

**I FEEL
SLOVENIA**

Convention & Culture Partner ITB Berlin 2017



**I FEEL
SLOVENIA**

TUR!ZEM

***Turistična borza ITB Berlin 2017:
Slovenija je obarvala Berlin zeleno***

www.slovenia.info/turizem
#ifeelsLOVEnia



ZA NAMI ŠE ENO REKORDNO LETO, PRED NAMI AMBICIOZNI NAČRTI

Z letom 2016 smo lahko v slovenskem turizmu upravičeno zadovoljni. Blizu 11 milijonov prenočitev, rast števila tujih turistov nad povprečjem držav Evropske unije, rast števila turistov in njihovih prenočitev s tradicionalno pomembnih trgov blizu 10 odstotkov, številne uvrstitve Slovenije na lestvicah najbolj privlačnih destinacij in priznanja, predvsem na področju trajnosti, dokazujejo, da postaja Slovenija čedalje bolj prepoznavna in privlačna destinacija z avtentičnimi turističnimi produkti visoke dodane vrednosti, ki pričajo o trajnostni zavezi naše dežele.

Odlični rezultati niso naključje. So rezultat trdega dela zaposlenih v turizmu, novih inovativnih produktov, dobrega sodelovanja med deležniki v turizmu, intenzivne promocije, osredotočenega komuniciranja z jasnim sporočilom in premišljenih skupnih strateških odločitev pri ključnem vprašanju, kako želimo slovenski turizem razvijati in promovirati. Z rezultati smo zadovoljni, vendar doseganje visokih rasti števila prihodov in prenočitev turistov ni edini cilj slovenskega turizma.

Pred nami so novi izzivi: oblikovanje nove turistične strategije z ambicioznimi cilji, ki zajemajo precej višje prihodke v turizmu, in sicer z novimi naložbami, intenzivno in še bolj ciljno usmerjeno promocijo, optimizacijo organiziranosti v turizmu in novimi produkti z visoko dodano vrednostjo, ki temeljijo na načelih trajnosti. Vizija je jasna: razvoj butične, zelene, aktivne in zdrave destinacije za petzvezdična doživetja.

Veseli me, da smo pri pripravi strategije hitro dosegli soglasje pri oblikovanju štirih makro regij, ki bodo turistom omogočile lažjo prepoznavnost Slovenije, odgovornim pa oblikovanje privlačnejših produktov v regiji in med regijami ter tesnejšo, nujno potrebno povezavo destinacij s Slovensko turistično organizacijo. **Že aprila bo STO začela izvajati delavnice s slovenskim turističnim gospodarstvom za pripravo strateških usmeritev in pripravo programa trženja za leti 2018/2019.**

Lani smo okrepili in v skladu s trendi v turizmu nadgradili vsa klasična komunikacijska orodja (kampanje izven spleta, sejme in borze, delavnice in študijska potovanja za organizatorje potovanj in novinarje itd.) **in na novo vzpostavili digitalni marketing.** Postavili smo nov nacionalni portal in začeli izvajati digitalne kampanje, maja pa bomo začeli izvajati **Akademijo digitalnega marketinga.** Namenjena bo predstavnikom destinacij in podjetij, ki bodo lahko osvojili znanja za vzpostavljanje in upravljanje digitalnega marketinga. **Ob osamosvojitvi STO smo postavili cilj, da želimo biti v vrhu držav na področju digitalnega komuniciranja.** Da bomo pri tem čim bolj učinkoviti, poglobljamo znanja o ciljnih skupinah turistov, ki jih nagovarjamo.

Ob razvoju digitalnega komuniciranja v jedru naših aktivnosti ostajajo skupni nastopi s slovenskim turističnim gospodarstvom na nadgrajenih poslovnih dogodkih. Udeležili se bomo **45 sejmov in poslovnih borz, ob tem pa bomo letos v Sloveniji gostili več kot 200 tujih novinarjev in organizirali več kot 100 predstavitev Slovenije tujim organizatorjem potovanj.** Še naprej bomo koncentrirali sredstva v bližnje ključne evropske trge, z delom

sredstev pa bomo izkoristili priložnosti na oddaljenih trgih. **Intenzivneje bomo nastopili v ZDA in Kanadi.**

Za nami je vodilna svetovna turistična borza ITB v Berlinu, **na kateri se je Slovenija prvič predstavila kot partnerica borze, in sicer kot Convention & Culture Partner ITB Berlin 2017.** Partnerstvo na vodilni turistični borzi na svetu je za slovenski turizem izjemno pomembno, saj je ključno prispevalo k povečanju prepoznavnosti in ugleda Slovenije kot zelene, aktivne in zdrave destinacije s poudarkom na zdravih vodah in bogati slovenski kulturi. Kako veliko priložnost je pomenil ta partnerski nastop Slovenije na borzi, kažejo tudi podatki o tej turistični borzi: udeležilo se je več kot 10.000 razstavljalcev iz 187 držav, več kot 120.000 strokovnih udeležencev, več kot 26.000 kongresnih obiskovalcev ter več kot 5.500 novinarjev in vplivnih oseb iz sveta družbenih medijev. **Veseli me, da se je letos skupaj z nami v Berlinu predstavilo rekordno število slovenskih podjetij.**

S posebnim ponosom in veseljem nas navdaja prejem prestižnega priznanja **National Geographic World Legacy Destination Leadership** s strani National Geographic Society. To pomembno priznanje nam daje še večjo kredibilnost v prizadevanjih za spodbujanje razvoja trajnostnega turizma in je hkrati dokaz, da na področju trajnostnega turizma delamo prave korake v pravi smeri. Priznanje pomeni tudi veliko motivacijo za nadaljnji razvoj zelenega turizma. Tako bomo tudi letos še naprej pospeševali razvoj zelenega turizma z edinstvenim orodjem, tj. z **zeleno shemo slovenskega turizma, v katero je vključenih že več kot 50 destinacij in ponudnikov.** Vabimo vse, da se pridružite shemi, saj tako krepimo tržno uveljavljenost Slovenije in uresničujemo obljubo zelene, aktivne in zdrave Slovenije.

Spoštovani kolegi in kolegice. Napovedi o nadaljnji rasti turizma na globalni ravni so spodbudne, boj za tržni delež v čedalje močnejši konkurenci pa ne bo nič manjši. Pred nami je intenzivno poslovno leto s številnimi aktivnostmi in dogodki. Med njimi si bomo vzeli čas za pripravo novega dvoletnega programa trženja slovenskega turizma, ki ga želimo zasnovati skupaj z vami, v skladu z usmeritvami nove strategije.

Mag. Maja Pak,
direktorica Slovenske turistične organizacije

Uvodnik / **Tur!zem**



Foto: MGRT

ZA DOSEGO REZULTATOV, KI JIH PRIČAKUJEMO, SO POTREBNI POMEMBNI PREMIKI

Potrebe po posodobitvi ukrepov nismo zaznali le na ministrstvu, temveč so nas k temu močno spodbujali turistično gospodarstvo ter širša strokovna in splošna javnost. Ob tem se zelo jasno zavedamo, da je sprejetje tako ključnih dokumentov vedno odvisno od soglasja in podpore za posamezen predlog – torej tudi od vas, ki to zdaj berete.

Nikakršne želje nimamo sprejeti zakonov, ki bi jim gospodarstvo ali stroka nasprotovala. Nasprotno, naše poslanstvo je zagotovitev ugodnega poslovnega okolja s čim manj birokratskimi ovirami, da bo naše gospodarstvo lažje in učinkoviteje delalo, ter ob tem zagotoviti visoko kakovost in učinkovit vpliv na rezultate, ki smo si jih kot država in državljani zastavili skupaj.

Vendar pogosto naletimo na nasprotujoča si stališča. Verjamemo, da je zelo pomembno vsa slišati in pretehtati ter se nato odločiti. Zavedamo se, da se dobri strateški dokumenti ne sprejemajo v zaprtih pisarnah, ampak samo s konstruktivnim dialogom.

Z vami smo na terenu, ker nas zanima, katere so vaše pridobitve in težave, s katerimi se srečujete. Sami jih želimo videti in

zaznati. Z nami ste v sejnih sobah, ko razpravljamo o možnih rešitvah. Skupaj se veselimo pozitivnih rezultatov slovenskega turizma in skupaj ob tehtni presoji ugotavljamo, s katerimi izzivi se še moramo spoprijeti. Vedno potrebujemo vaš kritični razmislek, ob tem pa potrebujemo tudi vašo podporo za ukrepe, za katere smo skupaj presodili, da jih je treba udejanjiti.

Slovenski turizem je leta 2016 dosegel odlične rezultate glede števila prihodov (+9,4 odstotka) in prenočitev (+7,6 odstotka) turistov ter prilivov iz naslova izvoza potovanj (+4 odstotke). Pozitivnih rezultatov smo zelo veseli, vendar poudarjamo, da je naš cilj za prihodnje strateško obdobje predvsem povečanje prilivov iz naslova izvoza potovanj, in sicer na 3,7 – 4 milijarde evrov. Ta pa bo mogoč le ob večji dodani vrednosti, učinkovitem trženju turističnih produktov in povečanju zasedenosti kapacitet. Trend zadnjih let je namreč rast števila prihodov in prenočitev turistov, ki pa jim v enaki ali višji meri ne sledi rast prilivov. Ta je sicer pozitivna, a za nekaj odstotkov nižja od rasti števila prihodov in prenočitev.

Povečanje prilivov iz naslova izvoza potovanj je bil cilj že vseh dosedanjih strategij. In ne, ni dovolj, da ta cilj le znova zapišemo v Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021, ki jo pripravljamo. Zavedamo se namreč, da če ta cilj zapišemo, a v strategiji navedemo bolj ali manj enake ali podobne ukrepe, kot jih navajamo že deset let, bo učinek približno podoben: čez pet let bomo ugotovili, da števili prihodov in prenočitev rasteta, izplen vsega tega pa ni takšen, kot smo želeli.

Zato so potrebni premiki, pomembni premiki.

V novi strategiji bo predlaganih nekaj ključnih novosti, med njimi uvedba le štirih destinacij, oblikovanih na podlagi produktov. Prepričani smo, da bo to prineslo pomemben preboj. A samo to še ne bo dovolj. Nujni bosta drugačna organiziranost turizma in predvsem skrb za močan razvoj produktov, in sicer na nacionalni ravni. Pospešeno se bo treba lotiti naložb, od premisleka o vlogi države v lastništvu do iskanja novih greenfield naložb. Zavedamo se, da moramo bolj skrbeti za področje malih in srednjih podjetij ter prevetrili politiko kadrov v turizmu. Upam, da se vsi zavedamo, da sta motiviranost in srčnost zaposlenih v turizmu zelo pomembni in nikakor samoumevna dejavnika. Turizem je storitvena dejavnost in kadri imajo pri kakovosti storitve ključno vlogo.

Pogumno bomo zagrizli v vsako izmed teh pomembnih področij. In upamo, še več, verjamemo, da skupaj z vami!

Eva Štravs Podlogar,
državna sekretarka na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo.



Osrednjo točko nastopa slovenskega turističnega gospodarstva na ITB Berlin 2017 je predstavljala stojnica v hali 17 z rekordnim številom partnerjev slovenskega turizma. Na stojnici je bila izpostavljena ponudba zdravilišč in zdraviliškega wellnesa ter zgodovinskih mest s posebnim poudarkom na Plečnikovi Ljubljani, Zeleni prestolnici Evrope 2016.

SLOVENIJA JE OBARVALA BERLIN ZELENO

Najobsežnejša predstavitev Slovenije na najpomembnejši svetovni turistični borzi doslej: Slovenija navdušila kot država partnerica »Convention & Culture Partner ITB Berlin 2017«. Slovenska turistična organizacija je v okviru borze prejela prestižno priznanje National Geographic World Legacy Destination Leadership, ki jo podeljuje National Geographic Society.

Slovenija se je med 8. in 12. marcem predstavila na ITB Berlin 2017, vodilni svetovni turistični borzi. Poudarek predstavitve, ki je potekala v organizaciji Slovenske turistične organizacije, je bila na ponudbi zdraviliškega, kulturnega in kongresnega turizma ter na usmerjenosti turizma v trajnostni razvoj. Partnerski nastop Slovenije na tej pomembni globalni turistični borzi je pomemben uspeh za Slovenijo in njeno turistično gospodarstvo, predstavitev slovenskega turizma pa najobsežnejša do zdaj tako po številu sodelujočih predstavnikov slovenskega turističnega gospodarstva kot po programu in aktivnostih.

Slovenija se je na turistični borzi predstavila kot »Convention & Culture Partner ITB Berlin 2017«, še posebej pa kot privlačna zelena, aktivna in zdrava destinacija, ki je razvoj turizma usmerila v trajnostno. Predstavitev na tej ključni svetovni turistični borzi je naša država v letošnjem letu nadgradila s partnerstvom z borzo z izpostavitvijo ključnih turističnih produktov in destinacij ter sodelovanja v različnih delih kongresnega programa ITB Berlin 2017. Nosilna tema predstavitve slovenskega turizma so bile **zdrave vode in kultura**, izpostavljeni pa so bili tudi **kongresni turizem in dosežki naše države na področju trajnostnega razvoja turizma**.

Slovenska turistična organizacija je skupaj s predstavniki slovenskega turističnega gospodarstva – letos na kar 202 m² in rekordnimi 31-imi sodelujočimi iz slovenskega turističnega gospodarstva - pod krovnim sporočilom »Slovenia Makes You Green« pripravila različne predstavitve dobrih praks in ponudbe slovenskega turizma.



Na odprtju kongresnega dela je goste prvič v zgodovini borze nagovoril Slovenec, minister za gospodarski razvoj in tehnologijo Zdravko Počivalšek. »Velika čast je predstavljati Slovenijo kot Convention & Culture Partner ITB Berlin 2017' z željo, da bi vas navdihnili, da bi se počutili zeleno, da bi tako razmišljali in delovali,« je ob tej priložnosti izpostavil minister Počivalšek.



Uradnemu odprtju kongresnega dela borze je sledil **Zeleni panel**, na katerem so o Sloveniji kot državi, ki je vzpostavila unikatni model trajnostnega turizma, spregovorili ugledni gostje, na sliki (od leve proti desni): dr. Jan Bizjak, Garden Village Bled, mag. Petra Stušek, direktorica Turizma Ljubljana, Jana Apih, direktorica Zavoda trajnostnega turizma GoodPlace, Matevž Lenarčič, pilot, biolog in alpinist ter prof. dr. Lučka Bogataj, klimatologinja.



Mag. Maja Pak, direktorica Slovenske turistične organizacije, je izpostavila ključna sporočila Slovenije kot dežele s trajnostnim pristopom do turizma in privlačnimi turističnimi produkti za butična petzvezdična doživetja.



Slovenska turistična organizacija je dobitnica ugledne nagrade **National Geographic World Legacy Destination Leadership**.



Prejem laskavega priznanja s strani National Geographic Society je priznanje vsem, ki si prizadevajo za trajnostni razvoj Slovenije in hkrati velika zaveza za nadaljnjo nadgrajevanje zelene usmeritve.



Podelitve prestižnih priznanj Natioanl Geographic World Legacy se je udeležil tudi dr. Taleb Rifai, generalni sekretar Svetovne turistične organizacije. Na sliki (od leve proti desni): **Veleposlanica RS v Nemčiji Marta Kos Marko**, generalni sekretar UNWTO dr. Tabel Rifai, minister za gospodarski razvoj in tehnologijo Zdravko Počivalšek, državna sekretarka na MGRT Eva Štravs Podlogar in direktorica STO mag. Maja Pak.



Strokovni direktor borze ITB Berlin prof. dr. Roland Conrady na otvoritvi kongresnega dela borze, ki ga obišče 26.000 udeležencev ter 400 govornikov, izvedenih pa je kar 200 strokovnih predavanj.



Foto: arhiv STO

Vodja predstavništva STO v Nemčiji Majda Rozina Dolenc predaja nagrado za odlično sporočanje o turistični ponudbi Slovenije.



Foto: arhiv STO

Izpostavljena tematika na letošnji borzi ITB Berlin so bila zgodovinska mesta s posebnim poudarkom na Plečnikovi Ljubljani, Zeleni prestolnici Evrope 2016. Borzo je obiskal župan Jankovič z ekipo.



Foto: arhiv STO

Na glavnih vseh vhodi na sejmišče smo delili zelene nalepke v obliki srca z istim simpatičnim čustvenim sloganom nacionalne in turistične znamke.



