



# Tuji gosti v obdobju april 2019 do januar 2020

Predstavitev ključnih rezultatov na podlagi ankete, ki jo izvaja Statistični Urad RS (SURŠ)

# Ključni poudarki pristopa in podatkov

## Parametri:

### CILJNA SKUPINA

Tuji turisti, ki so bivali v hotelih ali avto kampih (poleti) v Sloveniji.

### PERIODIKA

#### IZVAJANJA

Načrtovano izvajanje na 2 leti.

### IZVEDBE

Prva izvedba 2015

Pomlad 2019/zima 2020

Izvedba v 4 valih, ki pokrivajo 4 sezonska obdobja.

### IZVAJA

SURS (Statistični Urad RS) v sodelovanju s STO (Slovenska Turistična Organizacija).

## Teme v fokusu:

### DEMOGRAFSKI

#### PROFIL

Socialno demografskih značilnostih tujih turistov v Sloveniji.

### PRIHOD

Značilnosti njihovega prihoda v Slovenijo, kaj so **GLAVNI MOTIVI**.

### BIVANJE

Značilnosti njihovega bivanja v Sloveniji, **AKTIVNOSTI**, vtisi o naši državi.

### PORABA

Njihova povprečna poraba, skupna poraba na oddihu, bivanje vs. sprotna potrošnja

## O vzorcu in ciljni skupini

Od kod,  
države:

89

Velikost vzorca

6.684

Projekcija  
letnega št.  
turistov

2 mio

## Meritev v 4 valih po 4 sezonskih obdobjih

**2019  
POMLAD**

HOTELI  
april - maj:  
n = 1.222

**2019  
POLETJE**

HOTELI  
julij - avgust:  
n = 1.799

AVTO KAMP  
julij - avgust 2019:  
n = 980

**2019  
JESEN**

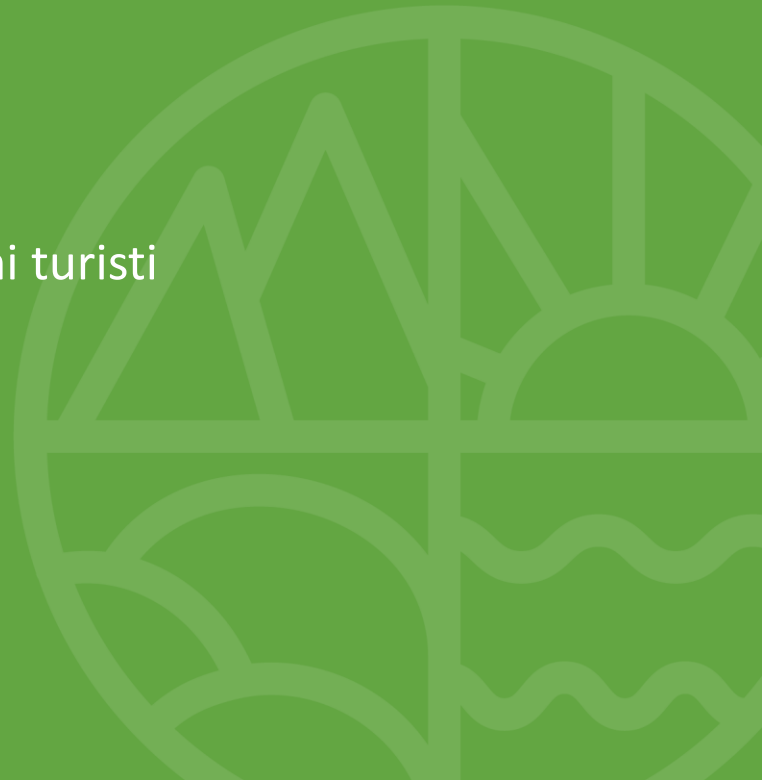
HOTELI  
september - oktober:  
n = 1.302

**2019 2020  
ZIMA**

HOTELI  
december - januar 2020:  
n = 1.381

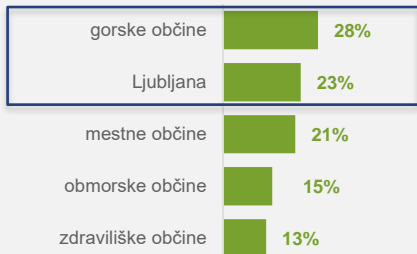
Pregled ključnih podatkov med vsemi anketiranimi turisti

# SPLOŠEN PREGLED

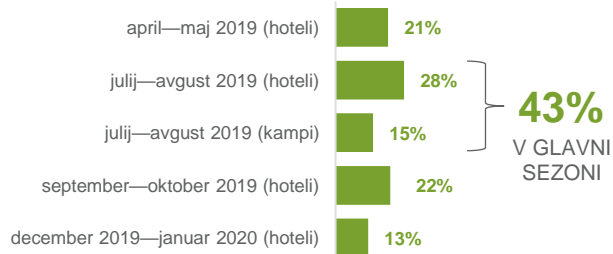


# Lastnosti potovanja v Sloveniji

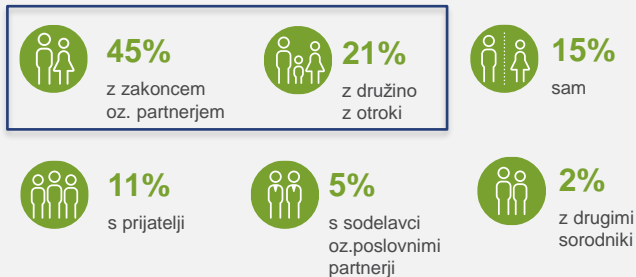
## VRSTA OBČINE:



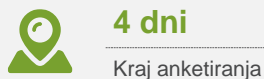
## SEZONA:



## POTOVALNA DRUŽBA:



## POVPREČNO ŠTEVILO NOČITEV:



## OBISK DRUGIH DRŽAV:

**57%**

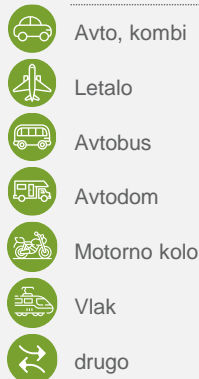
Samo Slovenija

**43%**

Obiskali še druge države:



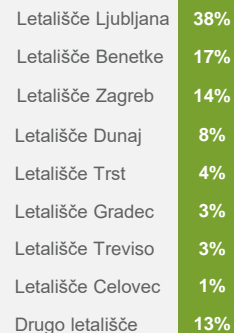
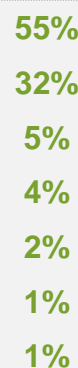
## PREVOZ:



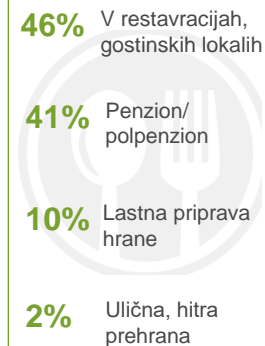
## VSTOP V SLOVENIJO:



