

SPOROČILO ZA JAVNOST

Leto dni ponovno samostojne Slovenske turistične organizacije

V prvem letu realizirali veliko, pred nami še več izzivov

1. avgust 2016 - Javna agencija RS za trženje in promocijo turizma Slovenska turistična organizacija (STO) je pred natanko letom dni pričela z delovanjem kot samostojna institucija. S tem je slovenski turizem ponovno dobil nacionalno turistično organizacijo za promocijo naše dežele kot turistične destinacije na tujih trgih. K odličnim rezultatom turističnega prometa v zadnjem obdobju in pomembnim razvojnim korakom slovenskega turizma so ključno prispevali uresničitev vseh zastavljenih aktivnosti STO, učinkovito trženje in promocija Slovenije kot turistične destinacije ter dobro sodelovanje STO s slovenskim turističnim gospodarstvom in drugimi partnerji slovenskega turizma.

Pred letom dni, v letu, ko je STO obeležila 20-letnico ustanovitve, je slovenski turizem znova dobil samostojno osrednjo nacionalno institucijo za razvoj in promocijo Slovenije kot turistične destinacije.

Zdravko Počivalšek, minister za gospodarski razvoj in tehnologijo, ob tem izpostavlja: *»Slovenija je privlačna turistična destinacija z velikim potencialom za nadaljnjo rast in razvoj turističnega sektorja. Zato potrebujemo močno in kakovostno nacionalno turistično organizacijo. Ob 25-letnici osamosvojitve naše domovine praznujemo letos tudi prvi rojstni dan nove Slovenske turistične organizacije. V preteklem letu smo jo ponovno vzpostavili in reorganizirali v skladu s sodobnimi trendi ter hkrati realizirali najbolj intenzivno promocijsko akcijo v zgodovini slovenskega turizma, ki smo jo na MGRT financirali z evropskimi sredstvi v višini 3,7 milijonov evrov. Za leto 2016 smo STO zagotovili bistveno povišanje sredstev (kar 106 % več kot v letu 2015). Ta bodo namenjena intenzivni promociji slovenskega turizma v tujini in usmerjena predvsem v vsebinsko digitalno trženje.*

*Ob iskrenih čestitkah ob prvi obletnici ter iskrenih željah za uspešno in dolgo delovanje so zato prisotna tudi velika pričakovanja do nacionalne turistične organizacije. **Vse dobro Slovenska turistična organizacija!**«*

Eva Štravs Podlogar, generalna direktorica Direktorata za turizem in internacionalizacijo na MGRT: *»Slovenski turistični organizaciji iskreno čestitam ob praznovanju prvega rojstnega dne v novi sestavi. Delovanje v prvem letu je bilo zelo uspešno. Izvedenih je bilo veliko novih projektov, promocijskih aktivnosti in odmevnih dogodkov. Prepričana sem, da bo ekipa STO uspešno izpeljala številne zastavljene cilje ter Slovenijo tudi v prihodnje učinkovito promovirala kot Zeleno.Aktivno.Zdravo. turistično destinacijo. Po zaslugi aktivnosti naše*

nacionalne turistične organizacije je Evropsko združenje turističnih agencij v letošnjem letu Slovenijo izpostavilo kot t. i. **'Preferred Destination of the Year 2016' – izpostavljeno destinacijo v letu 2016**, septembra 2016 pa bo pri nas potekal osrednji zeleni destinacijski dogodek na globalni ravni **'Global Green Destinations Day'**. Prav tako bo Slovenijo v letošnjem letu obiskal generalni sekretar Svetovne turistične organizacije (UNWTO), ki namerava vodstvu države predati **'Odprto pismo o pomenu turizma'**.

Vselej poudarjamo, da je turizem v Sloveniji in v svetu pomembna in perspektivna gospodarska dejavnost, zato je pomembna tudi ustrezna organiziranost.

Iskrene čestitke ter veliko uspehov, kreativnosti in pozitivne energije vsem zaposlenim v Slovenski turistični organizaciji in slovenskem turizmu!«

Slovenska turistična organizacija je v letu dni ponovno samostojnega delovanja izvedla vse zastavljene aktivnosti in projekte, številne med njimi v sodelovanju s slovenskim turističnim gospodarstvom in drugimi ključnimi deležniki slovenskega turizma.