Foto: arhiv STO

V skladu z nosilno temo slovenske predstavitve so se obiskovalci lahko odžejali z zdravilno slovensko vodo.



Foto: arhiv STO

Vsak obiskovalec sejma je za dostop do interneta na borzi moral vtipkati geslo I FEEL SLOVENIA.



Foto: arhiv STO

Predstavitve Slovenije in njene turistične ponudbe je zaokrožil slovenski večer »Slovenia Makes You Green«.



Med osrednjimi točkami nastopa Slovenije na borzi ITB Berlin 2017 je bila tematika zdravih voda, eno ključnih konkurenčnih prednosti naše dežele. V okviru ITB Experts Forum Wellness je o slovenski zdraviliški zgodbi na predstavitvi »Slovenija, dežela zdravilne vode – Uspešna zgodba o dobrem počutju« spregovoril Iztok Altbauer, direktor Združenja slovenskih naravnih zdravilišč.



O slovenskih izkušnjah prirejanja kongresnih dogodkov sta v okviru dneva ITB MICE spregovorila Miha Kovačič, direktor Kongresnega urada Slovenije, in Gorazd Čad, direktor Toleranca Marketinga.



V hali 4.1 so se s sporočilom »Slovenia Makes You Act Green« predstavile zelene destinacije in ponudniki, vključeni v zeleno shemo slovenskega turizma.



Slovenska turistična organizacija je na turistični borzi ITB Berlin 2017 poleg ugledne nagrade National Geographic World Legacy Destination Leadership prejela še eno - na 16. The Golden City Gate 2017 so bile 90-sekundnemu promocijskemu videu Slovenia. Make New Memories podeljene tri zvezdice. To mednarodno tekmovanje je namenjeno izpostavitvi najboljšega promocijskega gradiva s turistično vsebino.



Tokratna predstavitev Slovenije na borzi je bila najobsežnejša tudi po številu sodelujočih predstavnikov slovenskega turističnega gospodarstva.

Partnerstvo Slovenije na ITB Berlin 2017 / **Tur!zem**



Partnerski nastop Slovenije na globalni turistični borzi ITB Berlin je pomemben uspeh za Slovenijo in njeno turistično gospodarstvo.



Dr. Josef Peterleithner,
predsednik Avstrijskega združenja
turističnih agencij

„V OSPREDJU SO ŽELJA PO VEČJI INDIVIDUALNOSTI, HREPENENJE PO DOŽIVETJIH, ZABAVI IN OSEBNI RASTI, PRI TEM PA IMA VSE VEČJI POMEN TUDI VARNOST“

Intervju z dr. Josefom Peterleithnerjem, predsednikom Avstrijskega združenja turističnih agencij.

Poverjeno vam je vodstvo Avstrijskega združenja turističnih agencij (Österreichischer ReiseVerband – ÖRV). Kaj so najpomembnejše naloge združenja?

Avstrijsko združenje turističnih agencij je neodvisno in nevtravno interesno zastopstvo najpomembnejših avstrijskih turističnih agencij in organizatorjev potovanj. Včlanjenih je 468 potovalnih agencij ter 99 ustanov in podjetij z vseh področij turizma. Člani Avstrijskega združenja turističnih agencij ustvarijo okrog 80 odstotkov skupnega prometa vseh turističnih agencij in organizatorjev potovanj (okrog 4 milijarde evrov). Redni člani našega združenja so turistične agencije in organizatorji potovanj, izredni člani pa hoteli, letalske družbe, podjetja za najem vozil, ladjarske družbe, zavarovalnice, ki ponujajo turistična zavarovanja, turistični uradi, železnice, potovalne agencije v tujini itd., med njimi pa je tudi Slovenska turistična organizacija.

Avstrijsko združenje turističnih agencij je platforma, ki članom služi za izmenjavo idej in za iskanje rešitev v turizmu, usmerjenih v prihodnost. ÖRV kot neodvisno združenje vzdržuje neposredne stike s pristojnimi političnimi organi in vsemi izvajalci storitev na področju turizma, angažira se na področju trajnostnega turizma in je tudi kontaktna oseba za mednarodne zveze in evropske gremije v Bruslju. ÖRV osvešča javnost in politično okolje o pomenu turistične industrije kot gospodarskega dejavnika.

Kako pomembno je za počitniška potovanja svetovanje po meri, ki ga ponujajo potovalne agencije?

Čedalje več Avstrijcev se odloča za organizirana potovanja kot najudobnejši način preživljanja brezskrbnega in varnega dopusta ter jih tudi vse pogostejše rezervirajo v turističnih agencijah. V ospredju sta zlasti varnost in kakovost svetovanja. Trend so organizirana potovanja, kot najudobnejši način preživljanja brezskrbnega dopusta.

V ospredju so želja po večji individualnosti, hrepenenje po doživetjih, zabavi in osebni rasti, pri tem pa ima vse večji pomen tudi varnost. Od tega imajo korist tako imenovane „varne“ države, na primer Španija in Grčija na področju potovanj z letalom ter Italija, Hrvaška, Avstrija ali Slovenija pri potovanjih z avtomobilom. Popolne varnosti pa ni nikjer. To se je v preteklosti žal večkrat pokazalo. Pomislimo samo na Nico, Bruselj ali München. Obstaja povpraševanje po varnosti, zato število rezervacij v turističnih agencijah narašča.

Kako je letos z rezervacijami za poletje?

Sezona rezervacij za poletje 2017 se je začela uspešno, rast merimo z dvomestnimi številkami. Dopust ni postal le osnovna človeška potreba, obstaja tudi želja po tem, da bi nadoknadili preteklo poletje. V poletno sezono 2017 se podajamo optimistično. Zmagovalca sta Španija in Grčija, križarjenja in vse države v bližini Avstrije, ki so dostopne z avtomobilom. In seveda Avstrija sama kot turistična destinacija.

Kateri trendi so v zadnjih letih najbolj vplivali na turistično industrijo?

Na splošno lahko rečemo, da so potovanja postala osnovna človeška potreba. Avstrijci hočejo potovati. Potujejo pogostejše, vendar za krajši čas. Pri dopustu ne varčujejo, če pa že, varčujejo med dopustom.

Avstrijci vse bolj stavijo na organizirana potovanja kot na najudobnejšo obliko preživljanja brezskrbnega in varnega dopusta. Potovanja čedalje pogosteje rezervirajo v turističnih agencijah, med drugim zaradi varnosti. Trend drugega in tretjega potovanja na leto se bo obdržal. Avstrijci tudi pri dopustu postavljajo v ospredje kakovost.

Spreminja se trajanje potovanj – trend krajših potovanj se to poletje nadaljuje nespremenjeno. Prilagodljivost glede potovanja do destinacije se zdaj uvršča med strateške pristope organizatorjev potovanj. Trenutno slaba tretjina strank odpotuje za pet do osem dni. Delež tistih, ki odpotujejo za več kot 22 dni, danes igra samo še stransko vlogo.

Ugodne ponudbe v primerjavi z ekskluzivnimi ponodbami v turizmu: kateri turistični produkti so po vašem mnenju bolj v trendu?

Tako prvi kot drugi. Po eni strani gre trend jasno v smer ponudbe individualnih potovanj, ki se organizirajo in rezervirajo v turistični agenciji. Stranka pogosto pride v turistično agencijo z jasno predstavo o tem, kaj želi, sama je že raziskovala po spletu, rezervacijo pa opravi v turistični agenciji. Med razlogi za to je varnost (stavke, naravne nesreče, teroristični napadi itd.) pa tudi to, da vse več strank pride do spoznanja, da rezervacija po spletu ni samodejno cenejša. Povpraševanje po t.im. all inclusive ponodbah ostaja nadalje veliko. Strankam na eni strani nudijo finančno varnost, po drugi strani pa prepričajo z raznoliko ponudbo, ali z aktivnim oddihom, kulinariko ali čim drugim ...

Spremenilo se je vedenje strank glede rezervacij. K temu so prispevali organizatorji potovanj: zaradi različnih strategij organizatorjev za zgodnje rezervacije potovanj (ugodnosti za zgodnje rezerviranje, fiksne cene za otroke, 60-dnevna cenovna garancija itd.) se delež teh rezervacij spet povečuje. Sočasno pa narašča število strank, ki potovanja rezervirajo kratkoročno, v zadnji minuti. Pri tem gre po eni strani za kupce, ki iščejo posebno ugodna potovanja, po drugi strani pa za stranke, ki se šele tik pred zdajci odločijo za dopust ne glede na ponujene cene. Računati je treba z nadaljevanjem naraščajočega trenda, se pravi, da bodo nekatere stranke rezervirale zgodaj, druge pa tik pred potovanjem. Tretjina strank se za rezervacijo odloči zgodaj, tretjina normalno, ena tretjina pa kratkoročno.

V strategiji slovenskega turizma je na prvem mestu trajnost. Kako pomembna je trajnost v turistični industriji dandanes? Dajejo turisti prednost potovanjem, ki so v duhu trajnostne filozofije? Igra cena ponudbe v takem primeru veliko vlogo?

Zavestno in obzirno ravnanje z našimi viri je pomembno. Neokrnjeno okolje ni le pogoj za posebno počitniško doživetje, temveč tudi temelj za prihodnost, vredno življenja – za nas same in za prihodnje rodove. Pogoj za trajnostni turizem je ohranjanje narave, sozvočje med ekologijo, socialno neškodljivostjo in ekonomijo.

Trajnostni razvoj se zahteva celo od podjetij, ki delujejo v turizmu in ki kontinuirano razvijajo kakovostne standarde in inovacije na področju turizma. Vendar pa je pripravljenost strank, da bi za to kaj več plačale, omejena. To opazamo tudi pri prostovoljnem nadomestilu za CO₂. Jasno pa je nekaj. Rezervacije v hotelih s

certifikatom naraščajo in imajo bistveno večji delež stalnih strank. Trend k regionalnosti opazamo prav tako v kulinariki.

Odločitev Slovenije, da zelo zgodaj stavi na trajnostni turizem, je vredna pohvale in posnemanja. Slovenija je s svojo turistično pestrostjo – reke, jezera, morje, hribi, doline, mesta, vasi, hrana, pijača, kmetijstvo, tradicija, kultura, če navedem le nekaj primerov – na pravi poti v uspešno prihodnost.

Trajnost čedalje bolj prodira v zavest prebivalstva. Vendar navadno ni kriterij, po katerem bi se odločali za potovanje. V aktualni anketi ÖRV o trajnosti je skupno 61 odstotkov potovalnih agencij navedlo, da je trajnost v potovalni agenciji velikega ali celo zelo velikega pomena.

Stranke so za ceno prav gotovo občutljive. Vendar pa sta varstvo okolja in trajnost lahko tudi tisto, po čemer se neki produkt razlikuje od preostalih. Tudi tukaj velja: če stranka plača za trajnost, želi vedeti, kaj se je z njenim denarjem zgodilo. Trajnost se pogosto povezuje z večjo kakovostjo.

Slovenija kot turistična destinacija je v zadnjih letih postala bolj znana tako v Evropi kakor v čezmorskih državah. Kako danes na avstrijskem trgu ocenjujete položaj Slovenije kot ciljne destinacije?

Slovenija je sprejela mnogo pravilnih odločitev. Ločeno od tega pa tudi Slovenska turistična organizacija na Dunaju z Janom Ciglencekim in njegovo ekipo iz leta v leto opravlja odlično delo. Poleg geografske bližine z Avstrijo ima Slovenija korist od pestrosti ponudbe, pri čemer se je zelo zgodaj vlagalo v kakovost. Plaže, toplice, jezera, šport, kulinarika, mesta, hribi, kmetije, luksuzni hoteli – in ta seznam bi še lahko nadaljevali.

Če spravimo na skupni imenovalc: Slovenija nima veliko, ima pa vsega po malem. To je kakovosten, pošten in uspešen produkt. Vse to pa sloni na ljudeh, ki živijo od turizma in z njim. Zato je Slovenija to, kar je: počitniška destinacija, ki jo je vredno doživeti.

Več o ÖRV: www.oerv.at





PRENOVITEV SPLETNEGA MESTA SLOVENIA.INFO

Erik Renko

Slovenska turistična organizacija

Osrednji slovenski turistični portal Slovenia.info je sredi decembra 2016 zaživel v popolnoma novi podobi. Nadeli pa mu nismo le nove, lepše in modernejše podobe, temveč smo na novo spisali tudi celotno vsebino, ki je na voljo v sedmih jezikih, ter jo na spletno mesto umestili na nov in predvsem preglednejši način.

Zakaj tako temeljita prenovitev? »Staro« spletno mesto Slovenia.info po svoji zasnovi ter oblikovnih in tehničnih rešitvah ni več ustrezalo sodobnim standardom in zato tudi ni več dosegalo svojega ključnega cilja: obiskovalca tako navdušiti, da se odloči za obisk Slovenije. Naše ključno vodilo pri prenovitvi spletnega mesta pa je bilo prav to: da bi novo spletno mesto Slovenia.info postalo nekakšen ojačevalnik želje po obisku Slovenije.

CILJI IN ZASNOVA

V Slovenski turistični organizaciji (STO) smo se že dlje časa zavedali, da je spletno mesto Slovenia.info potrebno temeljite prenovitve. Ustrezno spletno mesto je, ne nazadnje, med ključnimi sestavinami komuniciranja v digitalnem okolju. Če želimo z njim doseči zastavljene cilje, mora biti premišljeno zasnovano, tehnično popolno ter moderno in vrhunsko oblikovano.

Prvi korak k prenovitvi je omogočila strategija vsebinskega digitalnega marketinga, ki smo jo pripravili konec leta 2015. V njej smo med drugim predvideli posodobitev zastarelega spletnega mesta Slovenia.info in nakazali, da mora novo spletno mesto stremeti k preprostosti. V strategiji smo se tudi zavezali, da mora biti novo spletno mesto oblikovano tako, da se bo prilagajalo različnim napravam (pametnemu telefonu, tablici, računalniku), prek katerih obiskovalec dostopa do spletnega mesta.

Zadnje je razumljivo, saj je število obiskovalcev, ki so do vsebin na »starem« spletnem mestu dostopali s telefoni in tablicami, nenehno naraščalo in se pred prenovitvijo bližalo že 40 odstotkom vseh. Zato smo se pri prenovitvi odločili upoštevati zamisel »mobilno najprej« (ang. mobile first), po kateri se spletno mesto načrtuje tako, da omogoča najboljšo uporabniško izkušnjo prav na pametnem telefonu, pri čemer pa seveda ne zapostavljamo

drugih naprav. »Mobilno najprej« pomeni tudi, da so besedila na spletnem mestu krajša, poudarek pa je na hitrem nalaganju strani in kakovostnih fotografijah.

Preden smo se lotili prenovitve, smo analizirali spletna mesta drugih nacionalnih turističnih organizacij in pri tem pozornost namenili pregledu najboljših praks. Pri načrtovanju pa smo se vživeli tudi v položaj turista in izhajali iz njegovih potreb. Zanimal nas je predvsem tako imenovani nakupni proces, v okviru katerega se posamezni turist odloča, kam bo odšel na dopust. Ta proces sestavlja pet stopenj: sanjarjenje, raziskovanje, rezervacija, izkušnja in deljenje. Odločili smo se, da bo prenovljeno spletno mesto Slovenia.info morebitnim obiskovalcem Slovenije pomagalo predvsem v prvih dveh, torej pri sanjarjenju in raziskovanju.

Na podlagi tega smo se že pri snovanju prenovitve odločili, da bo novo spletno mesto Slovenia.info podajalo odgovore na dve ključni vprašanji: »Kaj početi?« (ang. What to do?) in »Kam iti?« (ang. Where to go?). To je tudi sicer najpogostejša delitev vsebin na spletnih mestih nacionalnih turističnih organizacij. Taka zasnova namreč omogoča preprost prikaz turističnih proizvodov in destinacij.

IZVEDBA

Prenovitev spletnega mesta Slovenia.info se je začela po uspešno izvedenem razpisu za izbor njenega izvajalca, na katerem je bilo kot najugodnejši kandidat izbrano podjetje Creatim Ržišnik Perc. Hkrati s prenovitvijo se je odvijalo več vzporednih dejavnosti.

Ena izmed njih je bila premislek o vsebinah na novem spletnem mestu. Ker smo izhajali iz zaveze, da bomo pri tem upoštevali že omenjeni ključni vprašanji (»Kaj početi?« in »Kam iti?«), smo se odločili, da na spletnem mestu Slovenia.info ne bomo (več) popisovali vsega, kar Slovenija nudi turistom, ampak bomo premišljeno (uredniško) izbrali in predstavili njene ključne lepote.