## NAJDALJŠI DEL POTI:



## PREHRANA:

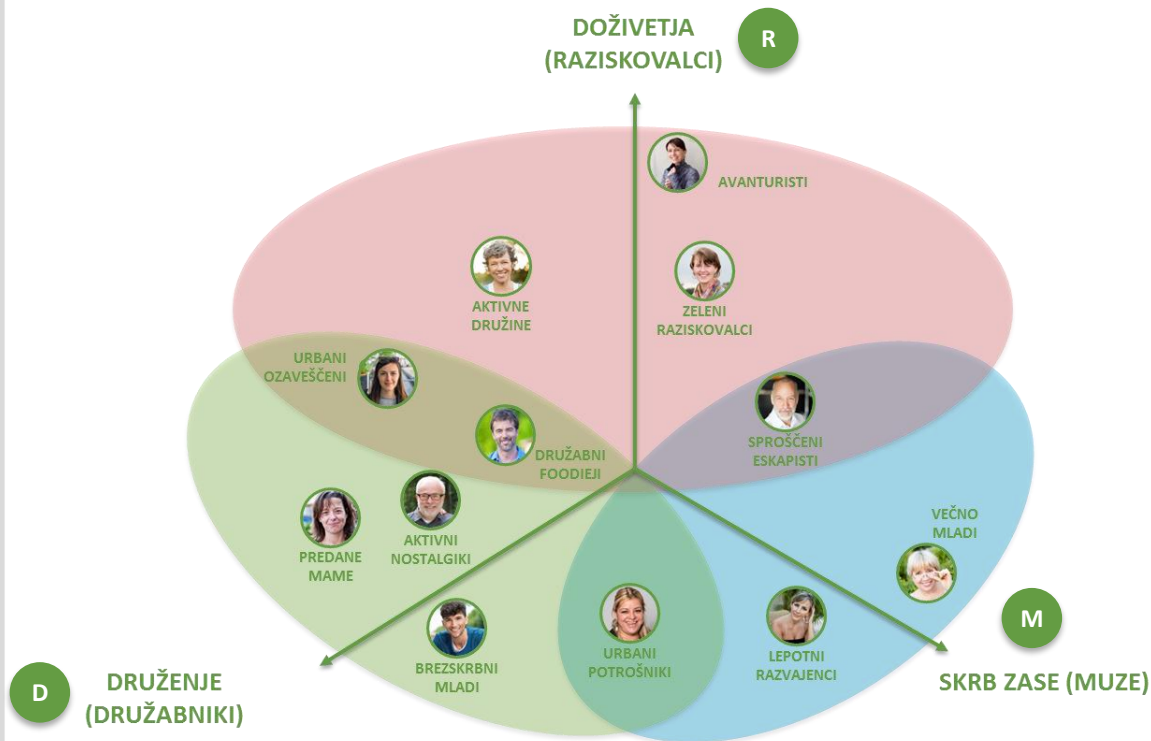




## PREGLED PERSON IN POZICIJA PO PODROČJIH SEGMENTNIH SKUPIN

\* označuje persone z otroki

- AVANTURISTI
- ZELENI RAZISKOVALCI
- AKTIVNE DRUŽINE\*
- URBANI OZAVEŠČENI
- AKTIVNI NOSTALGIKI
- PREDANE MAME\*
- SPROŠČENI ESKAPISTI
- DRUŽABNI FOODIEJI\*
- URBANI POTROŠNIKI
- BREZKSRBNI MLADI
- VEČNO MLADI
- LEPOTNI RAZVAJENCI\*

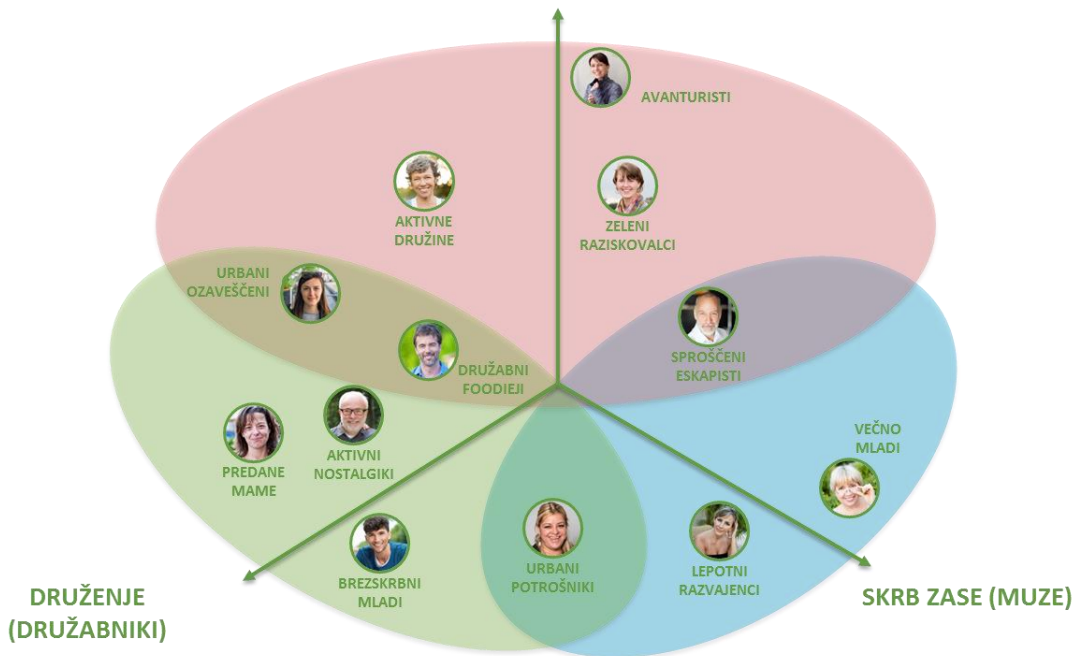


# Segmenti: brez poslovnih in tranzitnih

**33%**

*Obisk kulturnih znamenitosti,  
užitek v kulinariki in razvajanju*

**DOŽIVETJA  
(RAZISKOVALCI)**



*Aktivno preživljanje skupnega  
časa z družino, prijatelji ali  
sorodniki*

*Skrb za zdravje, počitek in  
sprostitve, obisk zdraviliških občin*



# Razlogi za obisk Slovenije in zadovoljstvo

## SEGMENTI:



### DRUŽABNIK

42%

Aktivno preživljanje skupnega časa z družino, prijatelji ali sorodniki



### RAZISKOVALEC

27%

Obisk kulturnih znamenitosti, užitek v kulinariki in razvajanju



### MUZA

14%

Skrb za zdravje, počitek in sprostitve, obisk zdraviliških občin



### POSLOVNI

12%

Poslovni sestanki, konference, seminarji, seji



### DRUGO / TRANZIT

5%

## IZPOLNITEV PRIČAKOVANJ:

■ nad pričakovanji ■ v skladu s pričakovanji ■ pod pričakovanji

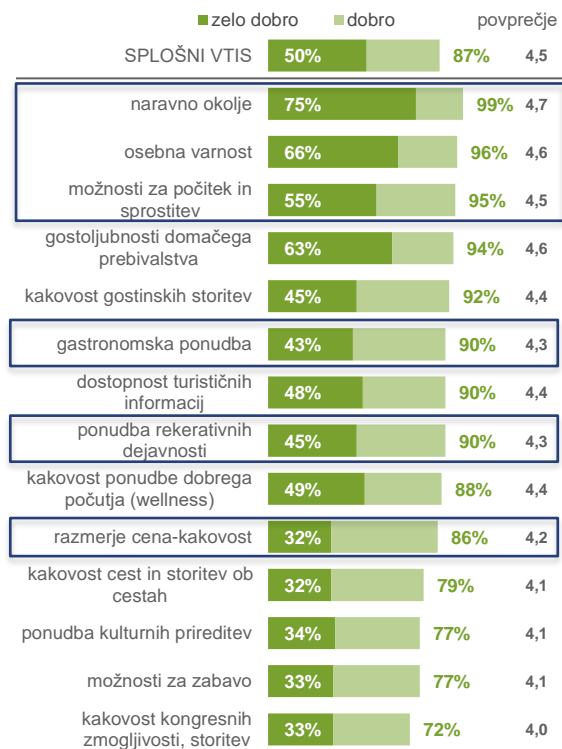


## POMEMBNOST MOTIVOV:



povprečje je računano na lestvici od 1 – zelo nepomembno do 5 – zelo pomembno

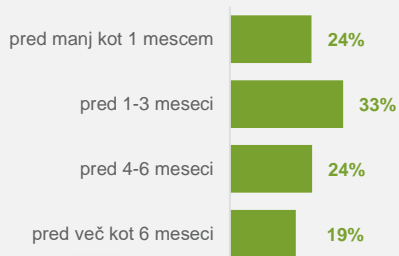
## VTIS O SLOVENIJI:



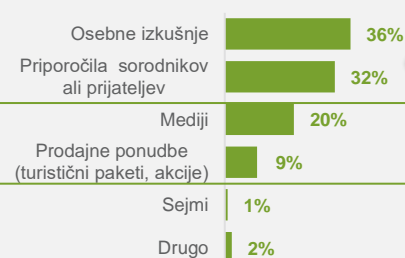
povprečje je računano na lestvici od 1 – zelo slabo do 5 – zelo dobro