Mag. Maja Pak, direktorica Slovenske turistične organizacije: »Ob ponovni osamosvojitvi Slovenske turistične organizacije smo si postavili določene prioritete, z veseljem in ponosom lahko rečem, da smo jih v letu dni realizirali vse zahvaljujoč zelo motivirani ekipi. **Izvedli smo reorganizacijo STO v skladu s sodobnimi trendi trženja, razvili področje vsebinskega digitalnega marketinga, izvedli veliko digitalno kampanjo, sistematično smo se lotili komuniciranja prek družbenih medijev in postavitve novega portala slovenia.info.** Velik korak na področju vsebinskega digitalnega marketinga že daje odlične rezultate. Prav tako smo nadgradili poslovne dogodke za organizatorje potovanj in novinarje ter pričeli razvijati nove trge. Hvaležna sem predstavnikom gospodarstva, da so prepoznali vedno večjo pomembnost področja digitalnega marketinga ter sodelovali pri njegovem vzpostavljanju s svojim znanjem in izkušnjami. **Skupaj z gospodarstvom smo takoj ob osamosvojitvi pripravili ambiciozen dvoletni program trženja slovenskega turizma. Za pravilni sta se pokazala zelo jasna in usklajena komunikacija Slovenije kot zelene, aktivne in zdrave destinacije ter pospeševanje razvoja inovativnih, trajnostno usmerjenih produktov višje dodane vrednosti. V prihodnosti nas čaka še precej novih izzivov.** Ponudba naše dežele je izjemno raznolika, potrebno bo dodelati strateški pristop pri razvoju in trženju produktov ter nadaljevati z razvojem trajnostnega turizma skozi orodje Zelena shema slovenskega turizma, ki smo ga razvili lani. **Veliko pozornost bo treba nameniti razvoju kakovostnih, avtentičnih, inovativnih turističnih produktov z visoko dodano vrednostjo. To so ključni elementi konkurenčnosti, ki Slovenijo lahko razlikujejo od ostalih destinacij ter zagotavljajo predpogoj za doseganje višjih prihodkov v turizmu in naslavljanje gostov z višjo kupno močjo.** Prav tako bo potrebno še tesneje sodelovati z ostalimi institucijami in posamezniki, povezanimi s promocijo Slovenije.«

Velik korak naprej na področju vsebinskega digitalnega marketinga že daje odlične rezultate

Danes se več kot 80 % turističnih povpraševanj v Evropi zgodi na spletu, prav toliko ljudi tam raziskuje destinacijo, rezervacijo pa opravi okoli 70 % popotnikov. V Sloveniji na spletu išče in raziskuje destinacijo kar 93 % popotnikov. Usmerjenost v vsebinski digitalni marketing je nujna, zato je bila eden najpomembnejših projektov STO ob vzpostavitvi ponovne samostojnosti, ki ga je pripravila v tesnem sodelovanju z gospodarstvom. Težnja STO je, da v skladu z mednarodnimi trendi in strategijo Digitalna Slovenija 2020 na vseh nivojih v Sloveniji, od lokalnega, podjetniškega, prek produktnega in nacionalnega, razvije sodobne in atraktivne digitalne platforme, komunikacije in vrhunske vsebine.

STO je izpeljala **globalno digitalno kampanjo I FEEL SLOVENIA – MAKE NEW MEMORIES** in nadgradila komuniciranje z javnostmi prek družbenih medijev, pripravlja nov portal www.slovenia.info, ki bo zaživel novembra, obogatitev mediateke z novimi fotografijami in videi ter projekt **Ambasadorji znamke I feel Slovenia** za še učinkovitejše digitalno komuniciranje.

Kampanja **I FEEL SLOVENIA – MAKE NEW MEMORIES** je zasnovana na privlačnih zgodbah o Sloveniji kot o deželi različnih doživetij, klik na oglase pa privede do konkretnih turističnih paketov, ki jih je pripravilo slovensko turistično gospodarstvo. Do novembra bo potekala na 12 evropskih trgih oziroma skupinah trgov ter v ZDA in Kanadi, in sicer na različnih kanalih, kot so ključni nacionalni portali, Google, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ter Yandex in VKontakte v Ruski federaciji.

Do zdaj so oglasi kampanje dosegli **več kot 23 milijonov ljudi in več kot 160 milijonov prikazov**. 123.000 tujcev iz ciljanih trgov je všečkalo FB profil STO Feel Slovenia, prek iskalnikov Google in Yandex je bilo realiziranih več kot 200.000 klikov na izbrane ključne besede, prek mreže Google Display so kliknili 148.000-krat na oglasna sporočila. 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 enoletnem obdobju je krepko poraslo število prijateljev oziroma sledilcev na lastnih družbenih omrežjih STO: za več kot 175% na Facebooku (Feel Slovenia), za skoraj 100 % na Twitterju (Slovenia Tourism), na Instagramu (Feel Slovenia) pa za skoraj 160 %.