K tej odločitvi je veliko prispevalo dejstvo, da so vsebine lokalnega značaja običajno kakovostno in podrobno opisane že na lokalnih ali specializiranih spletnih straneh. Zato smo se odločili, da obiskovalcev ne bomo za vsako ceno zadrževali na spletnem mestu Slovenia.info, temveč jim bomo tam ponudili le ključne informacije o posamezni destinaciji, turističnem proizvodu, zanimivosti, nato pa bomo tiste, ki bodo želeli več podatkov, preusmerili na lokalne oziroma specializirane spletne strani. Zaradi tega in seveda tudi zaradi upoštevanja koncepta preprostosti in preglednosti je na novem spletnem mestu občutno manj vsebin, kot jih je bilo objavljenih na »starem« spletnem mestu.

Veliko pozornosti smo namenili tudi videzu posameznih strani na spletnem mestu Slovenia.info. Analiza dostopa do vsebin na »starem« spletnem mestu je pokazala, da večina obiskovalcev raziskovanja ne začne na naslovnici, temveč z gugljanjem ključnih besed, ki lahko pripeljejo na katero koli stran spletnega mesta Slovenia.info. Zato smo vse spletne strani na novem spletnem mestu pripravili tako, da prav vsaka deluje kot »pristajalna« (ang. landing page). To pomeni, da je zaokrožena celota: ima glavno

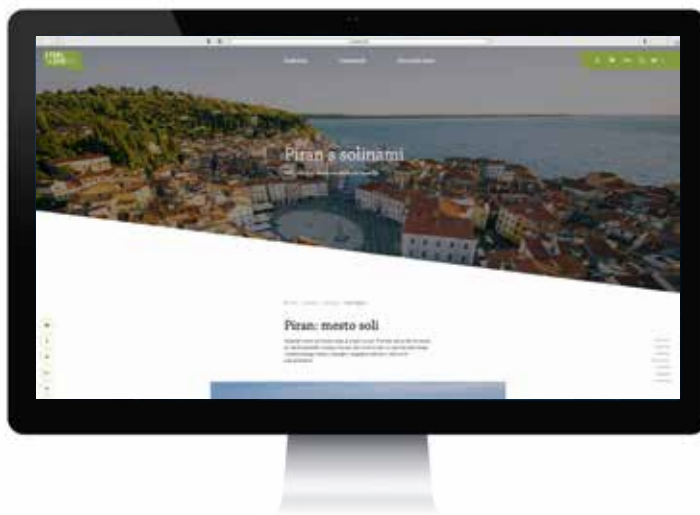
vsebino, s katero obiskovalcu skušamo odgovoriti na njegovo poizvedbo, in podporno vsebino, s katero ga skušamo prepričati, da ostane na spletnem mestu in si ogleda še druge zanimivosti, preveri dejavnosti, ki se jih lahko udeleži pri nas, ali pa prenočišča v okolici, brska po zemljevidih ipd.

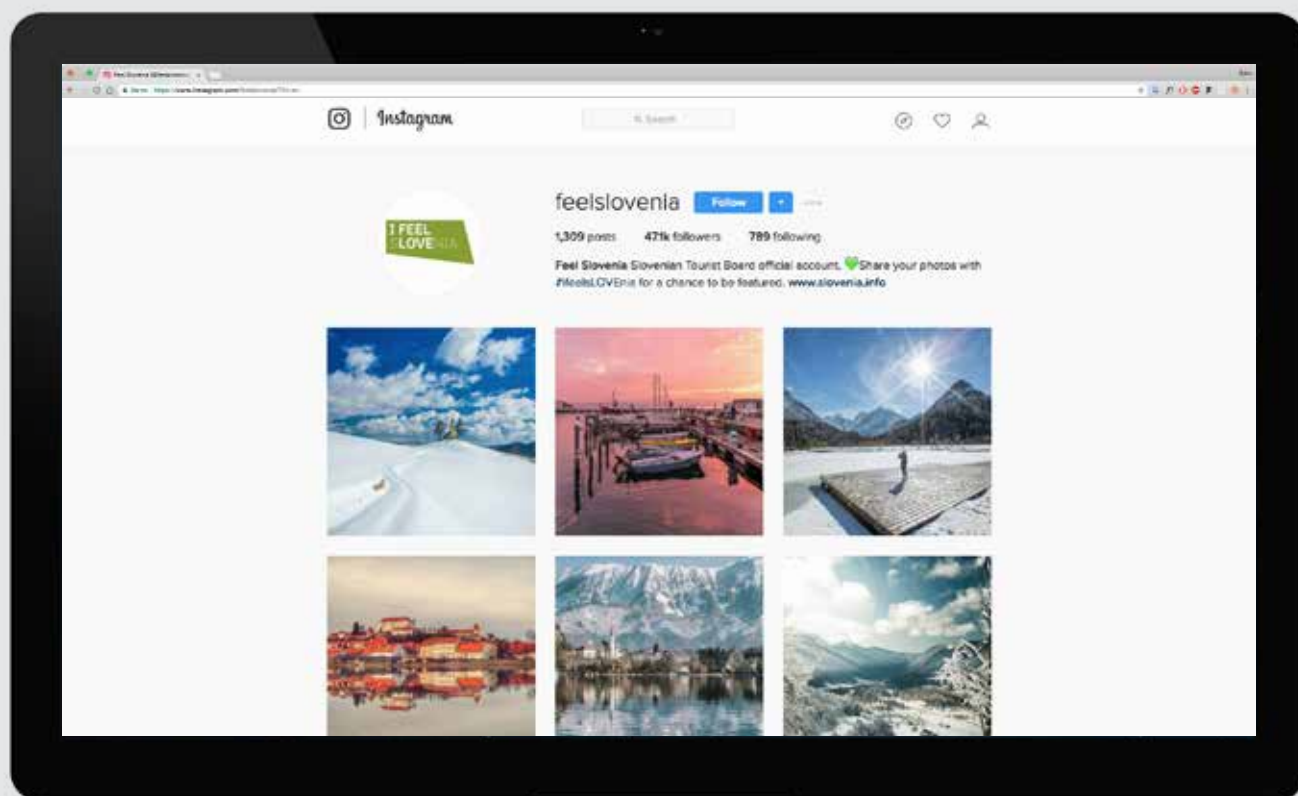
Ena pomembnejših odločitev pri snovanju novega spletnega mesta je bila tudi, da smo se zavestno odpovedali uporabi klasičnih »značilnih strani« (ang. template), čeprav so te pri nastajanju novih spletnih strani pogoste. Z značilnimi stranmi bi si namreč zelo otežili delo, saj ne omogočajo prilagajanja videza strani, kadar je to nujno. Na spletnem mestu Slovenia.info pa je prilagajanje neizogibno, saj nagovarja številne različne skupine možnih obiskovalcev Slovenije ter predstavlja zelo heterogene turistične proizvode in destinacije. To potrjuje tudi podatek, da je vsebina na voljo v sedmih jezikih. Z nekaj značilnimi stranmi torej ne bi mogli zadovoljiti vseh potreb, zato smo se že pri načrtovanju odločili za uporabo modularnega pristopa. Pripravili smo približno 40 različnih gradnikov, ki jih na posamezni spletni strani poljubno sestavljamo in njen videz prilagajamo vsebini, skupini turistov ali jezikovni različici.

Na novo vzpostavljene spletne strani za turiste pa niso edina novost. Novo spletno mesto Slovenia.info ima tudi popolnoma nov korporativni del, ki je sestavljen iz poslovnih strani in novinarskega središča. Hkrati smo popolnoma prenovili tudi mediateko, ki nadomešča staro fototeko. V mediateki so poleg fotografij v visoki resoluciji po novem objavljeni tudi video- in avdioposnetki. Približno 5.000 fotografijam in 80 videoposnetkom, ki so že na voljo, sproti dodajamo nove.

KAKO NAPREJ

Novo spletno mesto Slovenia.info je zastavljeno tako, da je vsebino mogoče (in treba) prilagajati, dodajati in posodablja ter optimizirati glede na potrebe slovenskega turističnega gospodarstva, letne čase oziroma sezone, gibanja oziroma usmeritve in spletno analitiko. Torej ima pri njegovem urejanju zelo pomembno vlogo urednik, ki strani sproti prilagaja na podlagi jasne uredniške politike. Dodajanje novih vizualnih delov, videoposnetkov ter nenehno iskanje privlačnih in ustvarjalnih načinov podajanja informacij bo spletno mesto Slovenia.info gotovo naredilo še privlačnejše za obiskovalce.





PROMOCIJA TURIZMA NA SPLETNEM DRUŽBENEM OMREŽJU INSTAGRAM

Turistično trženje že dolgo učinkovito sodeluje s spletnimi družbenimi omrežji, v preteklih letih pa se je ob neustavljivi rasti in moči kanalov teh družbenih omrežij povečala tudi razsežnost trženja turistične industrije. Usmeritve v svetu spletnih družbenih omrežij kažejo, da bo leto 2017 leto Instagrama.

Instagram je eno najhitreje rastočih spletnih družbenih omrežij. Že zdaj ima 500 milijonov uporabnikov, od teh ga kar 300 milijonov uporablja vsak dan (vir: Socia Media Today).

Pri Instagramu za letos napovedujejo kar nekaj pomembnih novosti, kot so uvedba klikabilnih povezav na fotografijah, možnost nakupovanja po Instagramu ter novi načini uporabe videovsebin in zgodb (zadnje storitev, ang. Stories, so tržišču ponudili avgusta lani). Vse napovedane novosti bodo omogočale še učinkovitejšo promocijo tu-

rističnih destinacij in proizvodov ter celo prodajo. Dostopnost pame-tnih telefonov je močno pripomogla k širitvi te mobilne aplikacije, ki je bila glede na podatke iz leta 2016 za Facebookom drugo najpopularnейše spletno družbeno omrežje po uporabi na mobilnih telefonih (vir: Nielson Electronic Mobile Measurement).

V letu 2016 je Slovenska turistična organizacija poleg drugih komunikacijskih dejavnosti veliko truda vložila tudi v promocijo slovenskega turizma na omrežju Instagram. V preteklem letu se je skupnost sledilcev profila @Feelslovenia povečala s 6.000 na več kot 40.000 sledilcev. Spodbujanje uporabe hashtaga (značke) #ifeelsLOVEEnia, redno objavlanje kakovostnih fotografij uporabnikov in sodelovanje z vplivnimi fotografi so se izkazali za zelo učinkovite. K širjenju skupnosti @Feelslovenia sta pripomogla tudi izjemno uspešna digitalna kampanja Make new memories in projekt, ki ga je STO izvedla v sodelovanju z @Beautifuldestinations, enim največjih profilov na Instagramu na področju turizma.

Za čim učinkovitejše predstavljanje Slovenije na profilu na Instagramu @Feelslovenia STO poziva vse destinacije in ponudnike turističnih storitev, da ob svojih objavah uporabljajo osrednji nacionalni hashtag #ifeelsLOVEEnia. Z uporabo #ifeelsLOVEEnia bo objava povečala svoj doseg in se uvrstila tudi v izbor za objavo na profilu @Feelslovenia.

Top 10 platform družbenih omrežij

MESTO	PLATFORMA	SEPTEMBER 2016
1	Facebook	178,8 M
2	Instagram	91,5 M
3	Twitter	82,2 M
4	Pinterest	69,6 M
5	LinedIn	60,1 M
6	Snapchat	52,6 M
7	Google+	49,2 M
8	Wordpress.com	37,4 M
9	Reddit.com	26,5 M
10	Tumblr	24,6 M

Na podlagi izkušenj z upravljanjem profila @Feelslovenia izpostavljamo štiri nasvete, ki jih je priporočljivo upoštevati pri promociji turistične destinacije na Instagramu:

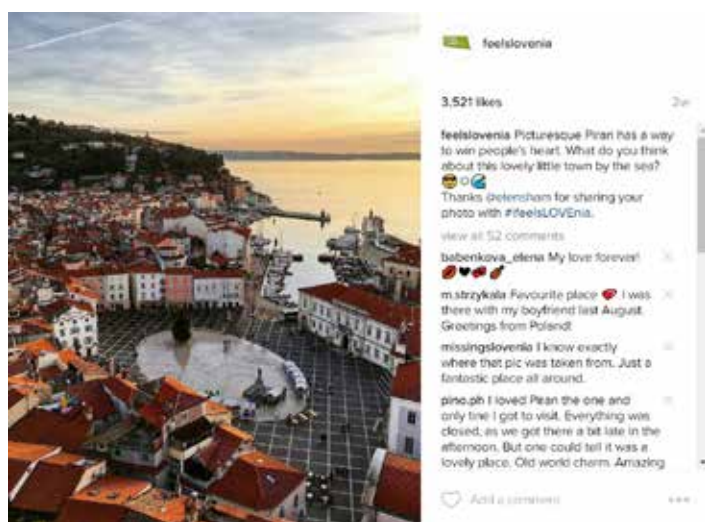
1. Glavne znamenitosti v ospredje

Instagram je izrazito vizualen medij, kjer ima posamezna objava na voljo le nekaj kratkih trenutkov, da navduši oziroma izzove odziv. Kljub želji, da bi uporabnikom sporočali novosti, vabila na aktualne dogodke, podatke o novih pridobitvah in manj znanih krajih, praksa kaže, da imajo največji učinek najbolj prepoznavne znamenitosti. Uporabniki, ki raziskujejo možne destinacije, se najbolj odzivajo na fotografije ikon oziroma znanih motivov, ki jih povezujejo z destinacijo in želijo obiskati. Tri najuspešnejše fotografije preteklega leta na profilu @Feelslovenia so podobe Bleda, kar dokazuje, da uporabnike tudi v digitalnem svetu navdušuje fotogeničnost ikone slovenskega turizma.



2. Aktualnost

Skladno s spremembami letnih časov, vremena in drugih dejavnikov naj se spreminja tudi vsebina objav. Večina uporabniško generiranih objav je ažurnih in prikazuje stanje destinacije v aktualnem trenutku. Tako lahko možni obiskovalci sledijo destinaciji vse leto, se navdušujejo nad njo in primerjajo podobo kraja v različnih obdobjih.



3. Redne objave in stalna oblika

Redno objavljane najmanj ene fotografije dnevno zagotavlja, da se profil ne izgubi v izjemni količini vizualnih informacij, ki so jim uporabniki Instagrama dnevno izpostavljeni. Opis fotografij naj bo pri vseh objavah oblikovno enak (način opisa, zahvala avtorju, navedba hashtaga), saj se ponovitev hashtaga posamezne turistične destinacije ali proizvoda tako uporabnikom bolje in hitreje vtisne v spomin.



4. Vključevanje uporabnikov

Uporabniki so ključni za ustvarjanje kakovostne vsebine in širitev komunikacije o destinaciji. Z redno objavo vsebin, ki jih s hashtagom destinacije delijo uporabniki, se med skupnostjo na Instagramu in destinacijo oziroma ponudnikom storitev ustvarja povezava. Fotografije uporabnikov destinacijo ali ponudnika predstavijo prek osebne izkušnje, zato jih drugi sledilci dojemajo kot pristnejše in jim bolj zaupajo. Posebno obliko odnosa s skupnostjo na Instagramu se ustvari tudi s postavljanjem vprašanj in spodbujanjem k deljenju izkušenj in mnenj.

feelslovenia Do you have plans for the weekend? We suggest hiking in the snow. ❄️🕶️
Thanks @deamlj for sharing your photo with #ifeelsLOVEnia.

AKTIVNOSTI MINISTRSTVA ZA GOSPODARSKI RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO NA PODROČJU TURIZMA V LETU 2017

Na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo (MGRT), natančneje v Direktoratu za turizem in internacionalizacijo, v letu 2017 načrtujemo sprejetje več pomembnih ukrepov, med katerimi so:

- novi **Zakon o spodbujanju razvoja turizma**, s katerim želimo vzpostaviti pogoje za hitrejši razvoj turizma, vključno z novim virom za financiranje nalog Slovenske turistične organizacije,
- sprememba **Zakona o gostinstvu**, s katero bomo uredili področje kratkoročnega oddajanja nepremičnin turistom in podjetjem zagotovili prijaznejše poslovno okolje za gospodarstvo,
- novi **Zakon o Kobilarni Lipica**, s katerim bomo dokončno uredili razmere v Lipici,
- novi **Pravilnik o kategorizaciji nastanitvenih obratov**, s katerim bomo celovito uredili področje kategorizacije in uvedli sistem Hotelstars za slovenske hotele,
- novi **Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih in o obsegu storitev za opravljanje gostinske dejavnosti**,
- **Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021**.