# Načrtovanje poti

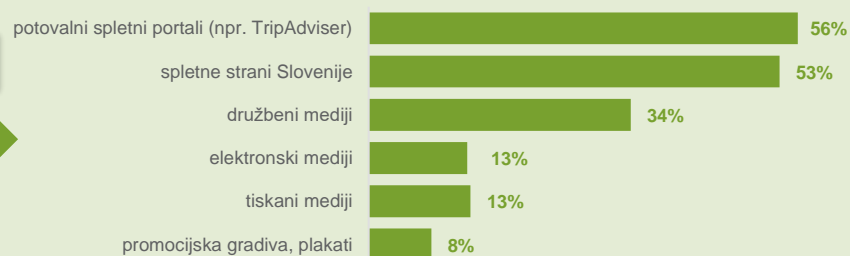
## ODLOČITEV ZA SLOVENIJO:



## VIR INFORMACIJ:



## PROMOCIJA SLOVENIJE:



45%

ŽE OBISKALI SLOVENIJO

30%

ŽE OBISKALI KRAJ ANKETIRANJA

PRVI OBISK 55%

DRUGI / TRETJI OBISK 18%

VEČKRATNI OBISK (4+) 28%

PRVI OBISK 70%

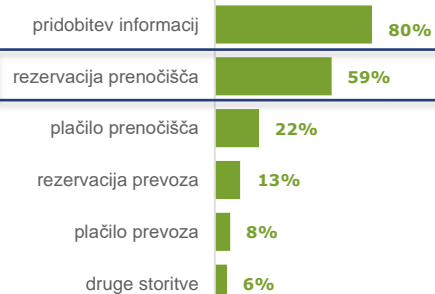
DRUGI / TRETJI OBISK 15%

VEČKRATNI OBISK (4+) 15%

## UPORABA INTERNETA:

uporabili internet pri organizaciji počitnic:

92%



## ORGANIZACIJA PRENOČIŠČA:



33%

neposredno v nastanitvenem obratu



29%

spletni rezervacijski portal



20%

potovalna agencija



6%

delodajalec, šola



2%

klub, sindikat, društvo



2%

organizator dogodka



8%

brez vnaprejšnje rezervacije

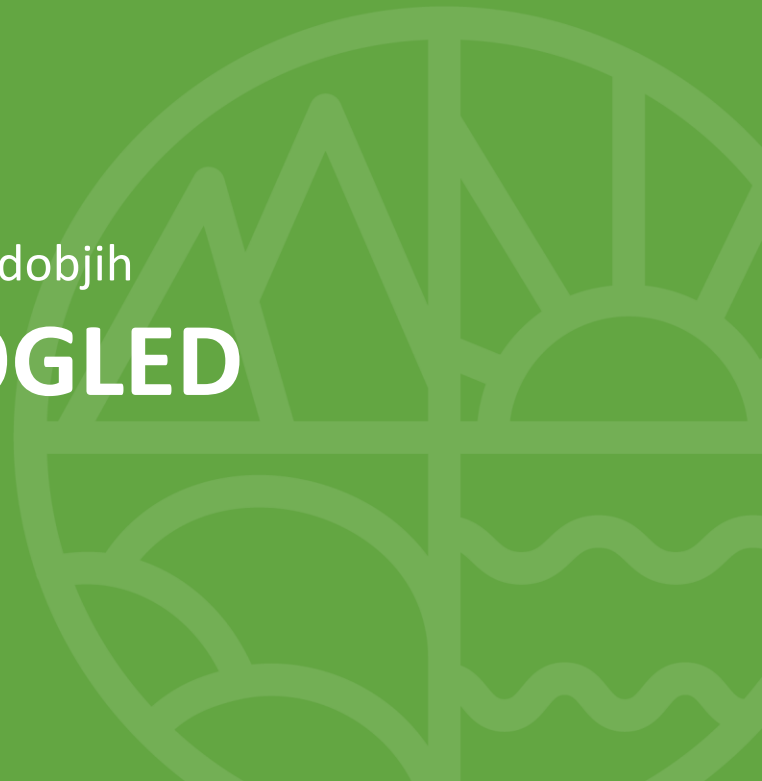
62%

Organiziral nekdo drug

30%

Od kod prihajajo turisti in pogled po sezonskih obdobjih

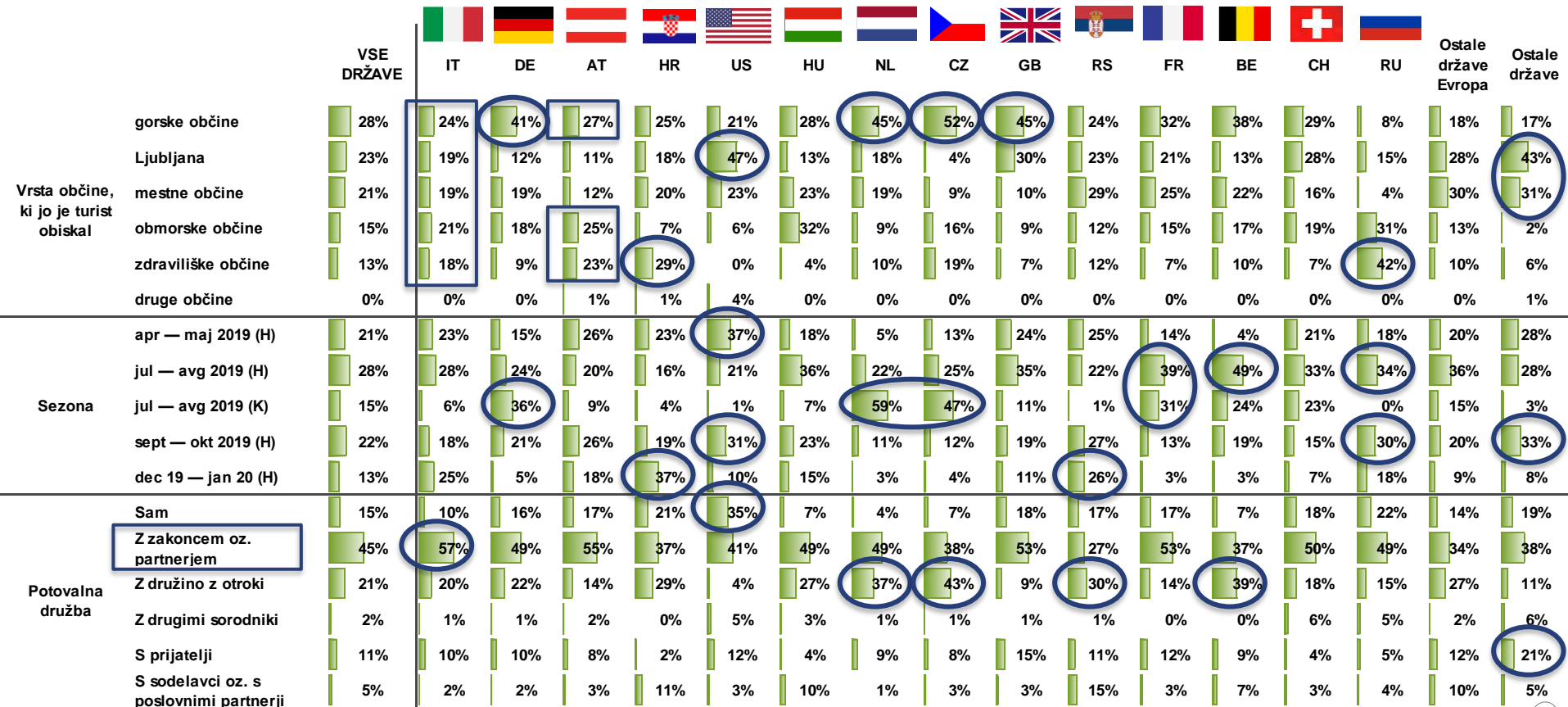
# DRŽAVE IN SEZONSKI POGLED



# Države, iz katerih prihajajo turisti (poreklo turistov)

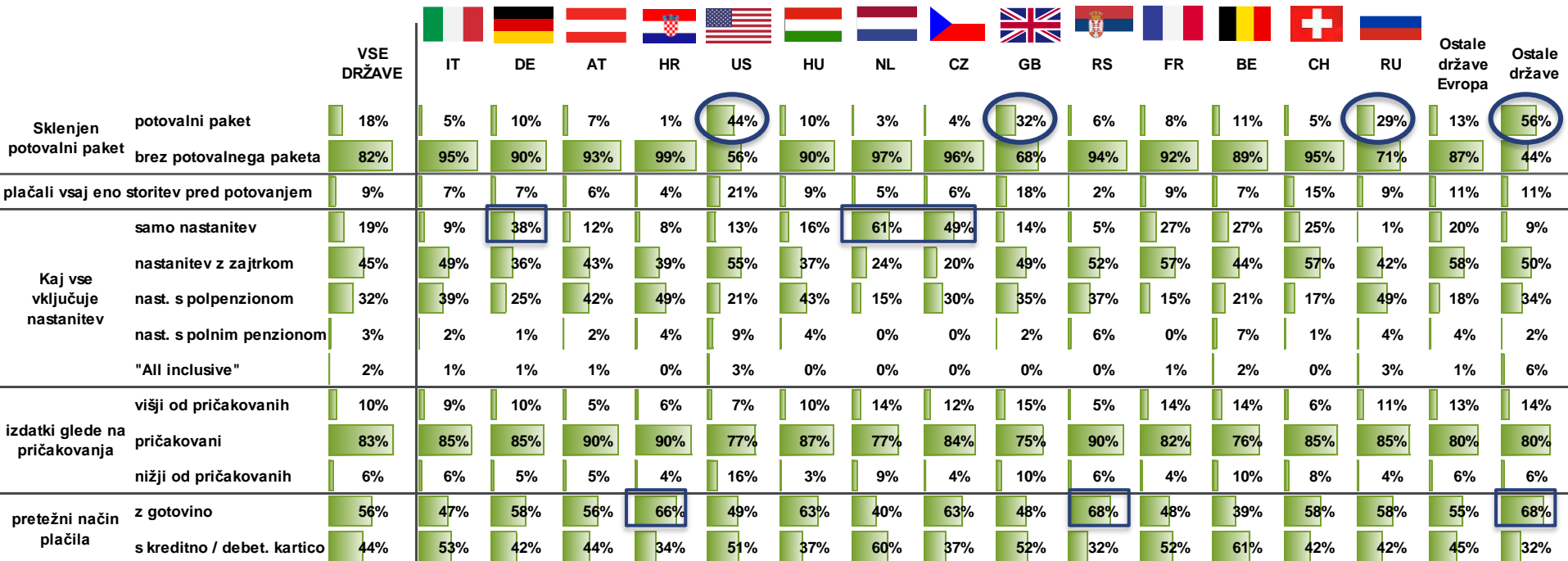
| DRŽAVA             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|
| DRŽAVA             | Italija   | Nemčija   | Avstrija  | Hrvaška   | Združene države   | Madžarska   | Nizozemska  | Češka  | Združeno Kraljestvo   | Srbija  | Francija  | Belgija   | Švica   | Ruska Federacija  | Ostale države Evropa  | Ostale države   |
| OZNAKA             | IT  | DE  | AT  | HR  | US  | HU  | NL  | CZ   | GB  | RS  | FR  | BE  | CH  | RU  | /   | /   |
| DELEŽ              | 14%   | 12%   | 10%   | 6%  | 5%  | 4%  | 4%  | 4%   | 4%  | 3%  | 3%  | 2%  | 2%  | 2%  | 11%   | 16%   |
| PROJEKCIJA (v 000) | 287   | 238   | 197   | 120   | 99  | 88  | 88  | 84   | 83  | 52  | 51  | 46  | 33  | 32  | 230   | 317   |
| <b>841</b>         |   |   |   |   | <b>442</b>  |   |   |  |   | <b>130</b>  |   |   |   |   | <b>547</b>  |   |

# Lastnosti potovanja po poreklu turistov



\*Pri sezonah oznaka "H" označuje turiste, ki so nastanjeni v hotelih, oznaka "K" pa turiste, nastanjene v kampih.

# Na splošno o izdatkih



# Segmenti glede na sezone

POMLAD

POLETJE

JESEN

ZIMA

|                                       | CELOTEN VZOREC          | april - maj 2019 (hoteli) | julij - avg. 2019 (hoteli) | julij - avg. 2019 (kampi) | sept. - okt. 2019 (hoteli) | dec. 19 - jan. 20 (hoteli) |     |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|-----|
| Segmenti                              | družabnik               | 42%                       | 36%                        | 47%                       | 61%                        | 31%                        | 39% |
|                                       | raziskovalec            | 27%                       | 28%                        | 27%                       | 23%                        | 32%                        | 24% |
|                                       | muza                    | 14%                       | 15%                        | 11%                       | 14%                        | 14%                        | 17% |
|                                       | poslovni                | 12%                       | 18%                        | 7%                        | 0%                         | 19%                        | 13% |
|                                       | drugo / tranzit         | 5%                        | 3%                         | 9%                        | 1%                         | 4%                         | 7%  |
| Glavni razlog prihoda v Slovenijo     | zasebno - dopustniki    | 74%                       | 69%                        | 78%                       | 93%                        | 67%                        | 67% |
|                                       | zasebno - obiski, izob. | 9%                        | 11%                        | 7%                        | 6%                         | 10%                        | 14% |
|                                       | poslovno                | 12%                       | 18%                        | 7%                        | 0%                         | 19%                        | 13% |
|                                       | drugo                   | 4%                        | 2%                         | 8%                        | 1%                         | 3%                         | 5%  |
|                                       | CELOTEN VZOREC          | april - maj 2019 (hoteli) | julij - avg. 2019 (hoteli) | julij - avg. 2019 (kampi) | sept. - okt. 2019 (hoteli) | dec. 19 - jan. 20 (hoteli) |     |
| Slovenija edini cilj                  | 57%                     | 63%                       | 48%                        | 49%                       | 58%                        | 75%                        |     |
| Obiskal še druge države               | 43%                     | 37%                       | 52%                        | 51%                       | 42%                        | 25%                        |     |
| Sklenjen potovalni paket              | 18%                     | 26%                       | 15%                        | 0%                        | 30%                        | 13%                        |     |
| Brez potovalnega paketa               | 82%                     | 74%                       | 85%                        | 100%                      | 70%                        | 87%                        |     |
| Število nočitev na celotnem potovanju | 9,8                     | 8,0                       | 10,3                       | 16,9                      | 8,1                        | 5,9                        |     |
| Število nočitev v Sloveniji           | 5,2                     | 4,3                       | 4,6                        | 9,0                       | 4,5                        | 4,3                        |     |

POMLAD

POLETJE

JESEN

ZIMA

# Druge izstopajoče značilnosti po sezonah

## POMLAD

### MOTIVI:

Skrb za zdravje in wellness (61%)  
Dostopnost države z letalom (32%)  
Raznolika gastronomska ponudba (70%)

### NAKUPNO VEDENJE:

#### BOLJ IMPULZIVNO

Odločitev za obisk pred 1-3 meseci (38%)

Več PAKETI / AGENCIJE

### OD KOD:

Nevropske države

## POLETJE

### MOTIVI:

|   |  |
|---|--|
| Hotel                                     | AC                                       |
| Kulturne znamenitosti in prireditve (67%) | Rekreativne dejavnosti (77%)             |
| Sonce & morje (57%)                       | Možnosti za počitek in sprostitvev (83%) |
| Dostopnost države z letalom (35%)         |  |
| Raznolika gastronomska ponudba (70%)      |  |

### NAKUPNO VEDENJE :

#### NAČRTOVANO

|                                   |                                       |
|-----------------------------------|---------------------------------------|
| Hotel                             | AC                                    |
| Odločitev pred 4 - 6 meseci (29%) | Odločitev pred več kot 6 meseci (24%) |
| Že bili v Sloveniji (64%)         | Že bili v Sloveniji (54%)             |

V večji meri SAMOREŽIJA

### OD KOD :

Evropske države

iz Nemčije (27%),  
Nizozemske (16%) in  
Češke (13%)

## JESEN

### MOTIVI:

Skrb za zdravje in wellness (57%)

### NAKUPNO VEDENJE:

#### NAČRTOVANO

Nadpovprečno PAKETI / AGENCIJE

### OD KOD:

Nevropske države

## ZIMA

### MOTIVI:

Skrb za zdravje in wellness (64%)  
Možnosti za zabavo (60%)  
Igre na srečo (22%)  
Ugodne cene (62%)  
Bližina doma (50%)  
Raznolika gastronomska ponudba (72%)