Z zeleno shemo slovenskega turizma - SLOVENIA GREEN smo okrepili trženjsko moč slovenskega turizma in pospešili razvoj okolju prijaznega turizma

Priložnost v pozicioniranju slovenskega turizma je STO našla v oblikovanju celovite zgodbe o zeleni, aktivni in zdravi Sloveniji. Z njo

lahko vplivamo na razvoj okolju prijazne turistične ponudbe ter krepimo ugled in tržno pozicijo Slovenije kot zelene, butične, trajnostno naravnane turistične destinacije.

Zato je STO lani v sodelovanju z Zavodom tovarna trajnostnega turizma GoodPlace oblikovala orodje Zelena shema slovenskega turizma – **SLOVENIA GREEN**. Gre za nacionalni program pospeševanja uvajanja trajnostnega turizma, ki sloni na evropskih kriterijih ETIS in globalnih GSTC in ki omogoča primerjavo z ostalimi zelenimi destinacijami po svetu, hkrati pa vključuje nacionalni karakter in dela Slovenijo posebno. Zeleno shemo je STO komunikacijsko podprla s podeljevanjem znaka *Slovenia Green Destination* za destinacije in *Slovenia Green Accomodation* za nastanitve. Kot prva destinacija je znak *Slovenia Green Destination* pridobila Ljubljana, Zelena prestolnica Evrope 2016. Do zdaj je znak *Slovenia Green* pridobilo 18 destinacij oziroma 25 občin in 9 ponudnikov. V postopku ocenjevanja je 17 destinacij, razglasitev in podelitev novih znakov bo 27. septembra v okviru prestižnega globalnega dogodka trajnostnega turizma **Global Green Destinations Day**, ki bo potekal v Ljubljani. Na njem se bodo predstavile tudi najuspešnejše trajnostno naravnane turistične destinacije sveta, udeležili pa se ga bodo vodilni strokovnjaki in mnenjski voditelji s področja trajnostnega razvoja in zelenega turizma.

Ključni projekti v prvem letu ponovno samostojne STO

V prvem letu po ponovni osamosvojitvi je STO izvedla več kot 70 poslovnih dogodkov v tujini in doma, številne med njimi v sodelovanju s partnerskimi organizacijami. Izvedenih je bilo več kot 40 mednarodnih sejmov in borz, med najodmevnejšimi so bili predstavitev na globalni turistični borzi ITB Berlin in turistični borzi MITT Moskva, sprejem za ruske partnerje v Moskvi ter osrednji turistični sejem IFT Beograd, kjer je bila Slovenija kot partnerska država deležna velike medijske pozornosti.

V okviru Blejskega strateškega foruma (BSF) je potekal **drugi panel Turizem z naslovom »Nova partnerstva za močnejšo turistično industrijo«**, na katerem smo gostili najvidnejše osebnosti turistične panoge na mednarodni ravni. Prav tako je v okviru BSF potekalo 2. zasedanje vrha turizma 16 držav Srednje in Vzhodne Evrope (CEEC) s Kitajsko nacionalno turistično administracijo.

V sodelovanju s ključnimi partnerji je STO izvedla pete **Dneve slovenskega turizma**, tokrat v znamenju izzivov in priložnosti slovenskega turizma oziroma t. i. re-invincije. Na dogodku smo obeležili tudi 20 let ustanovitve STO.

Že 19. **Slovenska turistična borza (SIW)** je gostila predstavnike iz kar 137 turističnih agencij in organizatorjev potovanj iz 39 držav, rekordni 64 % delež tujih podjetij se je borze udeležil prvič. Rezultati ankete o zadovoljstvu med tujimi organizatorji potovanj so odlični, z dogodkom je bilo zadovoljnih oziroma zelo zadovoljnih kar 99 % tujih udeležencev.

V Sloveniji smo gostili **letno skupščino članov združenja ECTAA**, najvišjih in najvplivnejših predstavnikov evropskih organizatorjev potovanj in turističnih agencij, ter **SITE Executive Summit 2016**, enega največjih globalnih promocijskih projektov Slovenije na področju kongresne dejavnosti.

STO je izbrala Brda kot šesto **destinacijo odličnosti EDEN 2015** na tematiko »Turizem, lokalna kulinarika in gastronomija« in bila uspešna pri kandidaturi za projekt EDEN 2016. Izbrali smo priznanja za najbolj inovativne in kreativne turistične produkte in projekte – Sejalca leta 2015 ter Snovalce leta 2015 in 2016.

