 **SPOROČILO ZA JAVNOST** 

Št. 21-05/6

Strani: 2

**Naprej v Portorož in Piran**

Z oglaševalsko kampanjo bodo nagovarjali domače goste

*Portorož, 20. maj 2021****:* Turistično združenje Portorož je pripravilo oglaševalsko kampanjo na domačem trgu, v kateri sodeluje kar 17 turističnih ponudnikov z destinacije Portorož in Piran. Tuje goste bodo začeli nagovarjati junija, računajo pa tudi na podaljšanje sezone v jesen.**

Turistično združenje Portorož tudi letos pripravlja celovito oglaševalsko kampanjo, s katero bodo v prvi vrsti nagovorili slovenske goste. Gre za nadaljevanje lanskoletne kampanje Nazaj v Portorož in Piran, v kateri je blestel nostalgični rdeči fičko. Letos zgodbo nadaljujejo z istimi igralci, fička pa je nadomestil modernejši, **električni Fiat 500**. Oglasi s sloganom **Naprej v Portorož in Piran** se od danes dalje vrtijo na vseh večjih slovenskih TV kanalih. Kampanja je podprta tudi s spletnim oglaševanjem, ki bo trajalo vse do konca novembra.

Danes je bila v Portorožu novinarska konferenca, na kateri so o kampanji in pričakovanjih za letošnjo poletno sezono spregovorili podžupan Občine Piran **Karlo Radovac**, direktor Turističnega združenja Portorož **Aleksander Valentin**, državni sekretar na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo **Andrej Čuš**, direktorica agencije April 8 **Urša Mivšek Sitar**, **Karmen Novarlič,** vodja sektorja za komuniciranje s poslovnimi javnostmi na Slovenski turistični organizacij in **Petra Tašker Žumer**, vodja marketinga na Avtu Triglav, zastopniku vozil Fiat.

»S Turističnim združenjem Portorož in s kampanjami, kot je ta, ozaveščamo ljudi, da je vračanje k že preskušenim načinom dopustovanja v sodobni preobleki lahko nekaj novega. Zato smo danes tu, da pokažemo, da so pretekle izkušnje odlično izhodišče za svetlejšo prihodnost na poti 'Naprej v Portorož in Piran', kjer sta tako slovenski kot tuj turist vedno dobrodošla.« S temi besedami je projekt pozdravil podžupan Občine Piran Karlo Radovac.

Državni sekretar Andrej Čuš je pohvalil trud Turističnega združenja Portorož, da razširi turistično ponudbo na vse leto in poudaril pomen individualne, butične ponudbe. Dodal je še: »V zadnjem času smo priča postopnemu, varnemu sproščanju ukrepov. Poznajo se številni pozitivni premiki in stanje v državi se izboljšuje. Upam, da bodo vsi nastanitveni obrati kmalu lahko odprli svoja vrata.«

Promocijsko kampanjo so, tako kot lani, zasnovali v agenciji April 8. Predstavila jo je direktorica agencije Urša Mivšek Sitar: »Poudarek je na novih presenečenjih, ki obljubljajo nepozabna doživetja. Lanskoletna kampanja se je namreč spominjala nostalgične preteklosti in goste preko nostalgije s simboličnim rdečim fičkom peljala na destinacijo. V 2021 pa gremo naprej – odkrivat novi Portorož in Piran, ki sta zdaj polna presenečenj in čudovite ponudbe.« V skladu s konceptom novega in sodobnega so v zgodbo vključili tudi nov, modern, električni avtomobil, ki poudarja trajnostno usmerjenost destinacije. Zgodba promocijskega videa je zasnovana okrog prispodob. Mlada družina v modernem električnem kabrioletu pride na oddih v Portorož in Piran, kjer nova presenečenja (ponudbo) na destinaciji doživijo preko prispodob oziroma pretiravanj, ki nakazujejo, da bodo v Portorožu vsi, zaposleni in domačini, naredili vse, da se bodo gostje počutili odlično. Tako v videu vidimo vse od šavrink, ki s pršilom in oljčno vejico osvežujejo kolesarje, do morske deklice, ki z enim samim tleskom pričara sončni zahod. Poseben prepoznavni element videa je plesni gib, ki ga akterji uporabljajo kot pozdrav in znak navdušenja. Asociira na avtomobilsko hupanje in hkrati poudarja pomembnost t. i. *drive* turizma, ki je v času koronavirusa postal primarni način potovanja.

V sklopu kampanje bodo na destinacijo povabili vplivneže, organizirali nagradno igro, načrtujejo pa tudi plesno obarvan flashmob. Junija bodo pričeli s spletnim oglaševanjem na italijanskem in avstrijskem trgu, ki bo trajalo vse do novembra. Obetajo si namreč, da bi lahko sezono podaljšali še v jesen. Celotna kampanja na domačem in na tujih trgih bo vredna 120.000 evrov, približno polovico pa nameravajo financirati iz sredstev razpisa Slovenske turistične organizacije. Karmen Novarlič je izrazila zadovoljstvo, da ob podpori STO nastajajo tako lepi destinacijski projekti. »Pričakujemo podobno sezono kot lani. Raziskave sicer kažejo, da se bo situacija na področju potovanj povsem normalizirala šele po letu 2024,« je še dodala.