### NAKUPNO VEDENJE:

#### BOLJ IMPULZIVNO

Odločitev pred manj kot 3 meseci (70%)  
Osebn izkušnje (51%)  
Že bili v Sloveniji (62%)  
Slovenija edini cilj potovanja (75%)  
Prenočevanje rezervirali neposredno v nastanitvenem obratu (41%)

V večji meri SAMOREŽIJA

### OD KOD:

Sosednje države (I, HR)



Izbrane skupine tujih gostov

# ITALIJANI, NEMCI IN AVSTRIJCI



# Več kot tretjino (36%) vseh turistov pride iz A, D in I



**200k**

Št. nočitev v SLO



**3,9 dni**

Samo Slovenija

**81%**



**240k**

Št. nočitev v SLO



**6,7 dni**

Samo Slovenija

**90%**



**290k**

Št. nočitev v SLO



**3,8 dni**

Samo Slovenija

**71%**

+ Hrvaška 66%, + Avstrija 40%



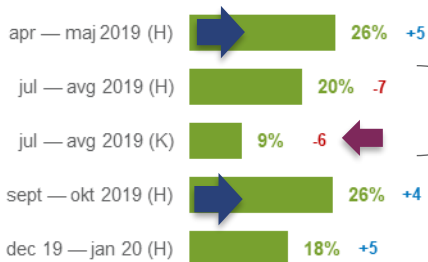
# Kje, kdaj, kako (s čim)?



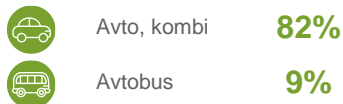
## VRSTA OBČINE:



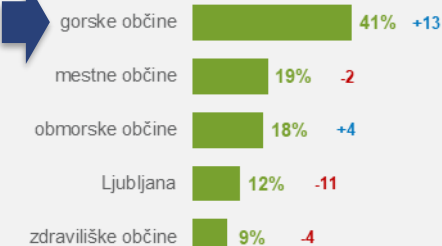
## SEZONA:



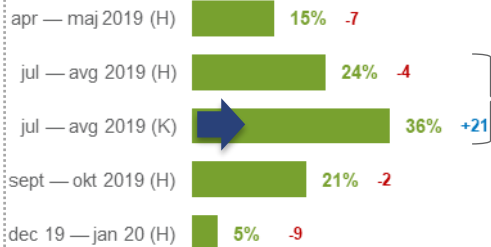
**29% -13**  
V GLAVNI SEZONI



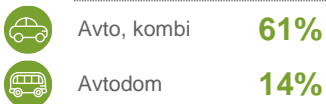
## VRSTA OBČINE:



## SEZONA:



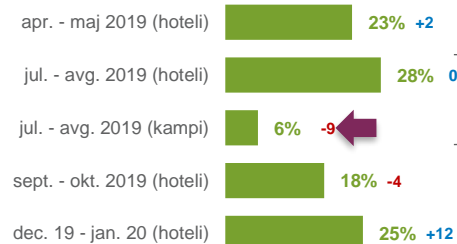
**60% +17**  
V GLAVNI SEZONI



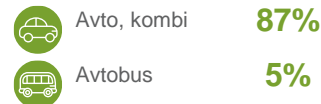
## VRSTA OBČINE:



## SEZONA:



**34% -9**  
V GLAVNI SEZONI



## Segmenti motivov



### SEGMENTI:



#### DRUŽABNIK

**35% -7** Aktivno preživljanje skupnega časa z družino, prijatelji ali sorodniki.



#### RAZISKOVALEC

**25% -2** Obisk kulturnih znamenitosti, užitek v kulinariki in razvajanju.



#### MUZA

**24% +10** Skrb za zdravje, počitek in sprostitvev, obisk zdraviliških občin.



#### POSLOVNI

**11% -1** Poslovni sestanki, konference, seminarji, sejmi.



#### DRUGO / TRANZIT

**4% -1**



### SEGMENTI:



#### DRUŽABNIK

**43% +1** Aktivno preživljanje skupnega časa z družino, prijatelji ali sorodniki.



#### RAZISKOVALEC

**26% -1** Obisk kulturnih znamenitosti, užitek v kulinariki in razvajanju.



#### MUZA

**16% +2** Skrb za zdravje, počitek in sprostitvev, obisk zdraviliških občin.



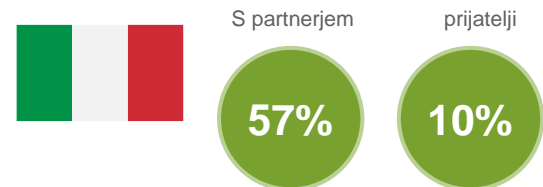
#### POSLOVNI

**10% -2** Poslovni sestanki, konference, seminarji, sejmi.



#### DRUGO / TRANZIT

**5% 0**



### SEGMENTI:



#### DRUŽABNIK

**43% +1** Aktivno preživljanje skupnega časa z družino, prijatelji ali sorodniki.



#### RAZISKOVALEC

**24% -3** Obisk kulturnih znamenitosti, užitek v kulinariki in razvajanju.



#### MUZA

**22% +8** Skrb za zdravje, počitek in sprostitvev, obisk zdraviliških občin.



#### POSLOVNI

**6% -6** Poslovni sestanki, konference, seminarji, sejmi.



#### DRUGO / TRANZIT

**5% 0**

# Izdatki za nočitve in dnevna poraba



67 €

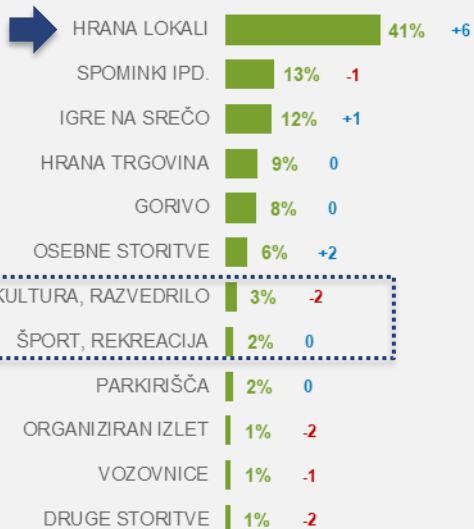
+5 €



52 €

POVPREČNI SPROTNİ  
IZDATKI / DAN

-4



48 €

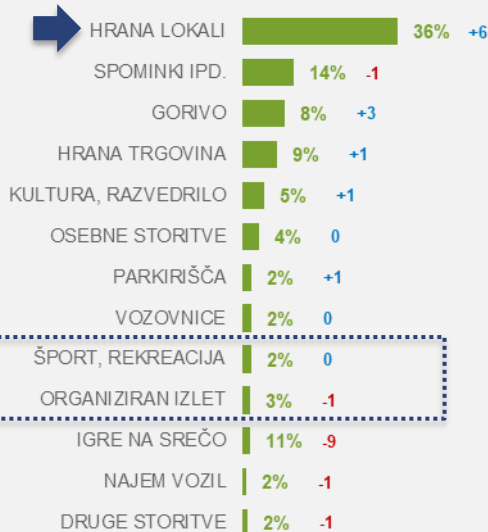
-14 €



42 €

POVPREČNI SPROTNİ  
IZDATKI / DAN

-5



67 €

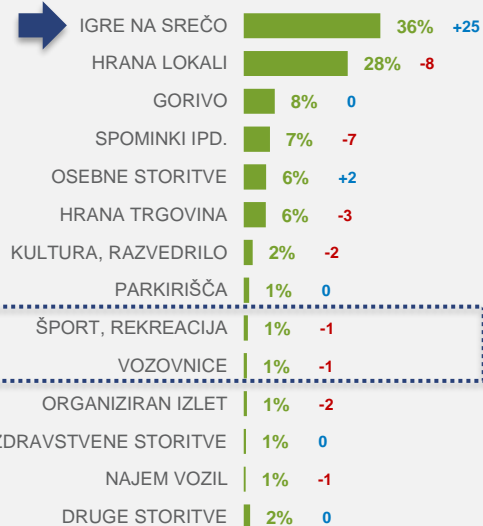
+5 €



76 €

POVPREČNI SPROTNİ  
IZDATKI / DAN

+20



# Nakupno odločanje



Dolgoročno  
načrtovanje  
4 mes. +

23%

## VIR INFORMACIJ:

osebne izkušnje 56% +20

priporočila 27% -5

mediji 11% -9

prodajne ponudbe 6% -4

sejmi 1% 0

drugo 0% -2

## UPORABA INTERNETA:

uporabili internet pri  
organizaciji počitnic:

88%

-3

pridobitev informacij 68% -12

rezervacija prenočišča 64% +5

plačilo prenočišča 20% -2

rezervacija prevoza 5% -7

druge storitve 3% -3

plačilo prevoza 2% -5



Dolgoročno  
načrtovanje  
4 mes. +

43%

## VIR INFORMACIJ:

osebne izkušnje 43% +7

priporočila 30% -1

mediji 18% -2

prodajne ponudbe 5% -4

sejmi 1% 0

drugo 3% +1

## UPORABA INTERNETA:

uporabili internet pri  
organizaciji počitnic:

91%

0

pridobitev informacij 81% +1

rezervacija prenočišča 53% -6

plačilo prenočišča 19% -3

rezervacija prevoza 7% -6

plačilo prevoza 3% -5

druge storitve 5% -1



Dolgoročno  
načrtovanje  
4 mes. +

17%

## VIR INFORMACIJ:

osebne izkušnje 54% +18

priporočila prijateljev  
in sorodnikov 32% 0

mediji 9% -11

prodajne ponudbe  
(turistični paketi) 4% -5

sejmi 1% 0

drugo 1% -1

## UPORABA INTERNETA:

uporabili internet pri  
organizaciji počitnic:

88%

-4

pridobitev informacij 68% -12

rezervacija prenočišča 64% +4

plačilo prenočišča 19% -3

rezervacija prevoza 3% -10

plačilo prevoza 2% -6

druge storitve 3% -3

# Organizacija potovanja in rezervacija



Dolgoročno  
načrtovanje  
4 mes. +

23%



Dolgoročno  
načrtovanje  
4 mes. +

43%



Dolgoročno  
načrtovanje  
4 mes. +

17%



46% +13

neposredno v  
nastanitvenem  
obratu

28% -1

spletni  
rezervacijski  
portal

12% -8

potovalna  
agencija

7% +1

delodajalec,  
šola

2% 0

klub, sindikat,  
društvo

34% +1

neposredno v  
nastanitvenem  
obratu

26% -2

spletni  
rezervacijski  
portal

15% -5

potovalna  
agencija

4% -2

delodajalec,  
šola

2% 0

klub, sindikat,  
društvo

46% +14

neposredno v  
nastanitvenem  
obratu

34% +6

spletni  
rezervacijski  
portal

9% -11

potovalna  
agencija

3% -3

delodajalec,  
šola

1% -1

klub, sindikat,  
društvo

Samo-  
organizacija

74%

Organiziral nekdo drug

21% -9

Samo-  
organizacija

60%

Organiziral nekdo drug

22% -9

Samo-  
organizacija

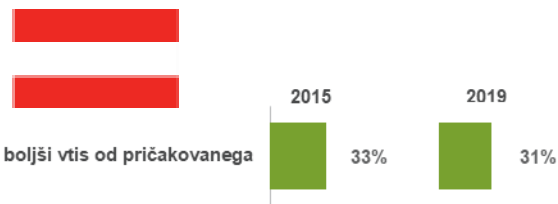
80%

Organiziral nekdo drug

14% -17



# Vtis o Sloveniji



**Najbolj zadovoljni:** (% (zelo) zadovoljnih)

## 2015

Osebna varnost: 94%  
Prijaznost lokalnega prebivalstva: 90%  
Možnost za počitek: 89%

## 2019

Naravno okolje: 98%  
Osebna varnost: 95%  
Možnosti za počitek in sprostitvev: 91%

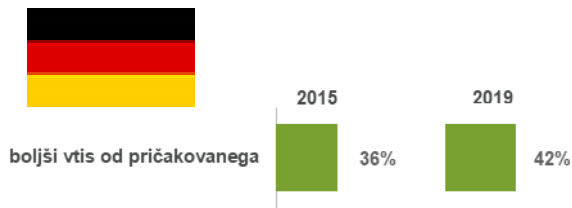
**Najmanj zadovoljni:** (% (zelo) zadovoljnih)

## 2015

Kazinoji in igralnice : 42%  
Nočno življenje in zabava : 60%  
Ponudba kulturnih prireditev : 60%

## 2019

Možnosti za zabavo: 71%  
Ponudba kulturnih prireditev: 70%  
Kongresne zmogljivosti, storitve: 68%



**Najbolj zadovoljni:** (% (zelo) zadovoljnih)

## 2015

Osebna varnost: 95%  
Neokrnjena narava: 89%  
Prijaznost lokalnega prebivalstva: 88%

## 2019

Naravno okolje: 99%  
Osebna varnost: 96%  
Možnosti za počitek in sprostitvev: 93%

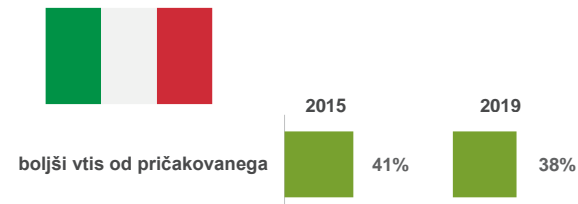
**Najmanj zadovoljni:** (% (zelo) zadovoljnih)

## 2015

Kazinoji in igralnice: 48%  
Ponudba športnih dogodkov: 49%  
Ponudba kulturnih prireditev: 56%

## 2019

Ponudba kulturnih prireditev: 69%  
Možnosti za zabavo: 69%  
Kongresne zmogljivosti, storitve: 66%



**Najbolj zadovoljni:** (% (zelo) zadovoljnih)

## 2015

Osebna varnost: 93%  
Čistoča destinacije: 88%  
Prijaznost lokalnega prebivalstva: 86%

## 2019

Osebna varnost: 98%  
Naravno okolje: 97%  
Možnosti za počitek in sprostitvev: 96%

**Najmanj zadovoljni:** (% (zelo) zadovoljnih)

## 2015

Ponudba športnih dogodkov: 49%  
Možnost za nakupovanje: 52%  
Ponudba kulturnih prireditev: 54%

## 2019

Kakovost kongresnih zmogljivosti: 65%  
Ponudba kulturnih prireditev: 74%  
Možnosti za zabavo: 77%