V zadnjem letu smo na STO izvedli 82 študijskih potovanj za novinarje, ki se jih je udeležilo več kot 250 tujih novinarjev, domače medije in ostale javnosti smo o aktualnem dogajanju v slovenskem turizmu obveščali v kar 579 novicah v okviru Turistične tiskovne agencije TTA. STO letno izda promocijske publikacije v skupni nakladi okoli milijon izvodov, skladno s smernicami trajnostnega razvoja so številne publikacije na voljo v digitalni obliki.

Pomembne aktivnosti so bile izvedene tudi na področju raziskav in razvoja. Pripravljenih je bilo več kot 30 pregledov emitivnih trgov slovenskega turizma, izdana letna publikacija Turizem v številkah 2015. V letošnjem letu je STO pristopila tudi k večjemu raziskovalnemu projektu – identifikaciji ciljnih skupin slovenskega turizma za izvajanje še bolj osredotočenega trženja.

Mednarodna priznanja in uvrstitve

Naša prizadevanja za pozicioniranje Slovenije kot trajnostno usmerjene turistične destinacije na globalnem turističnem zemljevidu niso ostala neopažena.

Združenje evropskih organizatorjev potovanj ECTAA je Slovenijo razglasilo za **Preferred Destination of the Year 2016**.

Slovenija se je glede na kazalec skrbi za okolje »Environmental Performance Index EPI«, ki ga izračunavajo na ameriški univerzi Yale v sodelovanju z univerzo Columbia in Svetovnim gospodarskim forumom, med 180 državami uvrstila na peto mesto in po tem kazalniku postala **peta najbolj zelena država na svetu, kar dodatno utrjuje pozicijo naše dežele kot zelene, aktivne in zdrave destinacije**.

Slovenija se na lestvici indeksa globalne varnosti (Global Peace Index) med 163 državami nahaja na visokem 10. mestu. Na lestvici indeksa vpliva terorizma se nahaja na zadnjem mestu, kar priča o tem, da našo državo v tujini dojemajo kot deželo brez zaznanega vpliva terorizma.

Organizacija PATWA je Sloveniji kot turistični destinaciji v okviru borze ITB Berlin 2016 podelila priznanje za **najhitreje razvijajočo se turistično destinacijo** (PATWA Award for the Best Emerging Destination).

Prav tako je STO v okviru turistične borze ITB Berlin 2016 prejela **priznanji za promocijska spota slovenskega turizma**.

Odlični rezultati slovenskega turizma

Slovenski turizem je v letu 2015 zabeležil rekordne rezultate, ko je prvič od samostojnosti naše države presegel mejo 10 milijonov turističnih prenočitev in 2,4 milijarde evrov izvoženih potovanj. Odlični statistični rezultati se nadaljujejo tudi v prvih šestih mesecih letošnjega leta, ko smo zabeležili skupno za 6 % več prihodov turistov in za 5 % več prenočitev v primerjavi z enakim obdobjem lani. Domači turisti so v prvih šestih mesecih letos ustvarili za 4 % več prihodov in za 1 % več prenočitev, tuji turisti pa za 8 % več prihodov in za 7 % več prenočitev.

Z uresničitvijo ciljev in aktivnosti v prvem letu delovanja ponovno samostojne STO in z opredelitvijo aktivnosti za prihodnje leto STO pomembno prispeva k uresničevanju cilja slovenskega turizma, to je, da postane Slovenija ena najbolj privlačnih in prepoznavnih trajnostno usmerjenih destinacij s turističnimi produkti visoke dodane vrednosti.

Na Slovenski turistični organizaciji se zavedamo, da je pred nami še veliko izzivov, zato smo v partnerskem sodelovanju s slovenskim turističnim gospodarstvom in drugimi ključnimi partnerji slovenskega turizma pripravili program dela za leto 2017. Prepričani smo, da bomo aktivnosti programa tudi v teh, za turizem negotovih časih, uspeli realizirati v sodelovanju s ključnimi deležniki slovenskega turizma.

Turizem je v Sloveniji že danes pomembna gospodarska dejavnost s številnimi multiplikativnimi učinki in visokim potencialom razvoja in rasti. V BDP prispeva kar 13 % delež, ustvarja 8 % vrednosti celotnega slovenskega izvoza in 38 % izvoza storitev ter predstavlja 13 % vseh zaposlenih v Sloveniji.

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