ZAKON O SPODBUJANJU RAZVOJA TURIZMA

Novi zakon je bil pripravljen in posredovan v javno obravnavo 1. decembra 2016. Najpomembnejše novosti, ki jih prinaša osnutek novega zakona, so:

1. Izjeme od splošne ureditve pri organiziranju turističnih paketov

Našli smo rešitev težav in zapletov v zvezi z organiziranjem šolskih, društvenih in podobnih izletov zaradi ne dovolj jasne opredelitve turističnega aranžmaja v Zakonu o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT). Novost, ki jo prinaša zakon, je, da se za turistične pakete:

- ki trajajo manj kot 24 ur in ne vključujejo prenočevanja (izlete) ali
- ki so ponujeni ali občasno izvedeni na nepridobitni podlagi samo za zaključene skupine potnikov, ne bodo uporabljale določbe poglavja, ki bo urejalo pogoje za opravljanje dejavnosti organiziranja in dejavnosti prodaje turističnih paketov.

2. Višina turistične takse

Uvajamo zvišanje turistične takse. To zvišanje je nujno, saj je le tako mogoče zagotovi dodatna sredstva za spodbujanje razvoja turizma, tako na državni kot občinski ravni, kar je nujno za doseganje začrtanih razvojnih ciljev. Trenutno znaša najvišji možni znesek turistične takse 1,265 evra, po novem pa bo ta znesek lahko znašal 2 evra oziroma 2,5 evra v občinah, na območju katerih je bilo v preteklem letu v nastanitvenih obratih evidentiranih vsaj 750.000 prenočitev. V predlogu zakona je navedeno, da se bo turistična taksa obračunala v enotnem skupnem znesku, nato pa se bo delila na del, ki bo prihodek občine, in na del, ki bo prihodek Slovenske turistične organizacije in bo namenjen načrtovanju in izvajanju trženja ter promocije celovite turistične ponudbe Slovenije na tujih trgih. Del turistične takse, ki bo prihodek Slovenske turistične organizacije, bo nespremenljiv in bo znašal 0,5 evra.

Predvidevamo, da bi tako za promocijo celovite turistične ponudbe Slovenije na tujih trgih dodatno zbrali več kot štiri milijone evrov. Del turistične takse, namenjen Slovenski turistični organizaciji, bo stabilen sistemski vir za načrtovanje in izvajanje trženja ter promocije celovite turistične ponudbe Slovenije na tujih trgih.

3. Spremenjeni način zaračunavanja turistične takse za lastnike počitniških hiš in počitniških stanovanj ter plovil v turističnih privezih

Gre za pomembno izboljšavo. S to spremembo odpravljamo dolgo časa sporno plačilo takse, ki je bilo vezano na lastništvo objekta in je vplivalo na lastnike vikendov v turističnih občinah, turistične takse pa sploh ni bilo mogoče plačati po dejanskih prenočitvah. To takso bo po novem mogoče plačati v pavšalnem letnem znesku, ki ga bo plačal lastnik počitniške hiše ali počitniškega stanovanja glede na število ležišč ali po dejanskem številu nočitev, o čemer se bo odločil lastnik počitniške hiše ali počitniškega stanovanja, ki bo moral svojo odločitev sporočiti pristojnemu občinskemu organu.

4. Pogoji za opravljanje dejavnosti organiziranja in prodaje turističnih paketov in povezanih potovalnih aranžmajev

Gre za odpravo upravnih bremen in poenostavitev pogojev za opravljanje dejavnosti. Ohranjamo obveznost pridobivanja licenc za organizatorje potovanj in turistične agente. Pogoji za organizatorje potovanj in turistične agente, z izjemo zahteve za zavarovanje v primeru insolventnosti, pa so zelo poenostavljeni oziroma opuščeni.

5. Deregulacija poklicev turistični vodnik in turistični spremljevalec

Oba poklica bosta deregulirana. Regulirani poklici naj bi se v skladu z usmeritvami Vlade RS in smernicami Evropske unije ohranili le, kadar za to obstajajo še posebej utemeljeni razlogi, kot so predvsem učinek na javno zdravje, varnost in okolje. V to skupino je poklice turistični vodnik, turistični spremljevalec oziroma vodja poti težko uvrstiti.

Na MGRT smo v okviru priprave novega zakona pregledali, kako je področje regulirano v drugih evropskih državah; stanje ni enotno. Od 31 držav, ki smo jih pregledali, je poklic turistični vodnik reguliran v 14 državah in nereguliran v 17 državah (npr. v Nemčiji, Švici, na Danskem, Finskem, Irskem, Nizozemskem, Norveškem, Portugalskem, Švedskem in v Veliki Britaniji).

Prepričani smo, da bodo turistični vodniki, ki svoje delo dobro opravljajo, to lahko počeli še naprej, spodbujamo tudi vse oblike izobraževanja s tega področja. Verjamemo, da povpraševanje po turističnih vodnikih s tem ne bo zamrlo, le država področja ne bo več urejala z zakonom. Turistični vodniki bodo še vedno lahko vodili doma in v drugih državah (ob dokazilu izkušenj), poleg tega se s tem ukrepom ne bo poslabšala kakovost turističnega vodenja. Organizatorji potovanj namreč poskrbijo za kakovost vodenja oziroma usposobljene turistične vodnike zaradi lastnih poslovnih interesov, ne zaradi administrativne zapovedi.

Zaradi velikega zanimanja javnosti smo javno razpravo o Zakonu o spodbujanju razvoja turizma podaljšali do 20. januarja 2017. V okviru javne razprave smo prejeli številne pripombe, ki se trenutno še proučujejo. Po proučitvi bo pripravljen nov predlog zakona.

Zakon naj bi bil po predvidevanjih sprejet sredi leta 2017.

ZAKON O GOSTINSTVU

Julija lani je bil sprejet Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o gostinstvu, s katerim je podana pravna podlaga za register nastanitvenih obratov, ki bo vzpostavljen do konca tega leta, v začetku leta 2018 pa bo tudi dejansko zaživel. S tem bo omogočena uvedba elektronskega poročanja nastanitvenih obratov, ki bodo namesto na pet naslovov podatke elektronsko pošiljali le Ajpesu. V pripravi je že nova novela Zakona o gostinstvu, s katero bomo uredili področje kratkoročnega oddajanja nepremičnin v najem turistom in zagotovili prijazno poslovno okolje za naša podjetja.

Naši cilji na tem področju so:

- omogočiti preprostejše sprejemanje turistov na domu za sobodajalce, ki oddajajo nepremičnine do 30 dni letno,
- omiliti preostroke zahteve za sobodajalce, ki oddajajo nepremičnine do pet mesecev letno,
- preprečiti oddajanje na črno in nelojalno konkurenco v gospodarstvu.

Načrtujemo, da bo sprememba zakona sprejeta v drugi polovici leta 2017.

ZAKON O KOBILARNI LIPICA

Maja 2016 je bila sprejeta sprememba Zakona o Kobilarni Lipica, ki pristojnost nad Kobilarno Lipica prenaša pod okrilje MGRT in bo vplivala na boljše poslovne rezultate Kobilarne in izboljšanje njenega ugleda. Pripravljamo tudi nov Zakon o Kobilarni Lipica, katerega namen je dokončna ureditev in ustvarjanje stabilnih razmer v Kobilarni Lipica. Predvidevamo, da bo zakon sprejet v drugi polovici leta 2017.

PRAVILNIK O KATEGORIZACIJI NASTANITVENIH OBRATOV

Celovito bomo uredili področje kategorizacije nastanitvenih obratov. Namena preнове sta uvedba sistema Hotelstars za hotele in posodobitev standardov za druge nastanitvene obrate. Hotelstars je nastal leta 2009 in zajema enotna merila kategorizacije hotelov v 13 evropskih državah, gostom pa posledično ponuja informacijo o

zagotovljeni kakovosti in ugledu, ki ju lahko pričakujejo. Z uvedbo teh standardov v slovenski prostor bomo vplivali na izboljšanje prepoznavnosti slovenskega hotelirstva.

PRAVILNIK O MINIMALNIH TEHNIČNIH POGOJIH IN O OBSEGU STORITEV ZA OPRAVLJANJE GOSTINSKE DEJAVNOSTI

Posodobili in poenostavili bomo veljavni pravilnik, tako na področju prehranskih kot nastanitvenih obratov.

STRATEGIJA TRAJNOSTNE RASTI SLOVENSKEGA TURIZMA 2017–2021

V sodelovanju z zunanjima izvajalcema, konzorcijem Center poslovne odličnosti Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani (CPOEF) in podjetjem Horwath HTL, bomo pripravili novo Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021.

V okviru priprave strategije so že bile izvedene elektronske ankete, osebni intervjuji z izbranimi deležniki, delavnici strateške skupine, v kateri sodeluje 40 izbranih posameznikov, aprila bodo sledile delavnice za usklajevanje osnutka predloga strategije, na katere bodo vabljeni vsi zainteresirani predstavniki javne, civilne in zasebne sfere.

Želimo si, da bo nova strategija skupen dokument, dokument vseh ključnih deležnikov slovenskega turizma! Strategija bo pripravljena do konca junija 2017, do septembra 2017 pa naj bi jo sprejela Vlada RS.

Ključno vprašanje, s katerim se ukvarja nova strategija, je: kako doseči pomembno povečanje prilivov iz naslova izvoza potovanj, in sicer iz 2,35 milijarde evrov (leto 2016) na 3,7 ali 4 milijarde evrov (do leta 2021).

Renata Martinčič, vodja Sektorja za turizem:

»Obrisi strategije nakazujejo na to, da bo prinesla nekaj zelo pomembnih sprememb, brez katerih si pomembnega preboja slovenskega turizma niti ne moremo predstavljati. Zelo pomembna novost je razdelitev Slovenije v štiri destinacije: Alpska Slovenija, Mediteranska Slovenija, Ljubljana in centralna Slovenija ter Panonska Slovenija. O predlogu, ki je še vedno delovne narave, bomo še razpravljali z vsemi ključnimi deležniki. Strategija bo opredelila tudi ukrepe na področjih organiziranosti turizma, predlog modela upravljanja naložb v državni lasti in potrebo po novih greenfield investicij, področje srednjih in malih podjetij, ki delujejo v turizmu, ter ukrepe na področju kadrov v turizmu. Ob tem izhajamo iz temelja, ki se je že v tem strateškem obdobju izkazal za pravilnega. To je trajnostni turizem.«

PREGLED TRGA ZA LETO 2016

Barbara Zmrzlikar

Slovenska turistična organizacija

Slovenski turizem je leta 2016 dosegel rekordne vrednosti. Z 11,4 odstotka več tujih turističnih prihodov glede na leto 2015 se tako uvršča nad povprečje Evrope.

Število mednarodnih prihodov v slovenskem turizmu še naprej raste. Leta 2016 je bilo skupno 4,170.213 prihodov turistov in 10,774.803 prenočitev, kar je za 9,4 odstotka več prihodov in 7,6 odstotka več prenočitev kot leta 2015 (SURS, 2016).

Med turističnimi prenočitvami je bilo leta 2016 več kot dve tretjini tujih prenočitev; te so prvič presegle mejo sedmih milijonov. Skupaj so tuji turisti leta 2016 ustvarili 65,2 odstotka vseh prenočitev. Skoraj polovico tujih prenočitev (47,8 odstotka) so ustvarili turisti iz petih držav, in sicer **iz Italije (15,8 odstotka), Avstrije (11,7 odstotka), Nemčije (11,0 odstotka), Hrvaške (4,9 odstotka) in Nizozemske (4,4 odstotka)** (SURS, 2016).

Turisti iz Združenega kraljestva so ustvarili za 15,3 odstotka več prenočitev, iz Irske pa za 22,8 odstotka, ob tem se nadaljuje tudi trend rasti števila prenočitev turistov iz držav vzhodne Evrope (iz Madžarske za 17,9 odstotka več prenočitev, Češke republike za 15,6 odstotka, Poljske za 15,8 odstotka, Slovaške za 21,2 odstotka in iz Srbije za 18,0 odstotka). Zanimanje za Slovenijo narašča tudi na Bližnjem vzhodu; leta 2016 je bila kar 22,1-odstotna rast števila prenočitev gostov iz Izraela. Pozitiven je tudi trend rasti števila prenočitev turistov iz nordijskih držav: iz Švedske za 12,3 odstotka več prenočitev, Norveške za 6,2 odstotka, Danske za 16,6 odstotka, iz Finske za 9,5 odstotka, Nizozemske za 11,6 odstotka in iz Islandije za 9,8 odstotka. Negativno rast pa smo zaznali pri številu prenočitev turistov iz Ruske federacije (-2,7 odstotka).

Naraščata tudi števili gostov in njihovih prenočitev s čezmorskih trgov. Leta 2016 so več prenočitev glede na leto 2015 tako ustvarili gostje iz Južne Koreje (22,8 odstotka), Kitajske (19,5 odstotka), ZDA (8,8 odstotka) in Kanade (9,9 odstotka). Negativno rast pa smo zaznali pri številu prenočitev turistov iz Japonske (-21,1 odstotka) in Brazilije (-10,7 odstotka).

Domačih gostov je bilo v navedenem obdobju za 5,1 odstotka več kot v istem obdobju preteklega leta, ustvarili pa so za 2,8 odstotka več prenočitev. Domači gostje zajemajo 30,0 odstotka vseh prihodov in 34,8 odstotka vseh prenočitev.

Največ turističnih prenočitev je bilo leta 2016 ustvarjenih v zdraviliških občinah (29,2 odstotka), kar je za 4,2 odstotka več kot leto prej. Prenocitvam v zdraviliških občinah sledijo prenočitve v gorskih občinah (24,6 odstotka) in v obmorskih občinah (20,4 odstotka). Zaradi večjega obiska tujih turistov je več prenočitev leta 2016 ustvarila tudi Ljubljana, in sicer skupno za 11,1 odstotka več kot leta 2015 in s tem dosegla največjo stopnjo rasti med vsemi vrstami občin (SURS, 2016).

V slovenskih hotelih je bilo evidentiranih 61,5 odstotka vseh prenočitev (za 7,2 odstotka več kot v letu 2015). V kampih je bilo evidentiranih 13,0 odstotka vseh prenočitev (za 3,9 odstotka več). Večje povečanje števila prenočitev turistov v letu 2016 glede na leto 2015 je bilo tudi v drugih nastanitvenih objektih (za 34,8 odstotka več), mladinskih hotelih (za 26,4 odstotka več), na turističnih kmetijah z nastanitvijo (10,6 odstotka) ter v planinskih domovih in kočah (za 8,0 odstotka več) (SURS, 2016).

Po podatkih Svetovne turistične organizacije (UNWTO) je bila rast števila mednarodnih turističnih prihodov leta 2016 v Evropi dvoodstotna in bo po napovedih z začetka tega leta na letni ravni od dvo- do triodstotna. **Slovenski turizem se z 11,4-odstotno rastjo števila mednarodnih prihodov leta 2016 tako uvršča nad povprečno napovedano in dejansko rastjo števila mednarodnih prihodov v Evropi.**

NAPOVEDI ZA LETO 2017

Po ocenah Evropske turistične komisije (ETC, 2016) se bo **število turističnih prihodov na svetovni ravni leta 2017 povečalo za od tri do štiri odstotke. Največje rasti se pričakujejo v regijah zunaj Evrope.** V Aziji in Pacifiku (od 5,0 do 6 odstotkov), v Afriki (od 5 do 6 odstotkov), v Ameriki (od 4 do 5 odstotkov) na Bližnjem vzhodu (od 2 do 5 odstotkov). **Rast števila turističnih prihodov v evropskih državah pa naj bi bila dvoodstotna oziroma naj bi ustvarili 12 milijonov prenočitev več kot leta 2016.**



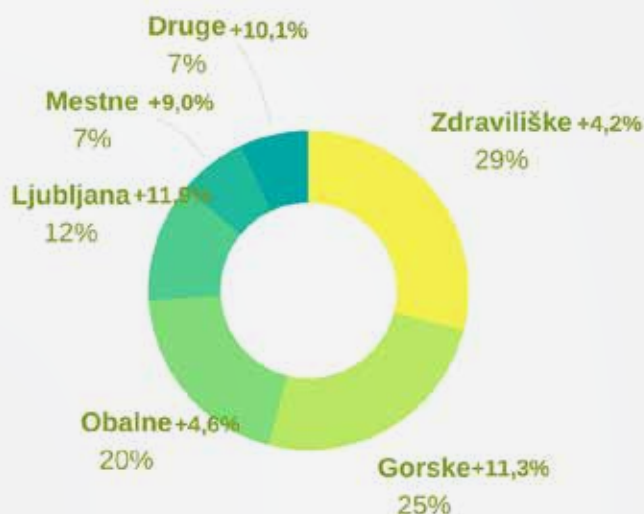
Foto: arhiv STO, Barbara Kožar

Občina Piran je v letu 2016 zasedla prvo mesto med očinami po številu prenočitev (skoraj 1,5 mio prenočitev), sledita ji občina Ljubljana (dobrih 1,3 mio prenočitev) in Bled (dobrih 0,7 mio prenočitev).