Analiza porabe gostov

# PORABA



# Prikaz turistov po državah glede na izdatke, ki jih imajo v Sloveniji in število turistov iz posamezne države

**TURISTI BREZ POT. PAKETA**

**82%**

Delež turistov brez potovalnega paketa

**1.675.277**

Projekcija števila turistov

**603 €**

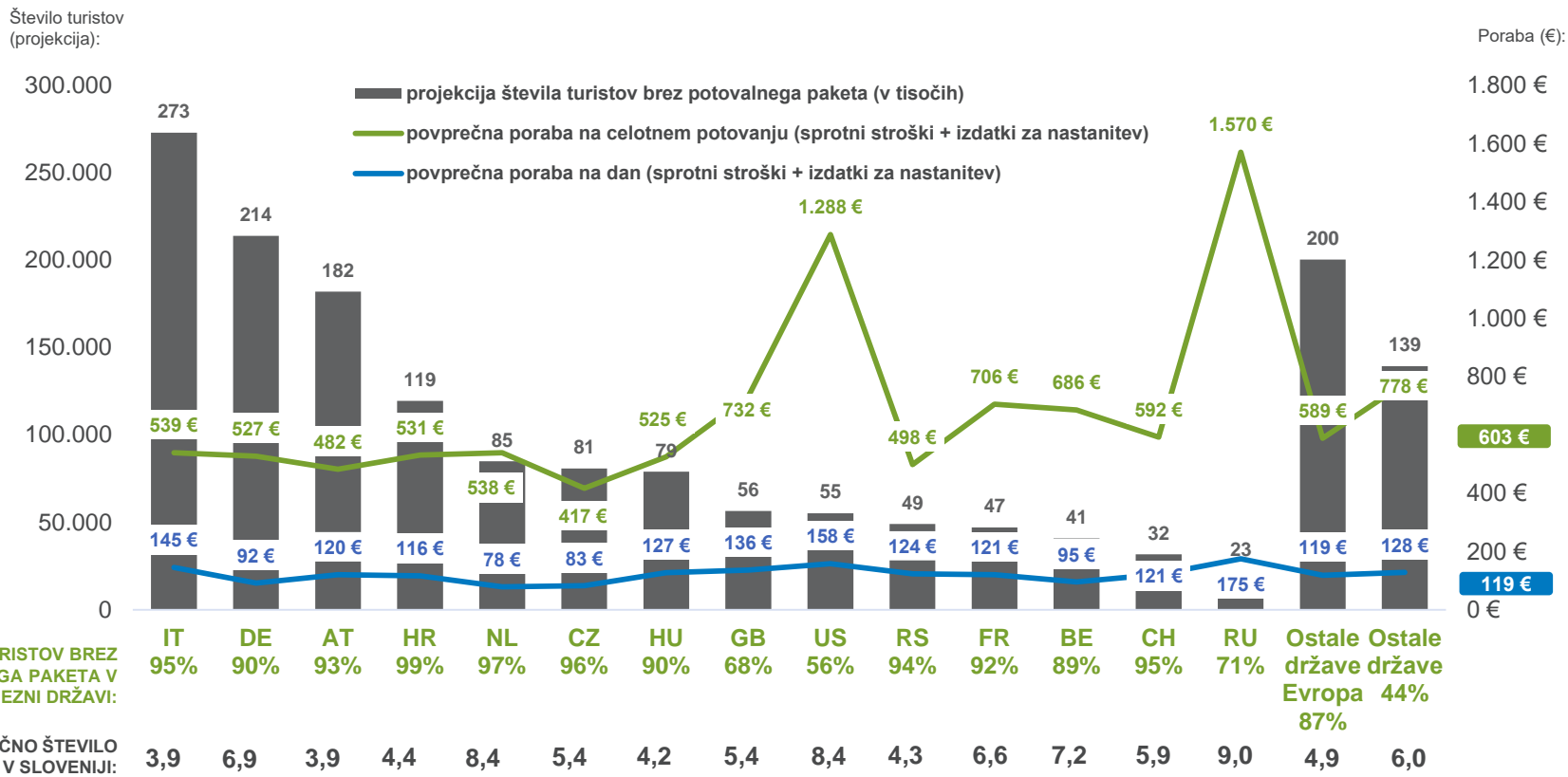
Povp. poraba na celotnem potovanju

**119 €**

Povp. poraba na dan

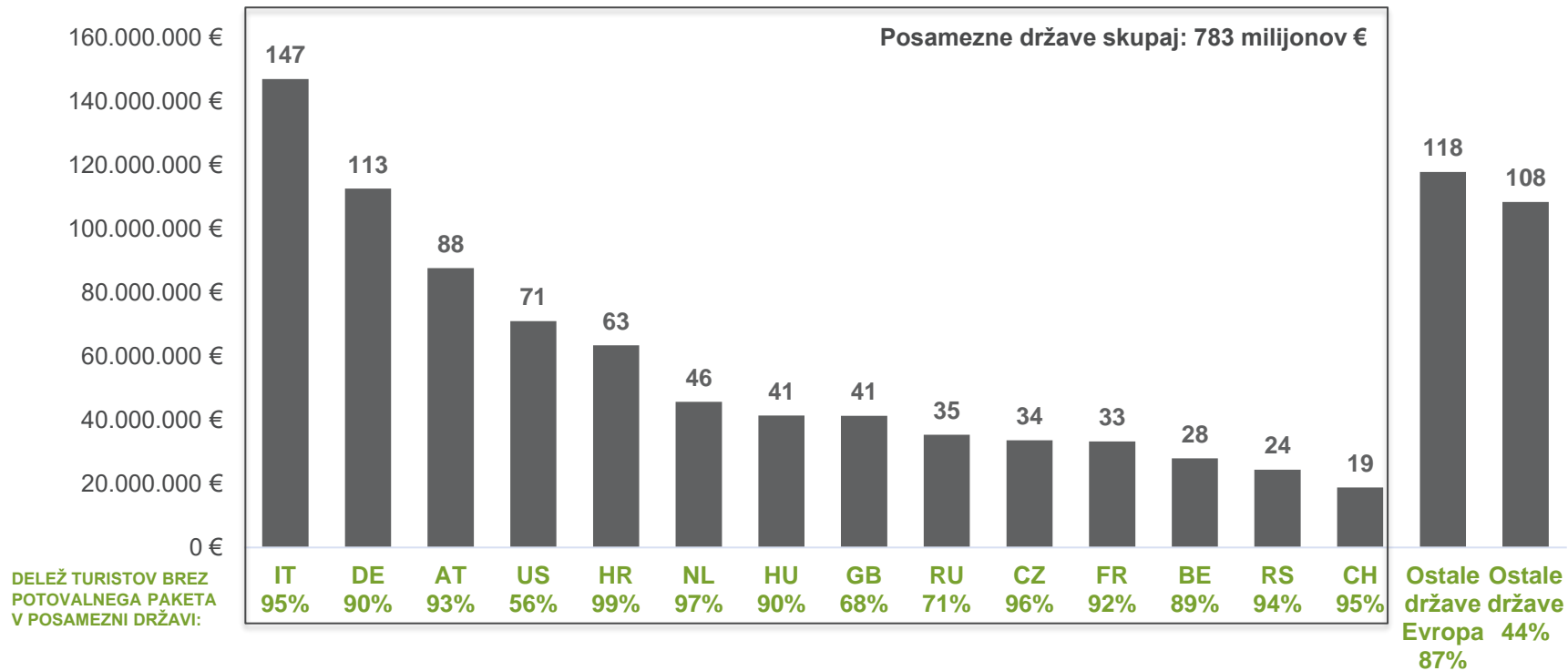
**5,4**

Povprečno število nočitev v Sloveniji



\*Osnova: turisti brez potovalnega paketa. Izdatki so preračunani na osebo.

