

Št. 14-09/11

Strani: 2

## Poletna sezona kljub vremenu uspešna

*Portorož, 1. september 2014: Avgustovski rezultati za 1 % boljši od lani. Poletna sezona navkljub slabemu vremenu prinesla enake rezultate kot leta 2013. Digitalna komunikacijska akcija je generirala kar 41 % več obiskov spletnega portala [www.portoroz.si](http://www.portoroz.si). Kulturni turizem kot priložnost za razvoj destinacije.*

Avgusta smo v hotelih občine Piran zabeležili 183.764 nočitev, kar je 1 % več kot avgusta lani. Kar 80 % vseh nočitev so ustvarili tuji gosti, kar je podobno razmerje kot leta 2013.

Od 1. junija do 31. avgusta je bilo v hotelih ustvarjenih 475.124 nočitev, kar je enako kot v lanski poletni sezoni. Dober rezultat navkljub slabemu vremenu je dokaz, da so bila vlaganja v promocijo uspešna pa tudi, da destinacija poleg plaž turistom ponuja dovolj alternativnih turističnih produktov. Četrtno vseh nočitev so ustvarili domači gostje, med tujimi pa je bilo največ Italijanov, Avstrijcev, Nemcev in Rusov.

V prvih osmih mesecih letošnjega leta so hotelirji našli 791.622 nočitev, kar je 2 % manj kot v enakem obdobju lani. Približno 70 % nočitev so ustvarili tuji gosti.

### Nočitve v hotelih občina Piran - avgust 2014

NOČITVE/domači	NOČITVE/tuji	SKUPAJ
36.564	147.200	183.764

### Nočitve v hotelih občina Piran, avgust 2014 in primerjava avgust 2013

SKUPAJ avg 14	SKUPAJ avg 13	IND 14/13
183.764	181.611	101

### Nočitve v hotelih občina Piran, kumulativa januar-avgust 2014 in primerjava 2013

SKUPAJ jan-avg 14	SKUPAJ jan-avg 13	IND 14/13
791.622	808.695	98

	ŠT. HOTELSKIH NOČITEV	PRIMERJAVA 2013
Junij	123.839	+1 %
Julij	167.521	-3 %
Avgust	183.764	+1 %
<b>SKUPAJ</b>	<b>475.124</b>	<b>=</b>

### **Komunikacijska akcija destinacije Portorož & Piran**

Od 6. junija do 17. avgusta je potekal prvi del digitalne komunikacijske akcije destinacije Portorož & Piran v Italiji. V juliju smo tako zabeležili rekordno število obiskov spletne strani [www.portoroz.si](http://www.portoroz.si) (preko 200.000), večina obiskov je prihajala iz Italije. V primerjavi z letom 2013 je kampanja v Italiji generirala kar 41 % več obiskov kot lansko leto. Zabeležili smo tudi rekorden ogled italijanske verzije videa Skoči v Portorož (Fai un salto a Portorose) na YouTubu. Video ima zaradi oglaševanja že preko 1.268.000 ogledov. Tudi na Facebook profilu Portorož Tourist Board je bilo veliko odziva. Objave so dosegle tudi do 1 milijon uporabnikov Facebooka. Pridobili smo več kot 8.000 všečkov, tako jih je sedaj že skoraj 25.000. Od tega kar 18.000 uporabnikov prihaja iz Italije.

25. avgusta se je pričel drugi del digitalne komunikacijske akcije, ki bo še vse do 15. septembra potekal na italijanskem in avstrijskem trgu.

### **Nove fotografije na spletnem portalu [www.portoroz.si](http://www.portoroz.si)**

Uradni turistični portal destinacije Portorož & Piran je večjo prenavo doživel decembra 2013, kljub vsemu pa ga še naprej izboljšujemo. Tako smo avgusta objavili nove fotografije kulinarike, za katere sta mojstrsko poskrbela fotograf Matevž Kostanjšek in stilistka Gruša Zorn. Ogledate si jih lahko na <http://www.portoroz.si/si/dozivetja/kulinarika/istrski-recepti> ali na [Facebook profilu](#).

### **Obiski turističnih novinarjev**

Od junija do konca avgusta smo gostili kar 32 tujih novinarjev iz Avstrije, Nemčije, Španije, Velike Britanije, Švedske, Kitajske, Japonske in Avstralije. Obiskala nas je tudi producentka francosko-nemške televizije ARTE, ki bo pri nas snemala v septembru. Poleg novinarjev smo gostili tudi dve skupini tour operaterjev iz Brazilije in z Japonske.

### **Mednarodna delavnica kulturnega managementa**

27. avgusta je na UP FTŠ Turistica potekala mednarodna delavnica kulturnega managementa pod vodstvom priznanega strokovnjaka prof. Fransa Brouwerja. Delavnica je bila organizirana v sklopu Tartini festivala v sodelovanju z UP FTŠ Turistica in s Turističnim združenjem Portorož.

Prof. Brouwer je v svojem predavanju o managementu kulturnega turizma izpostavil vrednote kulturne dediščine in njen pomen pri ekonomskem razvoju skupnosti z vlaganjem v kakovosten kulturni turizem. Razložil je, kako lahko kulturna dediščina lokalni skupnosti ponudi nove priložnosti in jo poveže s širšim kulturnim svetom ter tako omogoči dolgoročen razvoj obalnih destinacij. Kulturni turizem je zanimiv predvsem za ljudi z višjo izobrazbo, ki pa imajo običajno tudi višje osebne prihodke. Z razvojem kulturnega turizma bi tako lahko na našo destinacijo pritegnili goste z večjo kupno močjo. Kulturni turizem destinaciji doda imidž prestiža in ima neposreden pozitiven učinek na lokalno gospodarstvo kot celoto. Brouwer je med drugim tudi opozoril, da je slovenska Istra kot destinacija premajhna za organizacijo izjemno velikih festivalov (kot je npr. Salzburški festival). S tem bi tvegali, da bi uničili čudovito naravno okolje, ki nas obdaja. Pomembno je upoštevati načela trajnostnega razvoja.

V nadaljevanju je sledila delavnica z aktivno udeležbo prisotnih, katere najpomembnejše ugotovitve so bile: pomembnost zmanjšanja števila prireditev na destinaciji (za bolj učinkovito financiranje), povezovanje prireditev in festivalov med sabo, problematika prepoznavanja kvalitetnih dogodkov, povezovanje kulturnih prireditev z lokalnimi produkti in pomembnost pravočasnega posredovanja informacij o prireditvah. (*konec*)

\*\*\*

**Priloge:**

- fotografija z delavnice kulturnega managementa
- fotografija iz zakulisja snemanja novih fotografij

Turistično združenje Portorož, g. i. z.  
Direktor: Jadran Furlanič

Pripravila: Lea Šuligoj  
Kontakt: lea@portoroz.si