

Sporočilo za javnost

Akcije projekta Krepitev prepoznavnosti Slovenije na ključnih trgih v letošnjem letu

Slovenski turizem se na ključnih emtivnih trgih predstavlja z vrsto promocijskih aktivnosti oglaševanja Slovenije z evropskimi sredstvi

Ljubljana, 8. maja 2015 – Slovenski turizem se pred glavno turistično sezono na ključnih emtivnih trgih predstavlja z vrsto oglaševalskih akcij. Aktivnosti v vrednosti 3,6 milijona evrov bodo izvedene s sredstvi Evropskega sklada za regionalni razvoj pod skupnim pozicijskim sloganom »Slovenija. Zelena. Aktivna. Zdrava.« in v skladu z nacionalno in turistično znamko I FEEL SLOVENIA. V Nemčiji se je v preteklem tednu začela obsežnejša televizijska oglaševalska kampanja Slovenije, in sicer na televizijskem programu ARD. Ta teden se je pričela oglaševalska kampanja na avstrijski nacionalni televiziji ORF. Prihodnji teden pa se bomo široki ciljni javnosti predstavili tudi na globalni televiziji BBC. Prvič bomo s ciljem povečanja prepoznavnosti Slovenije kot turistične destinacije izvedli tudi celostno inovativno digitalno kampanjo v vrednosti 1,4 milijona evrov. Aktivnosti oglaševanja bodo izvedene na ključnih trgih, od koder v Slovenijo prihaja največji delež tujih turistov, evropska sredstva pa pomenijo bistveno finančno okrepitev proračuna za promocijo turizma Slovenije v letošnjem letu.

Ob vseh rednih aktivnostih v prvih mesecih letošnjega leta, ko skladno s programom dela Sektor za turizem izvaja številne sejemske in druge nastope ter akcije po Evropi in svetu, prioritarno izvajamo postopke za črpanje evropskih sredstev projekta Krepitev prepoznavnosti Slovenije. Tako bo izvedenih več oglaševalskih kampanj za promocijo Slovenije v Nemčiji, Avstriji in Italiji, na globalni televiziji in internetu pa bomo zagotovili tudi širši doseg promocijskih aktivnosti Slovenije z evropskimi sredstvi.

Evropska sredstva, namenjena dvigu konkurenčnosti turizma Slovenije, bodo v letošnjem letu zagotovila intenzivnejše oglaševanje Slovenije v času pred začetkom glavne turistične sezone ter sočasno s svetovno razstavo EXPO 2015, glavni cilj akcij pa je dvig prepoznavnosti Slovenije kot konkurenčne in raznolike turistične destinacije v Evropi.

Sredstva za izvedbo akcij so po trgih razdeljena tako, da je za televizijsko oglaševanje v Nemčiji namenjenih 700.000,00 evrov, za televizijsko oglaševanje v Avstriji 500.000,00 evrov, za oglaševanje v Italiji, kjer se je z majem začelo izvajanje akcija oglaševanja raznolikosti Slovenije na tramvajih, v metrojih in na veleplakatih v severno italijanskih mestih, pa je namenjenih 550.000 evrov; na televizijskem programu BBC, globalnega dosega, bo potekalo oglaševanje v višini 260.000,00 evrov, 1.430.000,00 evrov pa je namenjenih spletnemu oglaševanju.

Televizijsko oglaševanje v Nemčiji potekala na prvem programu javne televizije »ARD – Das Erste«, ki ima po podatkih nemških neodvisnih institucij na nemškem trgu najvišjo gledanost in beleži tudi največji ugled. V času oglaševalske kampanje Slovenije, ki poteka med 23. aprilom in 12. junijem letos, bo ARD 30-sekundni spot o Sloveniji predvajal 30-krat, vsa predvajanja pa bodo na sporedu med 18. in 20. uro. Kar tretjina televizijskih spotov o Sloveniji v tej kampanji bo predvajanih tik pred osrednjo informativno oddajo ARD - *Tagesschau*, ki je na sporedu vsak dan ob 20. uri in ima najvišjo gledanost med rednimi oddajami vseh televizijskih programov v Nemčiji, saj jo vsak dan gleda v povprečju 4,5 milijona gledalcev. Z oglaševanjem v TV programu ARD želimo ob dvigu prepoznavnosti in ugleda Slovenije kot turistične destinacije vplivati tudi na to, da bo del letos nekaj večjega povpraševanja Nemcev po počitnicah usmerjenih na počitnice in oddih v Slovenijo.