SLOVENSKI TURIZEM SE Z 11,4-ODSTOTNO RASTJO ŠTEVILA MEDNARODNIH PRIHODOV LETA 2016 UVRŠČA NAD POVPREČNO NAPOVEDANO IN DEJANSKO RASTJO ŠTEVILA MEDNARODNIH PRIHODOV V EVROPI.



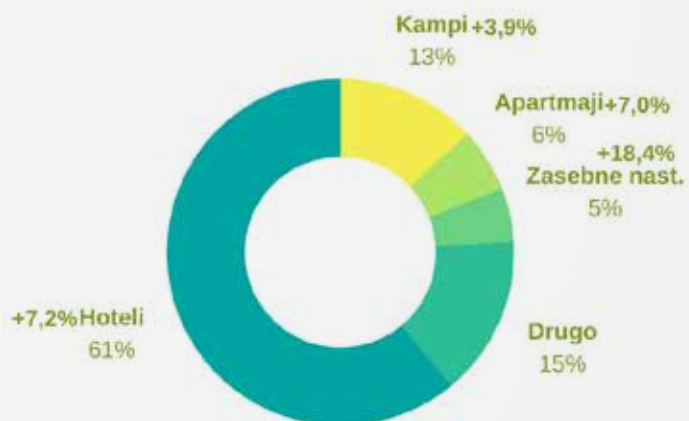
**DELEŽI PRENOČITEV PO VRSTAH OBČIN;
STOPNJE RASTI ENAKO OBDOBJE LANI**



**TOP 5 TRGOV PO DELEŽIH PRENOČITEV;
STOPNJE RASTI ENAKO OBDOBJE LANI**

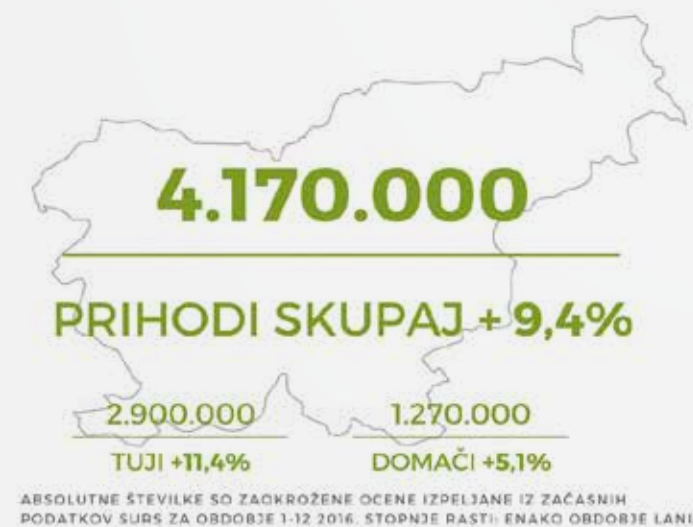


**DELEŽI PRENOČITEV PO
VRSTAH NASTANITVENIH OBJEKTOV;
STOPNJE RASTI ENAKO OBDOBJE LANI**



IZVOZ POTOVANJ 1-11: 2.179 MIO EUR +4%

VIR: STATISTIČNI URAD REPUBLIKE SLOVENIJE, BANKA SLOVENIJE



VIDNEJŠE OBJAVE O SLOVENIJI V SVETOVNIH MEDIJIH V LETU 2016

Rebeka Kumer Bizjak
Slovenska turistična organizacija

Na Slovenski turistični organizaciji v zadnjem času v okviru globalnega PR zaznavamo izjemno povečanje zanimanja svetovnih medijev za Slovenijo kot turistično destinacijo.

Leta 2017 je prva dama ZDA postala Slovenka in to je bil eden izmed dejavnikov povečanja zanimanja tujih medijev za Slovenijo. Prepoznavnost Slovenije se je na svetovnem zemljevidu po zaslugi **Melanie Trump** povečevala že trenutka, ko je Donald Trump objavil svojo kandidaturo za predsednika. O nekdanji domovini prve dame ZDA se je razpisalo veliko vodilnih svetovnih medijev, mnogi so prvič prišli v Slovenijo raziskovat, od kod izhaja, in odšli presenečeni nad lepoto in urejenostjo naše države. V Sevnici so v zadnjih mesecih gostili več kot 50 svetovnih medijev!

Tuji mediji so Slovenijo zaznavali tudi zaradi **odlične kuharske mojstrice Ane Roš**, ene izmed zvezd druge sezone serije ponudnika Netflix Chef's Table, in ob pridobitvi laskavega naslova **prva zelena destinacija na svetu** v okviru mednarodnih meril Green Destinations (Zelene destinacije).

Vsekakor niso samo te informacije pripomogle k večji prepoznavnosti Slovenije; **digitalna kampanja** na ključnih tujih trgih, **več kot 50 dogodkov** za poslovno javnost in ne nazadnje gostovanje **več kot 360 tujih medijev** v letu 2016 je rezultat, da se Slovenija v svetu čedalje bolj uveljavlja kot aktivna, zdrava in predvsem zelena destinacija.

V sklopu tujega PR sodelujemo na ključnih in drugih trgih s profesionalnimi PR-agencijami, ki nam zagotavljajo kakovostne in za Slovenijo primerne medije. Na podlagi dobrih in pozitivnih odnosov s tujo javnostjo smo se želeli osredotočiti tudi na izpostavitev posameznih produktov slovenskega turizma in promocijo vseh slovenskih regij.

Rezultat tega so zares raznovrstne objave v svetovnih medijih v lanskem letu, na kar smo pri Slovenski turistični organizaciji še posebej ponosni, s tem namreč krepimo podobo Slovenije v vseh pogledih.

Ljubljano in Slovenijo je na kolesu raziskovala novinarka revije **AIR FRANCE**

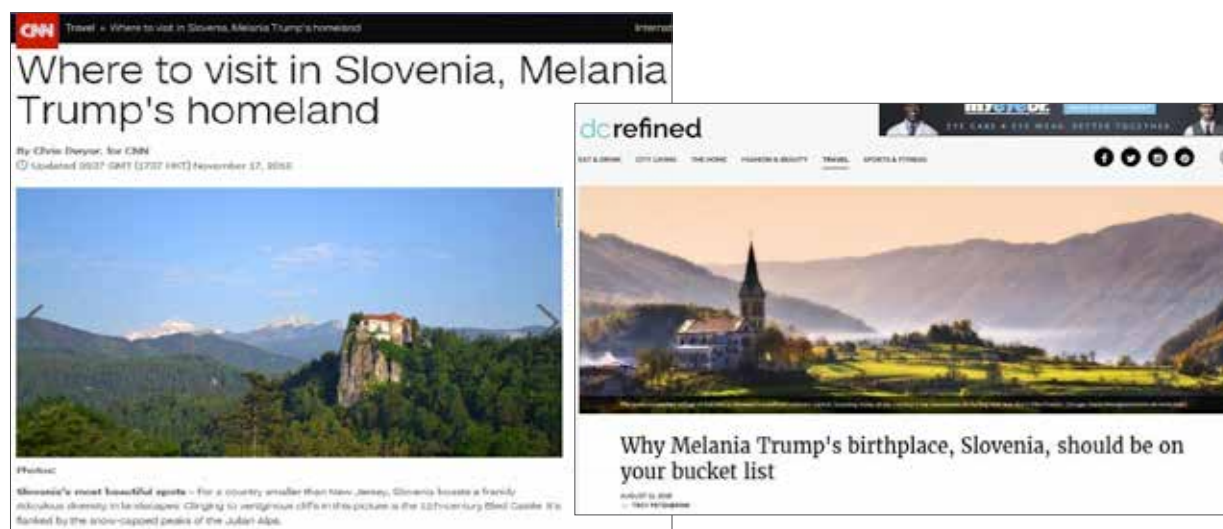


Objave v publikaciji **NATIONAL GEOGRAPHIC ZDA**





CNN zaznava Slovenijo izjemno kot turistično destinacijo



MAIL ONLINE je označil Slovenijo kot eno izmed najbolj varnih destinacij za potovanje

Slovenia

Although beautiful Slovenia has a low threat from terrorism status, a recent update by the FCO Travel Advice team reports: 'Although fewer people are currently transiting through Slovenia, reinstated immigration controls are temporarily in operation at road and rail border crossing points with Austria and Hungary.'

'Full immigration controls are in place at Slovenia's border with Croatia. You must carry your passport with you at all times.'

Additionally, all foreign nationals visiting Slovenia must register with the police within three days of arrival or risk paying a fine.

Get a feeling of the amazing natural scenery of Slovenia



MailOnline

COUNTRIES WITH A LOW TERRORISM RISK



Still worried about your summer holiday? The safest places to visit around the world include Iceland, the Bahamas and Malta

- Foreign Office has warned of high terrorism risk in European countries
- However Malta, Iceland and Slovenia have a low threat according to FCO
- Globally the Bahamas, Fiji and Japan are some of the safest destinations

By NAOMI LEACH FOR MAILONLINE
PUBLISHED: 17:37 GMT, 20 April 2016 | UPDATED: 15:26 GMT, 21 June 2016

DAILY MAIL uvrstil Slovenijo med 10 najboljših eko turističnih destinacij na svetu



Fancy a guilt-free holiday? The world's most eco-friendly hot spots revealed, from Peru to Vietnam

- Here the best eco-friendly places around the world to visit have been picked out by travel experts
- Eco-tourism is a growing trend according to research but you don't have to scrim on luxury while there
- Destinations like Costa Rica offer stunning landscapes but also work hard on conservation efforts

Slovenia's capital, Ljubljana, was voted the European Green Capital for 2016 but outside of the city, there are also some fantastic views to be found

Slovenia is often over-looked as a tourism destination but it has plenty of green credentials.

In fact, its capital, Ljubljana, was voted the European Green Capital for 2016. It claims to be the first European city to move towards zero waste and part of that is to install special bins that charge users according to how much waste is disposed.



NAJBOLJŠA KUHARSKA MOJSTRICA NA SVETU, ANA ROŠ, PRIHAJA IZ SLOVENIJE

SLOVENIJA JE NOVA ZVEZDA NA KULINARIČNEM ZEMLJEVIDU SVETA.

V slovenski zgodbi o vrhunski kuhariki med Alpami, Mediteranom in panonskimi ravnici, kjer se začuti tudi temperament Balkanskega polotoka, igrajo glavno vlogo odlične lokalne sestavine, bogata kulinarčna tradicija in neskončna ustvarjalnost svetovno priznanih kuharskih mojstrov.

Star slovenski pregovor pravi, da gre ljubezen skozi želodec. Zato se obiskovalci Slovenije po zelena, zdrava in aktivna doživetja vračajo tudi zaradi vrhunske slovenske kuharike.

ANA ROŠ – KRALJICA INOVATIVNOSTI V KUHINJI

V dolini reke Soče na zahodu Slovenije, v Kobaridu goste pričakuje **Hiša Franko** in jedi izpod rok vrhunske slovenske kuharice **Ane Roš**. Vrhunska kuharika Ane Roš temelji na lokalni, sezonski in slovenski hrani, njen pristop do kuhanja pa je skoraj znanstven in dovoli sestavinam, da se v njenih jedeh polno izrazijo in ohranijo svoj pristen okus. Ana Roš prisega na filozofijo iz »vrta na krožnik« in česar ne pridela na domačem zeliščnem in zelenjavnem vrtu, dobi iz svoje široke mreže lokalnih dobaviteljev. Z veseljem kombinira tradicionalne lokalne jedi s sodobnimi kuharskimi metodami. Po pravilu je na meniju glavnih jedi v Hiši Franko vedno hišna postrv, ki kraljuje v potoku izvirske vode, ki teče mimo hiše. Vsaka jed izpod Aninih rok je dopolnjena s kozarcem vrhunskega slovenskega vina iz domače vinske kleti. Za vinski izbor skrbi Anin partner, **Valter Kramer**, ki prav tako skrbi za sirno klet. To je verjetno edina slovenska klet, kjer se ob kontrolirani temperaturi in vlagi starajo avtohtoni slovenski siri (Nanoški, Bovški in sir Tolminc).

Ambasadorji slovenskega turizma / **Tur!zem**

Hiša Franko je član **Jeunes restaurateurs d'Europe (JRE)**, zaradi svojega izjemnega talenta kombiniranja okusov pa si je Ana leta 2015 na kongresu JRE dobila tudi prestižno priznanje **Talent leta**. Svoje kuharske mojstrovine je prestavila že širnemu svetu – je del **kulturnega kolektiva Gelinaz! Shuffle**, v katerem 37 najboljših kuharjev planeta izmenjuje znanje in povezuje kulinarčne jezike, gostovala je v **Hangarju 7 v restavraciji Ikarus v Salzburgu** in kot prva ženska je s svojimi jedmi navduševala na letnem srečanju kulinarčnih zvezd **Cook It Raw na Poljskem**. Bila je tudi del druge sezone oddaje **Chef's table za ameriški Netflix**, kjer v vsaki sezoni predstavijo le 6 mednarodnih chefov ter na drugih gostovanjih uveljavila svoj status kraljice inovativne kuharike v svetovnih kuhinjah.

NAJBOLJŠA KUHARSKA MOJSTRICA NA SVETU 2017

Akademija 50 najboljših restavracij na svetu že od leta 2012 vsako leto izbere najboljšo kuharico na svetu (**The World's Best Female chef**). Slovenska kuharska mojstrica **Ana Roš** je ta laskavi naslov, ki je bil poprej podeljen v Španijo, Italijo, Brazilijo, Francijo in ZDA, pripeljala v Slovenijo. Zveneča nagrada še dodatno utrjuje mesto Slovenije na svetovnem kulinarčnem zemljevidu, zasluge pa gredo iskrivi Primorki, ki je znala izkoristiti prednosti lokalnega okolja in vanj pritegniti goste s celega sveta.

Nagrajenka je poudarila, da je **gastronomska ponudba pomemben turistični produkt**, foodieji, torej zaljubljeni v hrano, pa dobri in zadovoljni gosti. Barvitost okusov naše male a razgibane dežele bo po njenih besedah očarala vsakega obiskovalca, ki ga bomo uspeli zapeljati in povabiti na okušanje naših gastronomskih dobrot.

Čestitkam za nagrado, ki so jih izrekli številni slovenski kuharji, se pridružuje tudi Slovenska turistična organizacija.

Fotozgodbo o slovenski vrhunski kuhariki najdete na <https://storify.com/FeelSlovenia/taste-slovenia>.



NOVICE IN TRENDI V TURIZMU NA NEMŠKEM TRGU

Majda Rozina Dolenc,
vodja predstavništva Slovenske turistične organizacije v Nemčiji

Slovenijo je leta 2016 obiskalo za 8,6 odstotka več nemških gostov kot leto prej, ki so ustvarili za 7,1 odstotka več prenočitev. Število gostov iz Nemčije, ki obiščejo Slovenijo, vztrajno raste že vrsto let in leta 2016 smo prvič ustvarili več kot 800.000 prenočitev nemških gostov. Sloveniji na nemškem trgu vztrajno raste prepoznavnost, kot butična turistična destinacija smo za Nemce zanimivi predvsem za aktivne počitnice v naravi, zaradi raznolikosti, konkurenčnih cen, odlične kulinarike in vin, prijaznosti in zaradi neokrnjene narave. Z izboljšanjem kakovosti turistične ponudbe pričakujemo tudi rast porabe nemških gostov pri nas, treba pa je izboljšati tudi ugled Slovenije. In natančno v to smer gredo naša prizadevanja, najprej s partnerstvom Slovenije v okviru ITB Berlin 2017.

