postal **Vojko Šuligoj**.
- **Zvone Ciglič** iz Adrie Airways je s 1. marcem postal vodja informativnega urada CPTS v Londonu, kjer je zamenjal **Stanka Severja**.
- **Eno vodilnih slovenskih zdravilišč**, tako po uspešnosti kot priljubljenosti, bo dobilo novega direktorja - s 1. junijem namreč iz Zdravilišča Atomske Toplice na Banko Celje odhaja **Boris Završnik**. Kdo ga bo nasledil, se za enkrat še samo ugiba, zato o tem točneje naslednjic.
- **Daniilo Trampuž** je postal vodja strunjanskega hotela in restavracije Laguna, za njim pa je z vodenjem GH Palace, Hotelov Piran in delniške družbe Taverna že precej bogata turistična pot.
- **Združenje za turizem in gostinstvo** se je konec februarja preselilo v tretje nadstropje nove "high-tech" stavbe Gospodarske zbornice Slovenije. Zdj jih najdete na Dimičevi 13, 1504 Ljubljana, telefonska številka hišne centrale je 1898 000, telefaks pa 1898 100 in 200.
- Pred kratkim je elektronski naslov dobil tudi Informativni urad CPTS v Zürichu: **adria.slo@bluewin.ch**, tako da zdaj manjka le še londonski. Naj izkoristimo tole priložnost in vas spomnimo na vse ostale: München - **slovenien.fva@t-online.de**, Dunaj - **slovenien.info@xpoint.at**, Milano - **borisba@tin.it**, Rotterdam - **kompasnl@euronet.nl**, Budimpešta - **tourism.and.travel@kompas.hu**, New York - **slotouristboard@sloveniatravel.com**.
- V zadnji številki Turizma smo napačno zapisali, da je Delovna skupina za turizem Alpe Adria prvič podelila priznanje za dobro in strokovno sodelovanje in sicer **Tadeji Lazanski**. Tokrat popravljamo informacijo, saj sta priznanje prejela tudi državni sekretar za turizem **Tomaž Zajc** in vodja informacijskega sistema na CPTS **Lučka Letič**. Opravičilo in čestitke tudi njima!

## Podčrtano

### Z znanjem, profesionalnostjo in svežimi idejami so ujeli trenutek - Soča Rafting

Tokratna pohvala gre izredno mlademu, zagnanemu, svežih idej polnemu, z marketinškim znanjem in s profesionalnim pristopom podkovanemu teamu podjetja Soča Rafting. Vzroki so poleg vsega naštetega še vsaj trije. Konec lanskega leta so za obogatitev turizma v dolini reke Soče in za vrhunsko usposobljenost kadrov prejeli turistični nagelj, letos pa bodo praznovali jubilejno deseto obletnico delovanja. Za tovrstno mlado športno ponudbo je to že spoštovanja vredna obletnica, ki so jo pred kratkim pospreмили še z izdajo oblikovno dovršenega iq vsebinsko pestrega kataloga, v katerem predstavljajo svojo pestro ponudbo raftinga, canoyinga, hydrospeedinga, trekinga, jamarstva, smučanja itd, pa tudi možnosti izletov po dolini Soče. Današnji gost postaja vse zahtevnejši in se v množici istovrstne ponudbe odloča za tisto, ki je najbolj kakovostna, atraktivna in ponuja največjo vrednost za ceno. Soča Rafting se tega res dobro zaveda, zato je to njihov trenutek! (NM)

## Slovenija na kratko

✳ Zdravilišče Strunjan pospešeno dobiva novo podobo, saj se bodo obnovitvena dela zaključila že v začetku aprila. Dograjeno bo 3. nadstropje hotela, prenovljene vse hotelske sobe in sobe v bungalovih, recepcija, kuhinja, restavracija, zdravstveni del in pokrit bazen, na novo pa zgrajen še zunanji bazen s povezavo z notranjim, pa otroški bazen, trije whirlpooli, tri savne, beauty center s thalassoterapijo, telovadnica, fitnes in solarij.