Oglaševanje na avstrijski televiziji ORF 2 v času največje gledanosti in s ciljem povečanja prepoznavnosti Slovenije na avstrijskem trgu se je pričelo 4. maja in bo potekalo maja, junija in septembra. V oglaševalski akciji so predstavljene konkurenčne prednosti Slovenije na splošno (še posebej njena edinstvena in neokrnjena narava ter turistično najbolj prepoznane ikone), slovenska naravna zdravilišča ter možnosti aktivnega oddiha v naravi. Prav to je turistična ponudba, po kateri avstrijski turisti v Sloveniji najpogosteje povprašujejo.

Z majem se je v **Italiji, sočasno s svetovno razstavo EXPO 2015, pričela obsežnejša oglaševalska kampanja na zunanjih oglaševalskih površinah**. Z oglasi na avtobusih in tramvajih v Milanu, Torinu, Bresci, Genovi, Bologni in Firencah bomo Italijanom in obiskovalcem razstave EXPO z vsega sveta predstavili Slovenijo kot bližnjo in privlačno turistično destinacijo s številnimi možnostmi za oddih s poudarkom na ponudbi zdravilišč, slovenske obale z zaledjem, aktivnim oddihom v neokrnjeni naravi ter mestih ter jih spodbudili za dopust v Sloveniji. Oglaševalska kampanja z oglasnim sporočilom »Slovenia. Verde. Attiva. Sana.« bo italijanski široki ciljni javnosti vidna na velikih panojih na postajah podzemne železnice, na zunanjih površinah tramvajev in na zunanjih površinah mestnih avtobusov v izbranih mestih severne Italije.

S ponedeljkom, 11. maja, se pričinja tudi oglaševalska kampanja na **globalni televiziji BBC World News**. Trije različni televizijski oglasi (skupaj 160 ponovitev, vsi v t.i. »prime time«-u) v dolžini 30 sekund bodo v obdobju petih tednov (do 14. junija na tej ugledni in prepoznani nadslovesni televizijski mreži gledalce v Evropi), v povprečju pet krat dnevno, vabili k obisku Slovenije, kot zelene, aktivne in zdrave turistične destinacije. Globalni doseg televizijskega kanala BBC World News je več kot 390 milijonov gospodinjstev, v Evropi pa več kot 120 milijonov gospodinjstev. Velik je tudi vpliv tega televizijskega kanala na družbenih omrežjih – tako so vsebine, ki jih objavlja ta televizijska mreža najbolj deljene novice na Twitterju (tudi do 5,4 milijonov delitev na mesec). Gledalce te televizijske mreže med drugim odlikuje visok dohodek in želja po odkrivanju novih destinacij za doživetja (kar 73 % gledalcev programa BBC Travel meni, da gre za zelo koristne oddaje pri načrtovanju oddiha). Gledalci BBC radi potujejo in v povprečju letno počitnikujejo vsaj 3 krat ter so preko 11 krat na poslovnih potovanjih.

S ciljem povečanja digitalnih oglaševalskih akcij in orodij bo v okviru projekta Krepitev prepoznavnosti Slovenije izvedena tudi »Celostna inovativna digitalna kampanja« v vrednosti 1,4 milijona evrov. Sredstva bodo namenjena za medijski zakup po 10 državah v Evropi, Rusiji in ZDA, na določenih najbolj obiskanih spletnih portalih ter specializiranih turističnih portalih. Vzporedno bo digitalna kampanja potekala tudi na družabnih omrežjih Facebook in Youtube.

Prav tako te dni je izšel tudi [Prvi digitalni turistični katalog Slovenije](#). Digitalni turistični katalog Slovenije je prva celovita sodobna, digitalna in interaktivna multimedijaska predstavitev turistične ponudbe Slovenije, ki našo deželo predstavlja skozi osem zgodb o Sloveniji, ki jih povezuje ena zgodba o ljubezni do Slovenije kot zelene, aktivne in zdrave destinacije, katalog pa si uporabniki lahko naložijo na mobilno napravo.

(konec)