Kot poročajo nemški strokovni mediji za turizem, so največ gostov v letu 2016 pritegnile Španija, Italija, Grčija, Portugalska, Bolgarija, tudi Hrvaška, medtem ko so največji upad obiska zabeležile Turčija, Egipt, Tunizija. Med oddaljenimi destinacijami sta večjo rast gostov zabeležili predvsem Dominikanska republika in Kuba, rahel upad pa ZDA, Tajska in Maldivi. Največji nemški organizatorji potovanj so leta 2016 počitnice organizirali več milijonom gostom in tako zaslužili več milijard evrov. Po ocenah strokovne turistične revije fvw je Thomas Cook lani z 6,1 milijona gostov ustvaril 3 in pol milijarde evrov, TUI Deutschland s 6 milijoni gostov kar 4,4 milijarde evrov, DER Touristik s 5,4 milijona gostov 2,8 milijarde evrov in organizator potovanj FTI Group iz Münchna z nekaj manj kot štirimi milijoni gostov 2,2 milijardi evrov. Že na petem mestu po ustvarjenem prometu je organizator križarjenj Aida Cruises z nekaj manj kot milijon gosti. Številke so

visoke, dinamika prometa v poslovnem letu 2016 v primerjavi z letom prej pa razen pri FTI Group ni bila pozitivna: TUI Group –2,9 %, Thomas Cook –0,1 % in DER Touristik –4,0 %.

Za turistično leto 2017 so napovedi optimistične in večina organizatorjev potovanj, kar 94 odstotkov, pričakuje nadaljnjo rast. Rast je z novimi ladjami pričakovana tudi za križarjenja. Povpraševanja Nemcev se po eni strani nanašajo na daljne, eksotične destinacije in še naprej intenzivno tudi na križarjenja, po drugi strani pa se nemški gostje zanimajo za krajše, aktivne počitnice v naravi in obisk mest. Turistična ponudba v Sloveniji ustreza vsem iskalcem doživetij v naravi, ljubiteljem pohodništva, kolesarjenja, aktivnosti na vodi in drugega, obiskovalcem mest, ljubiteljem odlične kulinarike, pomembno pa je, da so paketi ponudb naravnani v smeri povpraševanj. Največ povpraševanj za leto 2017 je usmerjenih v Španijo, Italijo, na Hrvaško, pa tudi v Egipt. Bitka za goste je na nemškem trgu intenzivna, ponudniki si prizadevajo pridobiti pozornost tudi z novimi programi ponudbe, kot so počitnice za kolesarjenje z električnimi kolesi za starejše. Več zanimanja ugotavljajo organizatorji raznih počitnic z vlaki, za Slovenijo pa je zanimiva nova povezava z avtovlaki Nemške železnice, ki bo od 12. maja letos Hamburg povežala z Beljakom. Dinamično je na nemškem trgu tudi glede poslovnih združevanj in prevzemov podjetij za večjo konkurenčnost na trgu, za povpraševalce pa so že na voljo tudi ponudbe za zimo 2017/2018.

V trdi bitki za goste je aktivna tudi Slovenija, intenzivno delamo z organizatorji potovanj in mediji. V nemških medijih smo v Predstavništvu STO v Nemčiji v letošnjem letu zasledili že več kot štirideset objav o Sloveniji kot turistični destinaciji. Med najlepšimi in najodmevnejšimi je zagotovo skoraj enourna oddaja o lepotah in raznolikosti Slovenije »Potovanje v deželo legend in mitov« (Slowenien – Reisen im Land der Sagen und Mythen), ki je bila na sporedu osrednje televizije nemške zvezne dežele Hessen, hr – Hessischer Rundfunk, v petek, 3. februarja 2017, ob 20.15, torej v enem najbolj gledanih terminov televizijskega programa, kar je še posebej razveseljujoče. Avtorica filma, ki z občutkom prikazuje Slovenijo od morja, prek Krasa, do Alp in posebej izpostavi tudi Ljubljano, Tanja Hoeschele je za pripravo oddaje lani obiskala Slovenijo dvakrat in izbrala vrsto zanimivih in lepih vsebin ter Slovenijo prikazala v najboljši luči. Tudi 3 SAT je nekaj časa posvetil Sloveniji, in sicer so januarja dvakrat predvajali oddajo o Krasu v Sloveniji Lojzeta Wieserja in Martina Taxla (Der slowenische Karst, aus der Reihe »Der Geschmack Europas«). Še ena aktualna objava je zagotovo vredna posebne pozornosti: te dni je v časopisu Frankfurter Allgemeine Zeitung izšla obsežna reportaža o smučanju v Sloveniji, Kranjski Gori in Planici, z naslovom »Le smučarski poleti so lepši od smučanja« (Nur Skifliegen ist schoener als Skifahren), avtorja Volkerja Mehnerta, ki je ta del Slovenije študijsko obiskal januarja letos. Zabeležili smo tudi nekaj objav o Ljubljani, izpostavimo naj članek Svena Bauerja v časopisu Passauer Neue Presse, z naslovom »Mesto med hribi in morjem« (Die Stadt zwischen Bergen und Meer). Med novimi tiskanimi izdajami o Sloveniji velja omeniti tudi novo karto MARCO POLO, novo izdajo žepnega vodiča po Sloveniji - DuMontov Reiseführer Slowenien & Istrien avtorice Daniele Schetar-Koethen in novo izdajo vodiča za motoriste Hansa Michaela Engelka, Slowenien mit Istrien.



AVSTRIJSKO TRŽIŠČE V LETU 2017

Jan Ciglenečki,

vodja predstavništva Slovenske turistične organizacije v Avstriji

V zadnjih desetih letih se je število letnih potovanj Avstrijcev povečalo za eno petino (Avstrijski zvezni statistični urad). Poleti 2007 jih je potovalo 5.9 mio, v letu 2016 že 7.14 mio, kar pomeni povečanje za 21,3 %.

Primerjava z avstrijskimi gosti v Slovenijo v enakem časovnem razdobju pokaže, da se je njihovo število povečalo kar za 50 %! Napoved statistikov je tudi, da se bo to število zaradi vedno večjega priseljevanja v mesta, še nadaljevalo.

Glavno prevozno sredstvo Avstrijcev ostaja osebni avto (66 %), temu sledijo potovanja z letalom (18 %), kar ostane, se razdeli na potovanja z vlakom in avtobusom.

Zaradi staranja prebivalstva se spreminjajo tudi potrebe na potovanjih. Na to kaže dodatna skrb za varnost, vedno več je povpraševanja po potovanjih za individualce, pomembnejša je kakovost potovanja. Zadnja raziskava največje avstrijske turistične agencije RUEFA je pokazala, da so Avstrijci v letu 2017 pripravljani trošiti še več (ugodnejša davčna politika). Raziskava potovalnega portala momondo.at pa, da kar polovica Avstrijcev še posebej varčuje za potovanja. Kar 65 % jih prenočuje v hotelu, pri izbiri nastanitve pa veliko vlogo igra cena, kjer jih kar 78 % ni pripravljeno plačati več kot 100 evrov za sobo na noč.

ČAS POTOVANJ

Še vedno največ Avstrijcev potuje julija in avgusta, predvsem to velja za družine s šoloobveznimi otroki. Velikonočne počitnice so letos med 8. in 18. aprilom. Zelo radi kombinirajo državne in

cerkvene praznike in jih z nekaj dnevi dopusta povežejo v kratke počitnice: velika noč, cerkveni prazniki: 15. maja Vnebohod, 5. junija Binkošti, 15. junij Telovo.

Zaradi terorizma, begunske krize pa je postala varnost ali bolje rečeno več varnosti, najpomembnejši predpogoj pri odločanju avstrijskih turistov o tem kam bodo potovali.

Študija OERV-a, največjega avstrijskega združenja turističnih agencij in organizatorjev potovanj, potrjuje, da avstrijski gost vse bolj sega po programih, ki jih pripravljajo organizatorji potovanj, turistična agencija pa je tisto mesto, kjer v osebni kontakt pridobijo kompetentno informacijo in se tako veliko lažje odločijo za svojo počitniško destinacijo. Kriterij št. 1 za odločitev je postala varnost destinacije. Preko interneta se Avstrijci vse več informirajo o destinaciji, rezervirajo pa ravno zaradi varnosti raje pri turistični agenciji. Rezervacije preko portalov se kasneje velikokrat ne izkažejo kot najugodnejša opcija. Želja po vedno večji individualnosti, po doživetjih, zabavi in po osebni izpopolnitvi postavljajo agencije pred nove izzive, ki jih morajo upoštevati pri pripravi programov.

KAM BODO AVSTRIJCI POTOVALI POZIMI IN V ZGODNJI POMLADI 2017?

Odlično se prodaja zimska sezona doma v Avstriji, sicer pa najbolje gredo potovanja v bolj oddaljene destinacije: na Karibe, na Tajsko, na Kanarske otoke. Začela se je popravljati situacija v Egiptu, kjer zopet naraščajo rezervacije za Hurgado. Težja situacija je pri rezervacijah za Turčijo, doslej ene najpomembnejših destinacij za Avstrijce. Za letno sezono 2017 pa so favoriti že znani: pri potovanjih z letalom so to: Španija, Grčija, Portugalska pa tudi Bolgarija, Ciper in Maroko. Egipt in Tunizija počasi popravljata slabe številke iz preteklih let. Pri potovanjih z avtom ostaja destinacija št. 1 za Avstrijce še naprej Italija, ki ji tesno sledijo Hrvaška, sledijo Nemčija, Češka, Poljska, Madžarska. Tu nekeje je tudi pozicija Slovenije, kjer bomo leto 2016 zaključili z okoli 300.000 avstrijskimi gosti.

Eden najmočnejših trendov, ki ga je bilo opaziti tudi na ravno zaključenem največjem avstrijskem turističnem sejmu Ferien Messe na Dunaju s 150.000 obiskovalci, je tudi veliko povpraševanje po kratkih počitnicah, kjer se Slovenija pojavlja kot idealna destinacija ne le z morskobalo, ampak tudi z velnesom, potovanji v mesta ali pa s pohodništvom in kolesarjenjem. Tu imamo največjo konkurenco v sami Avstriji, pri Italiji in tudi Hrvaški.



Novinarska konferenca Slovenije in slovenskega turizma v okviru sejma Ferien Messe na temo predstavitve knjige o tramvaju med Portorožem in Piranom (govorci z leve proti desni: Jan Ciglenečki, STO; Dr. Andrej Rahten, veleposlanik, RS v Avstriji; župan občine Piran Peter Bossman ter avtor knjige Dr. Hans Groeger).

NOVOSTI NA ITALIJANSKEM TRGU V LETU 2017

Aljoša Ota in Ada Peljhan, predstavništvo STO v Italiji

Italijanski trg ostaja na samem vrhu seznama najpomembnejših tujih emitivnih trgov slovenskega turizma, na katerem smo v letu 2016 zabeležili za 7 odstotkov več prihodov in za 8 odstotkov več prenočitev turistov, med tujimi trgi pa pomeni kar 16-odstotni delež.

Leto 2016 je bilo za italijanski turizem uspešno, pozitivni rezultati se nadaljujejo tudi v začetku januarja 2017. ISTAT, italijanski nacionalni statistični inštitut, napoveduje nadaljevanje ekonomske rasti v letu 2017, povečanje investicij in večjo potrošnjo posameznih družin, kar bo nedvomno ugodno vplivalo tudi na turizem.

BIT 2017 PRINAŠA VEČ NOVOSTI

Turistična borza BIT v novi organizaciji in z novim datumom, aprila namesto februarja, se vrača na »mestno sejmišče« v Milanu. Borza se začne v nedeljo, 2. aprila. Prvi dan bo odprta za obiskovalce, ponedeljek in torek pa bosta namenjena strokovni javnosti. Slovenija se bo na borzi predstavila s partnerji iz slovenskega turističnega gospodarstva.

TOP DESTINACIJE 2017

Strokovni časopis l'Agenzia di viaggi je anketiral 150 turističnih agencij in jih povprašal o gibanjih za leto 2017. Merila za izbiro potovanja so bila: varnost, odnos med kakovostjo in ceno, prometne povezave in »appeal«. Na prvo mesto se je uvrstila Japonska, ki je bila najbolj prodajana destinacija leta 2016. Sledijo ZDA, posebno privlačna za poročna potovanja in »city break«, ter Tajski, predvsem zaradi razmerja med kakovostjo in ceno. Med italijanskimi destinacijami se je najvišje uvrstila Sardinija, kjer so lani izjemno izboljšali morske povezave in ponudili ugodne pakete s prevozom (trajektom). Na šesto mesto se je uvrstila Španija, kraljica Sredozemlja, predvsem zaradi nizkocenovnih letov in kot odgovor na krizo v severni Afriki. Na Bližnjem vzhodu je veliko zanimanje za Oman, ki velja za varno destinacijo.

Glede na navedbe organizacije Hostelworld za mlade Italijane, stare do 35 let, ostaja najzanimivejši London, sledijo mu Amsterdam, Pariz, Dublin in Berlin. Povečuje se zanimanje za Bangkok in Združene arabske emirate.

GIBANJA V LETU 2017

V nadaljevanju navajamo nekatere ključne usmeritve pri potovanjih Italijanov v letu 2017.

1. Potovati sam

Kot kaže raziskava BookYogaRetreats.com, 51 odstotkov popotnikov ne glede na starost in kraj bivanja želi ne samo samih organizirati počitnice, ampak tudi tako potovati. Posameznik na potovanju lahko računa samo nase ali na pomoč ljudi, ki jih sreča na poti. Nove tehnologije nedvomno omogočajo načrtovanje takih potovanj.

2. »Bleisure«

Druga usmeritev je želja po povezavi delovnih izkušenj s preživljanjem prostega časa. Bleisure, izpeljanka iz angleških izrazov business travel in leisure travel, je zvrst turizma, ki združuje koristno s prijetnim.

3. Kulinarčna doživetja

Kulinarika je izjemno pomemben dejavnik pri izbiri počitnic pri Italijanih. Glede na navedbe organizacije Carte Orange, specializirane za

organizacijo potovanj po meri, čedalje več turistov želi vključiti v program potovanja rezervacijo večerje pri znanem kuharskem mojstru.

SLOVENIJA IZPOLNJUJE PRIČAKOVANJA ITALIJANSKIH GOSTOV

Leta 2016 smo izvedli pomembno oglaševalsko akcijo na podzemnih železnicah v Milanu in Rimu ter na tramvajih in avtobusih v večjih italijanskih mestih ter oglaševali v najpomembnejših turističnih revijah in strokovnih medijih »offline« in »online«. Intenzivna promocija z udeležbo na delavnicah in sejnih ter politične razmere so nedvomno prispevale k povečanemu številu italijanskih turistov, ki so obiskali Slovenijo. V prvih enajstih mesecih je Slovenijo obiskalo 449.807 turistov (8 odstotkov več kot leta 2015), ki so opravili 990.088 prenočitev (9 odstotkov več kot leta 2015). Po napovedih spletnega portala booking.com v letu 2017 39 odstotkov anketirancev želi zelene oz. trajnostne počitnice. Slovenija je prava destinacija!



IZPOD PERESA NOVEGA VODJE PREDSTAVNIŠTVA STO V ITALIJI

Italijanski trg bo tudi v prihodnjih letih velik izziv za slovenski turizem. Število prihodov italijanskih gostov stalno raste, ne smemo pa se zadovoljiti le z že doseženimi rezultati. V sozvočju s slovenskimi gospodarskimi subjekti bomo razvijali že obstoječe segmente italijanskega turizma in poskušali pridobiti nove, jedro teh pa so potniki iz srednje in južne Italije. Za ta dva dela države je potrebna specifična strategija prodora na trg, nujne so tudi prilagojene oblike komunikacije. Italijanski turisti so izkazali veliko zanimanje za kulturno dediščino slovenskih mest in si zelo radi oddahnejo v naravnih zdraviliščih. Veliko pozornosti namenijo predvsem enogastronomiji in iščejo nova nepozabna doživetja. Slovenski turizem bo lahko kos novim izzivom, če bomo razvijali nove inovativne produkte, s katerimi bomo pritegnili pozornost tudi najbolj zahtevnih italijanskih strank. Velik poudarek bomo namenili digitalnemu marketingu in družbenim omrežjem, saj italijanski trg ta način komunikacije zelo močno ceni. Slovenija lahko postane butična destinacija za italijanski trg in zanimiv cilj za tiste goste, ki si želijo spoznati nove zelene destinacije, aktivno preživeti svoje počitnice v naravi, izkusiti tradicionalne dobrote in vrhunska lokalna vina ter doživeti nepozabne trenutke v zelenem osrčju Evrope.