Letos so v kampanjo vključili tudi veliko turističnih ponudnikov, tri večje hotelske verige in kar štirinajst manjših ponudnikov. Izbirali so lahko med predstavitvijo na pristajalni strani kampanje in na družbenih omrežjih ter vključitvijo v spletno oglaševanje ali TV spot. H kampanji sta največ prispevali podjetji Istrabenz Turizem in Sava Turizem, za kateri sta bila posneta tudi posebna TV oglasa. Hkrati se bodo tako na TV postajah vrteli kar trije reklamni spoti, en krovni destinacijski in dva hotelska, s čimer bodo dosegli še večji promocijski učinek. Novost v komunikaciji destinacije Portorož in Piran je znak **Destinacija priporoča,** ki ga bodo prejeli vsi ponudniki lokalnih izdelkov in avtentičnih doživetij ter namestitev, ki izpolnjujejo kriterije za popoln oddih. Znak bo gostom omogočal lažjo orientacijo in izbiro ustrezne kakovostne ponudbe.

Aleksander Valentin, direktor Turističnega združenja Portorož je povedal: »Ponosni smo na uspešno povezovanje partnerjev na destinaciji, v Sloveniji je to namreč prej izjema kot pravilo. V kampanji izpostavljamo nova presenečenja, s katerimi želimo dvigniti dodano vrednost destinacije in spodbuditi izvenpenzionsko potrošnjo. Z izbiro električnega avtomobila pa smo letos kampanji dodali tudi trajnostni vidik.«

Turistično združenje Portorož je sklenilo sodelovanje z zastopnikom vozil Fiat - Avtom Triglav, ki je posodil avtomobil za televizijski oglas, poleg tega pa bo podprl destinacijsko kampanjo preko svojih promocijskih kanalov. Pogovarjajo se tudi o drugih načinih sodelovanja, ki se bodo uresničili že to poletje. Petra Tašker Žumer, vodja marketinga na Avtu Triglav: »Veseli smo povabila k sodelovanju pri projektu Naprej v Portorož in Piran, ki je – tako kot novi električni Fiat 500 – zazrt v prihodnost, obenem pa s seboj prinaša pridih ležerne brezčasnosti. Že prva generacija Fiata 500, ki je v šestdesetih letih ponujala mobilnost in svobodo, je mnogim spremenila način življenja. Priljubljenost je še okrepil Fiat 500 druge generacije, predstavljen leta 2007, ki je osvojil svet in upravičil svoj status ikone. Sedaj prihaja novo obdobje in čas je, da karizmatični Fiat 500 svojo priljubljenost izkoristi tudi za prispevek k trajnostni mobilnosti. S svojim prepoznavnim videzom, ki je preplet italijanske kulture, življenja v slogu »La Dolce Vita«, tehnologije in inovacij, spreminja mobilnost prihodnosti. Povsem električni Fiat 500 je prvi mestni avtomobil s sistemom avtonomne vožnje 2. stopnje, z zavidljivim dosegom, najsodobnejšim polnjenjem, ponuja užitkov polno vožnjo in je odličen sopotnik pri odkrivanju očarljivih slovenskih obalnih mest, kar najbolje predstavlja privlačen video, ki podpira letošnjo oglaševalsko kampanjo.«

Pred nami je še ena sezona, v kateri bo ključen domači gost. Dobra polovica, približno 55 %, jih še ni izkoristila turističnih bonov in lani jih je bilo največ porabljenih prav v piranski občini. Ta ukrep je bil eden izmed odločilnih dejavnikov, ki so pripomogli k temu, da so v Portorožu in Piranu lansko poletno sezono zaključili z enakimi ali celo boljšimi rezultati (septembra 2020 so na primer našteli kar 30 % več prenočitev) kot leto poprej, v vsem letu 2020 pa so zabeležili »le« 30-odstotni upad prenočitev v primerjavi z rekordnim letom 2019. Po nacionalnosti so močno prevladovali slovenski gostje, ki so v poletnih mesecih ustvarili dve tretjini vseh prenočitev. V primerjavi z letom poprej pa je bilo domačih prenočitev skoraj trikrat več.

K odlični sezoni je lani pripomogla tudi izredno uspešna kampanja. V TV kampanji so lani dosegli 700.000 posameznikov oziroma 82 % ciljne skupine, s spletnim oglaševanjem pa 673.000 spletnih uporabnikov. Spletni portal [www.portoroz.si](http://www.portoroz.si/) si je lani ogledalo za polovico več Slovencev v primerjavi z letom poprej. *(konec)*

\*\*\*

* Fotografija z novinarske konference v Portorožu. (foto: Diana Antončič)
* podžupan Občine Piran Karlo Radovac, Karmen Novarlič s Slovenske turistične organizacije, direktor Turističnega združenja Portorož Aleksander Valentin, vodja marketinga na Avtu Triglav Petra Tašker Žumer, državni sekretar na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo Andrej Čuš ter direktorica agencije April 8 Urša Mivšek Sitar. (foto: Diana Antončič)

Turistično združenje Portorož, g. i. z.                                                 Pripravila: Lea Šuligoj

Direktor: mag. Aleksander Valentin, CHA                                     Kontakt: [lea@portoroz.si](mailto:lea@portoroz.si)

Uradni turistični portal: [**www.portoroz.si**](file:///C:\Users\uporabnik\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\7PBTI1RJ\Sporočila%20za%20javnost%202015\www.portoroz.si)

Facebook profil Turističnega združenja Portorož: [www.facebook.com/TuristicnoZdruzenjePortoroz/](file:///\\TICQ\ticpo_server\PR\Sporočila%20za%20javnost%202018\www.facebook.com\TuristicnoZdruzenjePortoroz\)

Facebook profil destinacije Portorož & Piran: [www.facebook.com/portoroz.touristboard/](file:///\\TICQ\ticpo_server\PR\Sporočila%20za%20javnost%202018\www.facebook.com\portoroz.touristboard\)

Instagram profil destinacije Portorož & Piran: <https://www.instagram.com/portorozpiran/>