✳ Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem bo najverjetneje še ta mesec podelilo sedem velikih koncesij za prirejanje posebnih iger na srečo in sicer pet novogoriškemu HIT-u in dve portoroški družbi Casino.

✳ Kaj je novega v Kranjski Gori? Med najpomembnejšimi novostmi je seveda ureditev sistema umetnega zasneževanja za zdaj že skoraj preteklo zimsko turistično sezono, kar bo za naslednjo zimsko sezono podjetje RTS Žičnice Kranjska Gora nadgradilo z investicijami v prepotrebno obnovo žičniških naprav, poleg tega pa velja med novostmi omeniti tudi nadaljevanje intenzivne obnove nekaterih večjih hotelskih hiš - že obnovljenim sobam v Leku in Kompas se bodo pridružile še tiste v Hotelu Alpina, nekaj dodatnih sob pa bo z razširitvijo HIT-ove igralnice pridobil tudi Hotel Relax, ki je z letošnjim letom prešel v last HIT Casino Kranjska Gora. Hotel Kompas je z ureditvijo kongresne dvorane za 200 oseb razširil ponudbo hotela na kongresno-seminarsko dejavnost.

✳ Z novo zimsko sezono se bodo nekatera slovenska smučišča po vzoru drugih alpskih držav potegovala za znak kakovosti slovenskih smučič. Podeljevala ga bo posebna komisija Združenja za turizem in gostinstvo pri ZGS, smučišča pa bodo morala zadovoljevati stroge kriterije, ki bodo dokazovali enako kakovost oziroma primerljivost s tujimi alpskimi smučišči, ki ta znak že imajo.

✳ Na območju Julijskih Alp so izdelali nove turistično-informativne panoje s panoramsko karto Julijskih Alp, ki prikazuje vse smučarske centre na tem območju, pomembnejše kraje, cestne povezave in mejne prehode; postavljeni so na Petrolovih bencinskih servisih, železniških postajah in enotah Pošte Slovenije na tem območju.

✳ Škocjanske jame so z 12. marcem prešle iz delniške družbe Hoteli, turizem in gostinstvo Sežana pod upravljanje Parka Škocjanske jame, ki deluje kot javni zavod v okviru Ministrstva za okolje in prostor.

✳ Pri turističnem prometu v slovenskih zdraviliščih je bilo v mesecu februarju znatni rahlo stagnacijo, predvsem na račun številnih obnov (Zdravilišče Laško, Strunjan, portoroška hotela Mirna in Apolo), podatki pa tuje trge pa kažejo spodbudno 3 odstotno rast pri prenočitvah.

✳ Dijaki in mentorji srednjih šol za gostinstvo in turizem so pod okriljem Nacionalnega turističnega združenja raziskovali, katera so tista področja v turizmu, kjer se lahko zaposlijo po končani šoli. Svoja spoznanja so predstavili na konferenci Mladi za turizem 16. marca na Rogli.

**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: misa.novak@cpts.tradepoint.si - Glavna in odgovorna urednica: Miša Novak - Uredniški odbor: Franci Križan, Rok V. Klančnik, Maja Pak, Lučka Letič, Miša Novak, Danica mag. Zorko, Srečko Šajn, Janez Pregar, Slavko Mastnak, Marija Rok, Renata Picej, Drago Medved - Oblikovanje: imago - DTP: Damjan Ilč, imago. Priprava za tisk: Alten d.o.o., Repro studio - Tisk: Tiskarna Graf, Ljubljana, Ministrstvo za kulturo RS je izdalo odločbo, da se glasilo TURIZEM vpiše v evidenco javnih glasil pod zaporedno številko 1382 - Glasilo je brezplačno. Naročila sprejemamo na CPTS, izključno po faksu, št. 061-189-18-41.