Aljoša Ota, vodja predstavništva STO v Italiji



POTOVALNI TRENDI V VELIKI BRITANiji IN NAPOVEDI ZA LETO 2017

Mladen Ljubišić,
vodja informativne pisarne Slovenske turistične organizacije v Londonu

Za Britance je znano, da veliko potujejo in da v času počitnikovanja porabijo nadpovprečno veliko denarja. Po podatkih iz leta 2016 so si Britanci privoščili dopust kar 3,4-krat in to naraščanje pa je mogoče zaznati od leta 2013 (vir: ABTA).

V preteklosti so pri dopustnikih prevladovali motivi počitnikovanja, vezani na »morje in sonce«, a ni več tako. Kot zanimivost lahko navedem, da se jih je leta 2016 53 odstotkov odločilo za tako imenovani "city break", podobno pa je mogoče pričakovati tudi v letu 2017. Aktivne počitnice si je privoščilo devet odstotkov dopustnikov, spet pa je opazno večje zanimanje za počitnikovanje s križarjenjem, v letu 2016 se je za to odločilo kar osem odstotkov dopustnikov.

Zelo zanimiv segment za Slovenijo in priložnosti, ki se v Veliki Britaniji vztrajno povečujejo, je tako imenovani "solo traveller", saj ta v Veliki Britaniji zajema že 13 odstotkov počitnikarjev (vir: ABTA). Trenutno segment z največjo udeležbo je "partner only", njegov delež je kar 51-odstoten. Ni naključje, da je vzporedno s tem segmentom "city break" glavni motiv počitnikovanja v Veliki Britaniji.

BREXIT IN VPLIVI NA TURIZEM V SLOVENIJI

Trenutno še ni jasen način izstopa Velike Britanije iz EU, pri čemer se negotovost kaže tudi v poslabšanem razmerju med angleškim funtom in evrom. Kljub Brexitu ni opaziti zmanjšanja potnikov iz Velike Britanije, nasprotno, trendi kažejo, da lahko rast pričakujemo tudi v letu 2017. Tudi analiza raziskave porabe dopustnikov za leto 2017 je optimistična, saj je 24 odstotkov vprašanih odgovorilo, da bodo leta 2017 porabili več kot predhodno leto. Vsaj do marca 2019 bo Velika Britanija še pravnomočna članica EU in ni pričakovati večjih

sprememb. Treba pa bo še toliko bolj aktivno nastopati na trgu, tako s promoviranjem kot z gospodarskega vidika, da se lahko Slovenija kot destinacija dobro uveljavi še pred izstopom.

PRILožNOSTI NA TRGU VELIKE BRITANije

Veliko priložnost za povečanje števila prihodov turistov v Slovenijo pomenijo mesta in lokacije zunaj londonskega območja. S tem mislim predvsem na severni del Velike Britanije, na mesta, kot so Manchester, Liverpool in Leeds, ter usmerjanje na škotski in irski trg (brez trga Velike Britanije). Slovenija se lahko uveljavi kot butična destinacija in vzbudi zanimanje pri gostih, ki so manj zahtevni in veliko porabijo. Tudi slovensko gospodarstvo je potrdilo, da si želi več tovrstnih gostov. V komunikacijah je treba še bolj poudariti usmerjenost v trajnostni in zeleni turizem, v kombinaciji z aktivnim turizmom, ki je na trgu Velike Britanije zelo cenjen. Velike priložnosti so tudi v kulinarinem turizmu, z usmerjanjem v lokalno pridelano hrano in izvrstno slovensko vino, ki vedno znova navduši Britance, saj slovenska vina razmeroma slabo poznajo. Veliko medijskega zanimanja je pritegnila tudi Ana Roš s pridobljenim laskavim nazivom "Best Female Chef 2017", menim pa, da je treba izkoristiti trenutek tudi s promocijo slovenske kulinarike na trgu Velike Britanije.

Gospodarstvo mora še aktivneje nastopati na trgu ter vedno znova ustvarjati poslovne priložnosti in iskati primerne partnerje. Skrb vzbuja podatek, da je le približno sedem odstotkov vseh prihodov v Slovenijo ustvarjenih z organiziranim potovanjem in agencijami, pri čemer zadnji podatki potovalnih analiz iz leta 2016 kažejo, da se je za potovanje v tujino z organiziranim potovanjem z agencijo ali agentom odločilo več kot 40 odstotkov Britancev (vir: ABTA). Predvsem se je treba usmeriti v izboljšanje letalskih povezav, ki niso vezane samo na nizkocenovne letalske prevoznike. Pozitivno bo vplivala tudi odločitev Adrie Airways, da v poletni sezoni 2017 obdrži povezavo med Manchesterom in Ljubljano dvakrat na teden.

Zaznati je bilo mogoče tudi povečano zanimanje medijev za Slovenijo v okviru trajnostnega turizma, ki se je pokazal v močnem zanimanju za čebele in api (čebelarški) turizem. Na to je ugodno vplivalo tudi prizadevanje Slovenije pri Združenih narodih, da 20. maj postane svetovni dan čebel.

SLOVENIJA - ODLIČNA DESTINACIJA ZA ŠPORTNI TURIZEM

Tudi STO daje vedno večji poudarek segmentu športnega turizma, ki je v Sloveniji še v fazi razvijanja in predstavlja odlično priložnost za pozicioniranje Slovenije v tem naraščajočem segmentu, skupaj s promocijo Slovenije kot odlične destinacije za športni turizem. Še posebej zanimiv del športnega turizma so priprave športnikov, tako profesionalnih kot ljubiteljskih, v več športnih disciplinah, v nogometu, kolesarjenju, veslanju, plezanju, pohodništvu itd.



SEJALEC

Slovenska turistična organizacija



SNOVALEC

Slovenska turistična organizacija

INOVATIVNO TUDI V LETU 2017

Petra Čad,

Slovenska turistična organizacija

Slovenska turistična organizacija tudi v letu 2017 nadaljuje spodbujanje inovativnih produktov. Ti z visoko dodano vrednostjo bogatijo slovenski turistični prostor in temelječ na trajnostnem razvoju pomembno dopolnjujejo doživetje Slovenije kot aktivne, zelene in zdrave destinacije. V preteklem letu so se inovativni družini pridružili sežalec in dva snovalca.

Sežalec 2016 je postal 53 metrov visok razgledni stolp Vinarium Lendava, ki dokazuje spremembo miselnosti lokalne skupnosti v Lendavi – iz industrijsko mislečega mesta se tako počasi razvija v turistično misleče, je zapisala strokovna komisija.



Foto: Mediaspeed.net

Vinarium

Presunljiv pogled s stolpa Vinarium, ki seže v štiri države, ni samo dih jemajoč, ampak zrcali tudi simbolično prepletanje kultur,



Foto: NEA CULPA

Vodni park Radlje ob Dravi



Foto: HIT Alpinea

Ledeniški velnes

sobivanje in prijateljstvo narodov. Kot finalista sta se mu pridružila Vodni park Radlje ob Dravi, prvi javni biološki bazen pri nas, in ledeniški velnes (center dobrega počutja) Hotela Špik, ki temelji na 1.500 let stari ledeniški vodi, ki prihaja iz zajetja pod hotelom.



Foto: Gregor Katič

Fontana Zeleno zlato

Za priznanje snovalca se je v preteklem letu potegovalo kar 44 idej, izmed katerih je desetčlanska strokovna komisija najprej izbrala osem finalistov, ki so se nato predstavili v živo. Uresničitev sta doživela dva snovalca, prva pivska fontana v Evropi – fontana Zeleno zlato, ki na inovativen način promovira Žalec in hmeljarsko Savinjsko dolino, ter estetsko dovršena jedilna tekstilija – Sladkorna čipka, ki motiv tradicionalnih idrijskih čipk in bogastvo naše kulturne dediščine prenaša v kulinariko.

Naj vas vodi inovativna in zelena misel! Aktualno o inovativnosti, projektih sežalec in snovalca ter pozivih na www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/razvoj-in-inovativnost.



Foto: LACEnia

Sladkorna čipka

**I FEEL
SLOVENIA**

www.slovenia.info/siw
siw2017@slovenia.info

SIW 2017

Ljubljana, 11. - 13. maj

Zelena. Aktivna. Zdrava.

SIW²⁰¹⁷
Slovenian Incoming Workshop



**Že ljudska modrost pravi, da več ljudi kot poznaš več veljaš.
Zato vas vabimo, da ustvarite nova poznanstva v turizmu in obnovite stara
na jubilejni, 20. Slovenski turistični borzi.**

Slovenska turistična borza (SIW) je največji poslovni dogodek slovenskega turističnega gospodarstva, ki zagotavlja časovno in poslovno učinkovita srečanja, ki ustvarjajo priložnosti za vzpostavitev novih in uspešnih poslovnih vezi.

Kdo se srečuje na SIW?

- vodilni predstavniki slovenskih turističnih podjetij in organizacij, hotelov, turističnih agencij, zdravilišč, javnega sektorja v turizmu, kongresnih centrov in ostalih ponudnikov v turizmu;
- predstavniki tujih organizatorjev potovanj, turističnih agencij, interesnih združenj in specializiranih agencij.

Zakaj sodelovati na SIW?

- ker je enkratna priložnost za predstavitev turistične ponudbe tujim tour operaterjem in agentom;
- ker se na njem sreča preko 250 ponudnikov slovenskega turističnega gospodarstva z izbrani organizatorji potovanj in predstavniki turističnih agencij iz več kot 30-ih držav;
- ker se na SIW opravi skupno več kot 3.500 poslovnih sestankov;
- ker program borze udeležencem omogoča sproščeno druženje ter jim hkrati zagotavlja ustrezne delovne pogoje za sklepanje poslovnih dogovorov.

**Izkoristite dokazano dobro priložnost za poslovni uspeh.
Pridružite se nam na SIW 2017!**



Na stojnici I FEEL SLOVENIA se je pod okriljem Slovenske turistične organizacije naša dežela predstavila kot odlična zelena, aktivna in zdrava športno turistična destinacija za petzvezdična doživetja.

NATOUR ALPE-ADRIA – SEJEM ZELENEGA IN AKTIVNEGA TURIZMA

Od 1. do 4. februarja je na Gospodarskem razstavišču v Ljubljani potekala osrednja sejemska prireditev s področja turizma pri nas – 28. Natour Alpe-Adria. Sejem s poslovno borzo je v imenu častnega pokrovitelja prireditve, Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, odprl minister Zdravko Počivalšek. »Usmeritev sejma je usklajena z usmeritvami slovenskega turizma, zato ga na ministrstvu z veseljem podpiramo,« je poudaril, »in blagovna znamka sejma, ki je edini tak v Sloveniji, se zelo dobro ujema z nazivom Slovenije kot prve zelene destinacije na svetu in Ljubljane kot zelene prestolnice Evrope leta 2016.« Minister je poudaril tudi pomen obsejmskih dogodkov, na primer okrogle mize in izobraževanja, za prihodnost in kot največje dodane vrednosti sejma.

Prvi dan sejma se je z ministrom Počivalškom na polovici mandata sedanje vlade o prihodnjih ukrepih Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo Vlade RS na področju turizma pogovarjal Drago Bulc, predsednik društva turističnih novinarjev – FIJET Slovenija.

Letos slovenski turizem vstopa v novo strateško obdobje. V pripravi je nova strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021, sprejet bo nov zakon o spodbujanju razvoja turizma, ki bo uvedel precej novosti. Z novim zakonom o gostinstvu se bo uredilo področje kratkoročnega oddajanja nepremičnin, turistom in podjetjem pa zagotovilo prijaznejše poslovno okolje za gospodarstvo. Pripravlja

se tudi nov zakon o Kobilarni Lipica, s katerim se bodo dokončno uredile razmere v Lipici.

V četrtek, 2. februarja, je sejem obiskal tudi hrvaški minister za turizem Gari Cappelli.

OBSEJEMSKI PROGRAM

Minister Počivalšek je med odmevnejše sejemske dogodke uvrstil posvet o nosilnih sposobnostih turističnih destinacij in srečanje vseh deležnikov, ki se na različne načine srečujejo s to problematiko. Izpostavil je tudi posvet o mreži postajališč za avtodome v Sloveniji in okroglo mizo s Hrvaško turistično skupnostjo v sodelovanju z ACI o navtičnem turizmu. Ta mednarodni dogodek, kot je poudaril, je izjemna priložnost za izmenjavo strokovnih mnenj in izkušenj ter ustvarjanje novih poslovnih vezi. Omeniti pa velja tudi stanovska srečanja vodnikov, Planinske zveze Slovenije, Turistične zveze Slovenije, okrogli mizi Kajakaške zveze Slovenije, forum na temo gorskega kolesarstva in druge.

RAZSTAVLJAVCI

Ponudbo 28. Natour Alpe-Adria, ki je tudi letos v ospredje postavil trajnostno usmerjeni aktivni oddih v naravi, je na odprtju sejma predstavil direktor Gospodarskega razstavišča mag. Iztok Brič. Na sejmu se je predstavilo več kot 330 turističnih ponudnikov iz 15 držav – Slovenije, Bosne in Hercegovine, Hrvaške, Srbije, Makedonije, Italije, Albanije, Avstrije, Madžarske, Češke, Slovaške,



Hrvaški minister za turizem Gari Cappelli in gospodarski minister slovenske vlade Zdravko Počivalšek



Posvet o mreži postajališč za avtodome v Sloveniji

Nepala, Indije, Jordanije in Tunizije. Klasični sejem je prvi dan spremljala poslovna borza Natour, ki sta jo pripravila Združenje za pohodništvo in kolesarjenje GIZ ter podjetje Toleranca Marketing ob podpori Slovenske turistične organizacije. Na njej se je dvanajst slovenskih ponudnikov predstavilo dvajsetim tujim agencijam iz Poljske, Nemčije, Italije, Hrvaške, Nizozemske, Romunije in Malte. *»Tudi letos lahko s ponosom izrečem dobrodošlico vsem ustanovam slovenskega turizma, od Slovenske turistične organizacije, Turizma Ljubljana, Združenja slovenskih turističnih kmetij do Turistične zveze*



SLOVENIJA – TRAJNOSTNA DESTINACIJA ZA PETZVEZDIČNA AKTIVNA DOŽIVETJA

Na stojnici I feel Slovenia se je pod okriljem Slovenske turistične organizacije letos naša dežela predstavljala kot odlična zelena, aktivna in zdrava športno-turistična destinacija za petzvezdična doživetja. Slovenija je idealna dežela za aktivni oddih in hkrati dežela športnih presežkov ter dežela vrhunskih in svetovnih prvakov. V Marmorni dvorani na razstavnem prostoru slovenskega turizma **I FEEL SLOVENIA** smo našo deželo izpostavili kot butično destinacijo za aktivni oddih. Slovenija je namreč destinacija za **zelena, aktivna in zdrava petzvezdična doživetja in dežela, idealna za priprave športnikov ter aktivni oddih, pa tudi dežela vrhunskih športnikov in svetovnih prvakov**. Na razstavnem prostoru Slovenije in slovenskega turizma so se predstavili **Pohodništvo in kolesarjenje, Alpe Adria Trail, SKI Slovenia in Nordijski center Planica**. Prvi dan sejma se je obiskovalcem podpisovala nosilka bronaste olimpijske kolajne iz Brazile, **Ana Velenšek**, vse dni je gorski vodnik predstavljal **pohodniško opremo in smučarski strokovnjak** svetoval glede izbire smuči in smučarske opreme. Z aplikacijo **Alpe Adria Trail** so obiskovalci bližje spoznali to vse bolj prepoznavno in med ljubitelji aktivnega oddiha priljubljeno pohodniško pot. Kako je biti smučarski skakalec, so preizkusili s **simulatorjem skokov**, medtem ko je bilo v **kotičku za fotografiranje** moč posneti nepozabno fotografijo z motivom aktivnega oddiha. Ob tem je potekalo več nagradnih iger s privlačnimi nagradami.

Slovenije s številnimi združenji, društvi iz lokalnih okolij, ki s kulturno-etnološkim izročilom živopisno obarvajo dogajanje v Stekleni dvorani,« je dejal mag. Bricl.

Aktivni oddih v naravi so predstavili številni ponudniki pri nas, kot so Ribiška zveza Slovenije, Kajakaška zveza Slovenije, Planinska zveza Slovenije (PZS), Zavod za gozdove Slovenije, združenje Pohodništvo in kolesarjenje GIZ, Slovenski gorskokolesarski konzorcij odprimopoti.si, Fitnes zveza Slovenije, Športna unija in Olimpijski komite Slovenije, ter kot letošnja novost v posebnem sklopu sejem športa Aktivni in fit. Za živahno popestritev sejma so poskrbeli tudi nekateri vrhunski športniki, med njimi kanuista Benjamin Savšek in Peter Kauzer, judoistka Ana Velenšek, alpinist Andrej Štremfelj, jadralki Tina Mrak in Veronika Macarol. PZS je na slovesni podelitvi priznanj za vrhunske dosežke v alpinizmu **priznanje za življenjsko delo na področju alpinizma** podelila **Andreju Štremfiju (AO PD Kranj)**. Njegov odnos do alpinizma, tudi življenja, vzdržuje svežino in zrelost hkrati, kar uspe le posebnim ljudem, so zapisali v utemeljitvi.

