

Sporočilo za javnost

Odlični rezultati slovenskega turizma v prvih sedmih mesecih letošnjega leta

**V prvih sedmih mesecih
za 10 % več tujih turistov**

31. avgust 2016 – Po [začasnih podatkih Statističnega urada RS \(SURS\)](#) je slovenski turizem v obdobju od januarja do vključno julija zabeležil za **8 % več turistov** in **6 % več prenočitev** kot v istem obdobju leta 2015.

Odlični rezultati slovenskega turizma v lanskem letu, ko smo prvič od samostojnosti naše države zabeležili več kot 10 milijonov turističnih prenočitev in 2,2 milijardi evrov izvoženih potovanj, se nadaljujejo tudi v prvih sedmih mesecih letošnjega leta. V obdobju od januarja do vključno julija smo zabeležili skupno za 8 % več prihodov turistov in za 6 % več prenočitev v primerjavi z enakim obdobjem lani. **Število tujih turistov** je poraslo za **10 %**, njihovih **prenočitev** pa za **8 %**. **Domači turisti** so v prvih sedmih mesecih letos ustvarili za **4 % več prihodov** in za **1 % več prenočitev**.

Odlični rezultati slovenskega turizma napovedujejo uspešno turistično sezono

Turisti iz **Avstrije, Italije** in **Nemčije**, ki predstavljajo tradicionalno pomembne trge slovenskega turizma ter največji delež v prenočitvah tujih turistov, so ustvarili več prihodov in prenočitev kot v prvih sedmih mesecih lanskega leta (Avstrijci za 6 % več prihodov in za 4 % več prenočitev, Italijani za 6 % več prihodov in za 8 % več prenočitev, Nemci za 8 % več prihodov in za 5 % več prenočitev).

Rast prenočitev v višini dvomestnih števil beležimo iz številnih evropskih in prekomorskih držav, med njimi Izraela (+37 %), Madžarske (+25 %), Srbije (+11 %), Poljske (+15 %), Češke republike (+13 %), Slovaške (+13 %), Bolgarije (+21 %), Romunije (+17 %), Danske (+ 25 %), Luksemburga (+37 %), Turčije (+32 %), Španije (+27 %), Švice (+ 10 %), Makedonije (+27 %), Republike Koreje (+26 %), Kitajske (+19 %) in ZDA (+13 %).

Največjo rast prenočitev v prvih sedmih mesecih so zabeležile mestne občine (+9 %), Ljubljana (+9 %) in gorske občine (+8 %), sledijo jim druge (+6 %) in zdraviliške občine (+4 %) ter obmorske občine (+2 %). Med najbolj obiskanimi občinami so bile gorske občine (26 % vseh prihodov) in zdraviliške občine (22 %). Prav tako je bilo v zdraviliških in gorskih občinah opravljenih največ prenočitev (30 oz. 25 %), sledijo jim obmorske občine (20 %).

Uspešno turistično sezono napovedujejo tudi **posamezne turistične destinacije**. V nadaljevanju navajamo aktualne podatke za Ljubljano, Bled ter Portorož in Piran.

Po statistiki Turistično-informacijskega centra (TIC) **Ljubljana** so med 1. in vključno 27. avgustom zabeležili za 11 % več prenočitev kot v istem obdobju lani, od začetka leta do 27. avgusta pa beležijo za 6,7 % več prenočitev kot v enakem obdobju lani.

Od 1. do 28. avgusta so v hotelih **Občine Piran** zabeležili za 1 % manj prenočitev kot v enakem obdobjem lani, pri čemer je bila zasedenost hotelov dobra, saj so bili ti v avgustu v povprečju zasedeni kar 99% (v juliju pa v povprečju 94%). Kar 81 % prenočitev so ustvarili tujci. V destinaciji za prvih osem mesecev letošnjega leta pričakujejo 2 do 3% rast prenočitev.

Do 28. avgusta so na **Bledu** v primerjavi z osemmesečnim obdobjem v letu 2015 zabeležili za 3 % več prenočitev. Domači turisti so ustvarili 5 % več prenočitev, tuji turisti pa 3 %. Tudi do konca leta v destinaciji pričakujejo nadaljevanje dosedanje rasti.

Zdravko Počivalšek, minister za gospodarski razvoj in tehnologijo:

»Statistični podatki o turističnem obisku Slovenije v 7 mesecih letošnjega leta napovedujejo rekordno turistično leto 2016. Zabeležili smo rast števila prihodov in nočitev tujih in domačih turistov. Ti podatki kažejo, da smo z ukrepi in aktivnostmi na pravi poti. Slovenija je v tujini prepoznana kot varna in privlačna turistična destinacija. Z novimi, inovativnimi turističnimi produkti bomo v prihodnje skušali k dopustovanju v Sloveniji pritegniti tudi več domačih turistov. Verjamem, da bodo podatki o turističnem obisku v avgustu še obetavnejši in bomo lahko potrdili dosedanje ocene o uspešni poletni turistični sezoni.«

Mag. Maja Pak, direktorica Slovenske turistične organizacije:

»Vse aktivnosti razvoja in trženja slovenskega turizma v ambiciozno zastavljenem programu dela STO so bile v zadnjem letu dni izvedene v tesnem sodelovanju z gospodarstvom. STO je naredil velik korak na področju vsebinskega digitalnega marketinga, kar prispeva k usklajeni in jasni komunikaciji Slovenije kot turistične destinacije kot celote. Slovenija med tujimi ciljnim skupinami postaja vse bolj prepoznana butična, varna, zelena, aktivna in zdrava destinacija s turističnimi produkti visoke dodane vrednosti za odlična doživetja, kar se odraža tudi v rasti števila tujih turistov v Sloveniji. Z 10-odstotno rastjo prihodov in z 8 odstotki več prenočitev tujih turistov v prvih sedmih mesecih letos se slovenski turizem uvršča nad evropsko in globalno povprečje, pa tudi nad raven rasti mednarodnih prihodov v regiji. Posebej nas veseli, da beležimo nadaljevanje rasti s tradicionalno pomembnih trgov slovenskega turizma, ki prispevajo največji delež med vsemi tujimi prenočitvami, to je iz Italije, Avstrije in Nemčije, hkrati pa beležimo pozitivno rast v višini dvomestnih števil tudi z novih in prekomorskih trgov, kjer smo v sodelovanju z gospodarstvom intenzivirali tržno-komunikacijske aktivnosti. Ocenjujemo, da je za odlične rezultate letošnje poletne sezone ključna velika globalna digitalna kampanja 'Slovenia- Make New Memories', ki jo intenzivno izvajamo na 13ih tujih trgih. STO je v tej kampanji presešel več zastavljenih marketinških ciljev že v juniju, kar se izrazito odraža tudi na predstavljenih statističnih podatkih. Pred zimsko turistično sezono nadaljujemo z intenzivnim

trženjem in promocijo naše deleže ter njene turistične ponudbe na izbranih emitivnih trgih z izpostavitvijo ključnih produktov slovenskega turizma.«

STO v okviru obsežne **globalne digitalne kampanje I FEEL SLOVENIA – MAKE NEW MEMORIES**, ki je v teku, beleži odlične rezultate, saj so oglasi kampanje dosegli že več kot 23 milijonov ljudi in več kot 160 milijonov prikazov. Rezultati **sistematičnega komuniciranja preko družbenih medijev** se kažejo v več kot 175 % povečanju sledilcev na Facebooku, skoraj 100 % na Twitterju in za skoraj 160 % na Instagramu. Med trgi so pri učinkovitosti digitalnega oglaševanja po 90 dneh izvedbe kampanje najbolj izstopale Francija in Švica, Češka, Italija, Velika Britanija in Irska ter Hrvaška in Srbija.

V polnem teku so aktivnosti oblikovanja **novega portala www.slovenia.info**, ki bo zaživel konec letošnjega leta ter projekti, ki bodo povečali učinkovitost vsebinskega marketinga, kot npr. **ambasadorji znamke I feel Slovenia**.

Vse aktivnosti STO v letu 2016 potekajo v skladu s pozicioniranjem Slovenije kot **zelene, aktivne** in **zdrave destinacije** ter znamke **I FEEL SLOVENIA**, poseben poudarek pa je dan tematikama *Zdrave vode* in *Ljubljana, zelena prestolnica Evrope 2016*.

V jesenskih mesecih številni za turizem pomembni dogodki in aktivnosti

V septembru in oktobru se bo v Sloveniji zvrstilo za turizem več pomembnih dogodkov.

Prihodnji teden, (6. septembra) bo na Bledu v okviru mednarodno prepoznanega **Strateškega foruma Bled potekal tretji [Panel turizem z naslovom »Varnost in trajnost v turizmu«](#)**, ki bo v okviru panela kot osrednjega govornika gostil tudi **Taleba Rifaija**, generalnega sekretarja Svetovne turistične organizacije.

Prav tako bo septembra Slovenija gostila vodilne strokovnjake za trajnostni turizem. Osrednji zeleni destinacijski dogodek na globalni ravni **[Global Green Destinations Day](#)** bo namreč potekal 27. in 28. septembra v Ljubljani, Zeleni prestolnici Evrope 2016.

[DNEVI SLOVENSKEGA TURIZMA \(DST\)](#), ki predstavljajo osrednji strokovni dogodek v turizmu in potekajo v sodelovanju vseh večjih partnerskih institucij s področja turizma v Sloveniji, bodo letos potekali od 11. do 13. oktobra v Radencih.

Pred zimsko turistično sezono STO skupaj s turističnim gospodarstvom izvaja intenzivne načrtane promocijske aktivnosti za tekoče leto, prav tako pa bodo v naslednjih mesecih na izbranih emitivnih trgih slovenskega turizma izvedeni pomembni predstavitveni dogodki. Slovenija in slovenski turizem se bosta tako med drugim predstavila **v Dubaju** in v **New Yorku** ter na ključnih turističnih borzah **JATA v Tokiu** in **WTM v Londonu**.

Aktualni podatki uspešnosti slovenskega turizma ponovno dokazujejo, da je turizem vse pomembnejša gospodarska panoga naše dežele, ki hkrati izkazuje še velik potencial za nadaljnjo rast. V Sloveniji turizem v bruto

družbeni produkt prispeva 13 %, predstavlja 8 % celotnega izvoza in 38 % izvoza storitev ter predstavlja 13 % vseh zaposlenih v Slovenji. Hkrati je turizem panoga, ki ključno prispeva k prepoznavnosti Slovenije in jo umešča kot trajnostno usmerjeno zeleno, aktivno in zdravo deželo.

DODATNE INFORMACIJE

Slovenska turistična organizacija

Dimičeva 13, SI-1000 Ljubljana, Slovenija

Tel. št.: 00386 (0)1 5898 550

Livija Kovač Kostantinovič, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi

livija.kovac@slovenia.info