NAGRADA JAKOB

Kot je v navadi, so – letos že sedmič – podelili mednarodno nagrado za turistično kakovost in odličnost v regiji Alpe Jadran, ki so jo poimenovali po prvem turistu – romarju Jakobu. Posebna komisija pod vodstvom dr. Janeza Bogataja je izmed 44 kandidatov na razpisu za letošnjo temo inovativni turistični programi za aktivni dopust v naravnem okolju izbrala **projekt Karavanke Unesco globalni geopark Delovne skupnosti Geopark Karavanke**.

»Geopark Karavanke je čezmejni projekt ter območje Avstrije in Slovenije, ki obiskovalcem na več inovativnih načinov ponuja številne turistične vsebine in programe. Programi za poglobljeno doživljanje naravnih okolij omogočajo paleto aktivnih počitnic v tem okolju. Geopark ima dve temeljni središči, in sicer Svet geologije v Železni Kapli v Avstriji in Infocenter geoparka v Mežici v Sloveniji, kar je povezano s turističnim rudnikom. Inovativnost tega projekta je predvsem v tem, da obiskovalcem približa naravo na drugačen, bolj oseben, privlačen in razumljiv način. K tej usmeritvi veliko prispeva tudi čezmejno povezovanje ob dejstvu, da stičišča različnih kultur bogatijo sodobnega človeka,« je zapisano v utemeljitvi komisije. Znana pa je že tema naslednjega razpisa Jakob 2018: inovativni programi in vsebine na vinskih cestah in v osmicah.

Naslednji, 29. sejem Natour Alpe-Adria bo od 31. januarja do 3. februarja 2018.

www.natour-alpeadria.si



Matjaž Kovačič, vodja sejma Natour Alpe-Adria, in mag. Iztok Bricl, direktor Gospodarskega razstavišča

NOVICE IZ SVETA TURIZMA

SPREMLJAJTE DRUŽBENA OMREŽJA STO TUDI V LETU 2017

Slovenska turistična organizacija je tudi v letu 2016 na družbenih omrežjih aktivno in zelo uspešno promovirala Slovenijo kot turistično destinacijo. Na vseh kanalih smo zaznali rast števila prijateljev, sledilcev in tudi navdihujočih objav, s katerimi navdušujemo občinstvo z vsega sveta. In to bomo počeli tudi letos!

Najštevilčnejša je baza sledilcev naše strani na Facebooku Feel Slovenia, ki jo spremlja že skoraj 400 tisoč ljudi. Istoimenski profil na Instagramu spremlja več kot 40 tisoč ljudi, takšnemu številu sledilcev pa se približuje tudi naš račun na Twitterju. Na vseh družbenih omrežjih spodbujamo sledilce, naj z nami delijo svoje vtise in utrinke potepanj po Sloveniji ter fotografije, videe in zapise označijo z oznako #ifeelsLOVEEnia. Samo na Instagramu lahko pod to oznako najdemo že več kot 93 tisoč fotografij, pod oznako #slovenia pa več kot 1,396.000 fotografij. Na družbenih omrežjih ne želimo le navdihovati, temveč tudi obveščati. Poslovne novice, najnovejše statistične podatke, razpise in druge zanimive dogodke z vami delimo na poslovnih omrežjih Slovenske turistične organizacije, na poslovnem računu na Twitterju in LinkedInu.

Vabimo vas, da nas spremljate na:

- Facebooku,
- Twitterju,
- Instagramu,
- LinkedInu,
- poslovnem Twitterju,
- YouTubeu,
- omrežju Google+ in na
- Pinterestu.

KOČEVSKO PREJELO ZNAK SLOVENIA GREEN DESTINATION BRONZE

Destinacijam in ponudnikom v Zeleni shemi slovenskega turizma, ki so že prejeli znak Slovenia Green Destination/Accommodation, se je pridružila **destinacija Kočevsko z občinami Kočevje, Kostel in Osilnica**.

Nacionalni in certifikacijski program **Zelena shema slovenskega turizma** združuje vsa prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji ter s konkretnimi orodji izboljšuje in vrednoti (ocenjevanje po standardu Green Destination Standard) trajnostno delovanje destinacij in ponudnikov. Kočevsko je izpolnilo zahteve trajnostnega razvoja in delovanja ter po izvedenih 11 korakih skladno s standardom Green Destination Standard uspešno pridobilo bronasti znak Slovenia Green Destination. Družina Slovenia Green zdaj združuje že 18 destinacij in 10 ponudnikov. V začetku februarja 2017 se je na objavljeni poziv shemi pridružilo kar 12 novih destinacij, ki so začele postopek za pridobitev znaka Slovenia Green Destination. Poleg že izvedene prve delavnice bodo zanje v tem letu organizirane še tri podporne delavnice v pomoč pri celotnem postopku, ki ga bodo končale do konca leta.

Aktualni seznam destinacij in ponudnikov ter vse informacije o Zeleni shemi slovenskega turizma so na voljo na poslovnih straneh našega portala.



SLOVENIJA SE PREDSTAVLJA NA ŠTEVILNIH SEJMIH IN BORZAH

Slovenija se v prvih mesecih tega leta predstavlja na številnih sejmi, borzah in delovnih srečanjih kot butična, zelena, aktivna in zdrava turistična destinacija za petzvezdična doživetja. Številne predstavitve so že izvedene, ključne med njimi navajamo v nadaljevanju.

Med prvimi predstavitevami v tem letu je bila udeležba na sejmu **Ferienmesse na Dunaju**, ki je letos potekal med 12. in 15. januarjem.

Med 10. in 15. januarjem se je slovenska turistična ponudba pod okriljem Slovenske turistične organizacije predstavila na največjem sejmu v Beneluxu: **Vakantiebeurs v Utrechtu**.

Prvi večji turistični sejem v Nemčiji letos in na katerem se je predstavila tudi Slovenija, je bil **CMT Stuttgart 2017** (od 14. do 22. januarja). Gre za osrednji sejem za počitnice in oddih, ki ga obiščejo obiskovalci iz celotne nemške zvezne dežele Baden-Württemberg.

Od 18. do 22. januarja je potekala predstavitev na svetovni turistični borzi **FITUR Madrid 2017**.

Slovenski turizem se je 18. in 19. januarja predstavil na sejmu **Matka Helsinki 2017**, ki velja za najpomembnejši in največji potovalni sejem v severni Evropi za srečanja s partnerji iz skandinavskih in baltskih držav ter Rusije. Tokrat se je Slovenija v okviru sejma udeležila le delavnice in tako imenovanega **MATKA Business Foruma**, ki je namenjen poslovni javnosti.

18. in 19. januarja je v Ljubljani potekala **Conventa** - največja poslovna borza »Nove Evrope«.

Od 2. do 5. februarja se je Slovenija predstavila na najpomembnejšem sejmu v Belgiji in enem največjih evropskih sejmov, **Vakatie Salon v Bruslju**.

Med 7. in 8. februarjem je potekala predstavitev Slovenije na sejmu **IMTM v Tel Avivu**.

Prva letošnja predstavitev na srbskem trgu je bila na sejmu **IFT v Beogradu** med 23. in 26. februarjem.

V drugi polovici februarja smo se predstavili na največjem turističnem sejmu na Bavarskem, semu **f.re.e. München 2017**.

V začetku februarja sta v Kazahstanu (Almaty) in Azerbajdžanu (Baku) potekala vsakoletna poslovna dogodka **"B2B Luxury & MICE workshop"**, ki se ju je Slovenska turistična organizacija udeležila drugič zapored.

Od 14. do 16.3. se je Slovenija predstavila na **Moscow International Travel & Tourism**, največjem in eden izmed najbolj pomembnih dogodkov za turistično industrijo v Rusiji in Baltskih deželah.

Poleg splošnih sejmov in borz se je Slovenija v prvih štirih mesecih predstavila tudi na številnih splošnih in specializiranih sejmih v sodelovanju s partnerskimi organizacijami: **Grüne Woche**, **CMT Outdoor Stuttgart**, **Caravan Salon Leeuwarden**, **The Telegraph Outdoor Adventure & Travel Show**, **GO Brno**, **ITF Bratislava**, **SA.NA.M.A.** Mednarodni sejem muharjenja **Saint Etienne**, Mednarodni sejem ribolova **Furstenfeld**, **Holiday World Praga**, **Destinations Nature Lyon**, **Fiets en Wandelbeurs Utrecht**, **Ferie for alle Herning**, **Knjižni sejem Linz**, **Argus Bike Festival** ...

Od 8. do 12. marca je potekala ena najpomembnejših predstavitev Slovenije in slovenskega turizma – predstavitev Slovenije kot **Convention and Culture Partner ITB Berlin 2017**. Več o partnerstvu Slovenije na tej svetovno odmevni in vplivni borzi si preberite na straneh 4 do 7.

LJUBLJANA MED 10 NAJVIŠJE UVRŠČENIMI MESTI NA SVETU PO PODATKIH MEDNARODNIH VODNIKOV PO MESTIH IN YOUR POCKET

Na svetovno spletno stran vodnikov po mestih **In Your Pocket** se je med 10 najvišje uvrščenih mest na svetu leta 2016 uvrstila tudi Ljubljana. Med 200 mest, ki jih pokrivajo mednarodni vodniki **In Your Pocket**, je Ljubljana pristala na 6. mestu, s kar 4,27 % spletnimi ogledi, in se tako ob bok postavila številnim večjim mestom, kot so Krakov, Praga, Varšava, Johannesburg in Bukarešta.

SLOVENIJA VSE BOLJ PREPOZNAVNA TUDI SKOZI ODMEVNE ŠPORTNE DOGODKE

Slovenska turistična organizacija s ciljem pozicioniranja Slovenije kot odlične destinacije za aktivni in zdrav oddih sodeluje pri mednarodnih odmevnih športnih dogodkih. Slovenijo kot odlično butično destinacijo za petzvezdična aktivna doživetja smo komunicirali v okviru 54. Zlate lisice v Mariboru ter v okviru 56. Pokala Vitranc v Kranjski Gori. Pred nami pa je še svetovni pokali v smučarskih skokih v Planici. Od 23. do 26. marca bo Planica gostila novo sklepno dejanje svetovnega pokala zveze FIS v smučarskih skokih. Dolino pod Poncami bo v teh dneh tudi letos obiskalo več deset tisoč ljubiteljev smučarskih skokov, ki bodo spremljali neustrašne smučarje skakalce – lovce na daljave. Največja podpora bo seveda namenjena domačim tekmovalcem, ki so od leta 2012 v Planici zbrali že osem zmag, seveda pa se znova pričakuje tudi velik obisk navijačev iz Avstrije, Poljske, Nemčije in Norveške.



SLOVENIJA OSVOJILA NAZIV PRVAK ZDRAVSTVENEGA TURIZMA

V sklopu akcije "Izbiramo najbolj uspešne v turizmu v Sredozemlju jugovzhodne Evrope 2016" je strokovna žirija Sloveniji podelila naziv **Prvak zdravstvenega turizma**. Izbor organizira mednarodna turistična zveza ter mednarodni center za razvoj turizma in gostinstva **Sacen International** iz Srbije.

SLOVENIJA V SAMEM VRHU NAJPRIVLAČNEJŠIH TURISTIČNIH DESTINACIJ

Leto 2016 je bilo poleg znova rekordnih podatkov o prihodih in prenočitvah turistov tudi leto številnih uvrstitev Slovenije na lestvice najprivlačnejših držav na svetu.

Slovenija in slovenski turizem sta prejela številna priznanja, predvsem na področju trajnostne usmeritve. Slovenija tako postaja čedalje bolj prepoznavna in zaželeno turistična destinacija.

Slovenija in slovenski turizem sta v letu 2016 prejela številna priznanja, uvrstila sta se v sam vrh lestvic najbolj priljubljenih in zaželenih turističnih destinacij, poleg tega so jima objave namenili številni ugledni svetovni mediji. Slovenija je bila razglašena za **prvo zeleno državo na svetu**, Ljubljana je nosila naziv **Zelena prestolnica Evrope**, po kazalniku **Environmental Performance Index EPS** je **Slovenija peta najbolj zelena država na svetu**, na borzi **MITT** v Moskvi 2016 pa je naša država prejela **posebno priznanje za razvoj in promocijo kot trajnostna destinacija**. Tudi svetovne lestvice trajnosti so našo državo umestile v sam vrh, kot na primer **Legatum Prosperity Index 2016**, ki je Slovenijo umestil na 20. mesto (med 149 državami) in na **1. mesto pri ohranjanju naravnega okolja**.

Evropsko združenje turističnih agencij je Slovenijo izpostavilo kot tako imenovano **Preferred Destination of the Year 2016**, gostili smo **letno skupščino članov združenja ECTAA** in vrh **SITE Executive Summit 2016** na področju kongresne dejavnosti, organizacija **PATWA** pa nam je **podelila priznanje najhitreje razvijajoče se turistične destinacije**. Na lestvicah najvarnejših držav smo bili v samem vrhu, svetovni mediji so nas izpostavili kot državo z zelo majhnim varnostnim tveganjem. Slovenija je bila država partnerica turistične borze **TTG Incontri 2016**, za letos pa smo vzpostavili **partnerstvo na svetovni turistični borzi ITB Berlin kot Convention & Culture Partner ITB Berlin 2017**. Slovenija je v okviru letošnje globalne turistične borze **ITB Berlin** prejela prestižno priznanje **National Geographic World Legacy Destination Leadership**, kar dodatno utrjuje položaj naše države kot ene najbolj trajnostno usmerjenih držav na svetu.

Slovenija se je zapisala tudi na svetovni turistični zemljevid kot privlačna, aktivna oziroma športna turistična destinacija. Slovenija je bila **finalistka v izboru za priznanje Global Sport Tourism Impact Award** – na lanski svetovni turistični borzi **WTM** v Londonu se je uvrstila med štiri finaliste v izboru za ugledno priznanje **Global Sport Tourism Impact Award**. Odlična je tudi uvrstitev na šesto mesto na svetovni lestvici **Adventure Tourism Development Index**.

I FEEL
SLOVENIA



CVETOČA SLOVENIJA

Raziskujte skrivnostni svet čebel

V Sloveniji čebela uživa velik ugled in skrb zanjo predstavlja enega pomembnejših poslanstev naše dežele.

Edinstvena doživetja čebelarskega turizma v Sloveniji, zibelki modernega čebelarstva: spoznajte delo čebelarjev, pestrost in blagodejne učinke čebeljih proizvodov ter doživite apiterapijo. Okusite medeno kulinariko ter se podajte po čebelarskih izobraževalnih poteh.

www.apiturizem.si, www.czs.si, www.apiroutes.com, www.slovenia.info

Zelena. Aktivna. Zdrava.



turizem – informativna revija Slovenske turistične organizacije. Izdaja Slovenska turistična organizacija, Dimičeva 13, 1000 Ljubljana. Tel.: 01/5898 565, e-mail: urednistvo@slovenia.info. Glavna in odgovorna urednica: Livija Kovač Kostantinovič. Priprava za tisk: Studio Terminal. Ministrstvo za kulturo RS je izdalo odločbo, da se revija Turizem vpiše v evidenco javnih glasil pod zaporedno številko 1382. Revija je brezplačna. Naročila sprejemamo na urednistvo@slovenia.info. Člani Uredniškega sveta: prof. dr. Janez Bogataj, Ministrstvo za gospodarstvo (mag. Mateja Tomin Vučkovič), Urad vlade za komuniciranje (Valerija Obu), strokovnjak s področja tržnega komuniciranja (dr. Zlatko Jančič), Univerza v Ljubljani – Ekonomska fakulteta (dr. Tanja Mihalič), UP Fakulteta za turistične študije Portorož – Turistica (doc. dr. Aleksandra Brezovec), Višja šola za turizem in gostinstvo Maribor (mag. Helena Cvikl), Turistično gostinska zbornica (Majda Dekleva). Komentariji in prispevki ne odražajo nujno stališča uredništva. Tisk: Collegium Graphicum d.o.o.