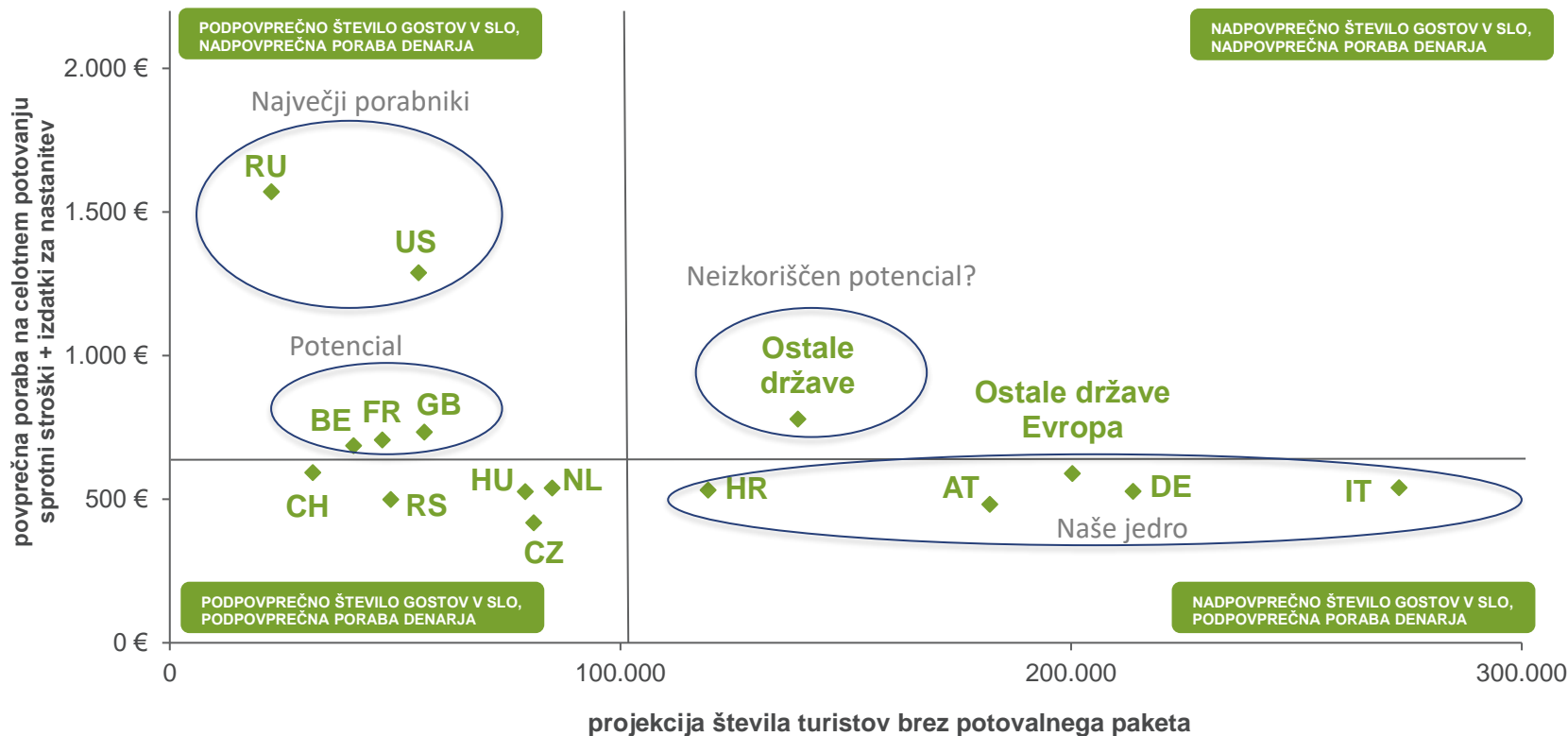
# Projekcija skupne porabe



■ skupna poraba v SLO (sprotni stroški + nastanitev) vseh turistov brez potovalnega paketa (v milijon €)

\*Osnova: turisti brez potovalnega paketa.

# Prikaz turistov po državah glede na izdatke, ki jih imajo v Sloveniji in število turistov iz posamezne države



\*Osnova: turisti brez potovalnega paketa. Izdatki so preračunani na osebo.

## Nekaj ključnih poudarkov

### Segmenti glede na države

1. Sosedni in gosti, ki se vračajo: Italijani, Avstrijci in Hrvati
2. Srednje oddaljeni in potencial: Nemci in zahodna Evropa
3. Posebni nišni: Rusi, Američani in Srbi
4. Ostali oddaljeni

### Stimulacija večanje št. nočitev

Doživetja: rekreacijske in športne aktivnosti bodo podaljšale bivanje.

### Stimulacija porabe

Cena je konkurenčna prednost Slovenije: “**na Evropskem nivoju z malo nižjimi cenami**”. Italijani so ključni segment gostov v tem kontekstu.

Potenciali za gastronomijo in rekreacijo ostajajo.

Američani in Rusi predstavljajo “premijske goste”, vendar masa gostov prihaja iz ostalih segmentov.

### Zakaj v Slovenijo?

1. Varna
2. Narava (neokrnjeno)
3. Sprostitev in počitek
4. Skrb za zdravje (wellness) - *muze*
5. Rekreacija - *raziskovalci*
6. Gastronomija - *družabniki*

### Sezonskost

**Poletje:** Več ciljanega obiska (samo Slovenija), malenkost daljši oddih – v kampih veliko daljša bivanja. Več družabnikov.

**Pomlad:** več obiska iz neevropskih držav, več kombiniranja z destinacijami, več agencijskih aranžmajev/paketov. Več raziskovalcev.

**Jesen:** Več urbanega turizma, bolj načrtovana potovanja. Več raziskovalcev.

**Zima:** Več obiska iz sosednjih (+Srbija) držav. Več muz.

### Izkušnja in od ust do ust

Veliko je **povratnikov**: Velik delež gostov se vrača v Slovenijo (45%). Še bolj značilno za goste iz sosednjih držav: Italija (70%), Avstrija (72%), Hrvaška (85%).

**“Najboljša reklama je priporočilo prijateljev!”**

**Osebne izkušnje ter priporočila** prijateljev in sorodnikov sta pomembnejša faktorja pri odločitvi glede obiska Slovenije.

Ključno je, da turizem v Sloveniji **generira pozitivno izkušnjo**, saj ta predstavlja najmočnejši vir informaciji za **goste, sploh goste iz nekaterih evropskih držav** (Švica, Francija, Belgija) in za **goste iz neevropskih držav**.

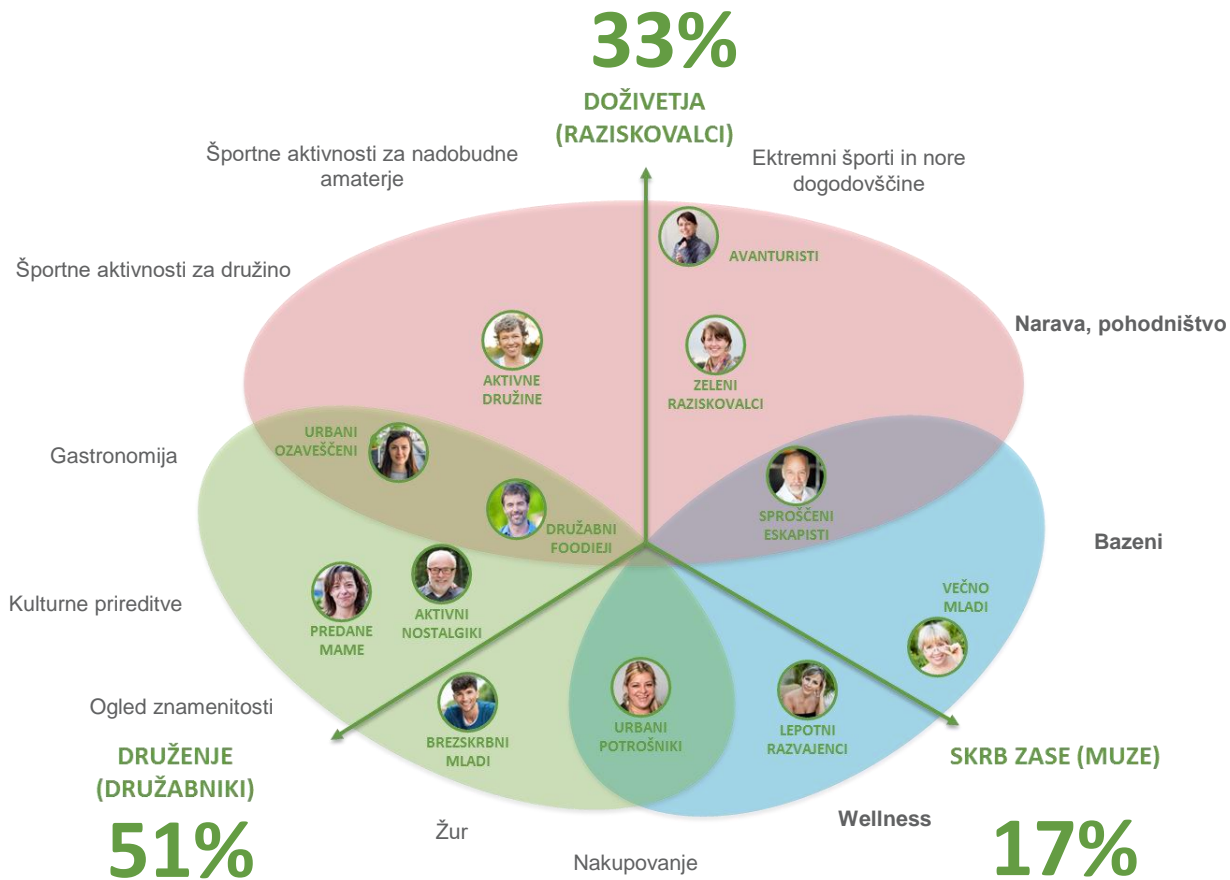
### Priložnosti:

Najpogosteje prihajajo v parih. Kaj pa družine?

### Kaj nam manjka?

Možnosti za zabavo, kulturne prireditve

# Spodbujenje večanja segmentov muz in raziskovalcev





Matjaž Robinšak  
matjaz.robinsak@valicon.net

**VALICON Ljubljana**

Kopitarjeva 2  
1000 Ljubljana  
T: +386 1 420 49 00  
F: +386 1 420 49 60  
info@valicon.si

**VALICON Zagreb**

Baruna Trenka 16  
10000 Zagreb  
T: +385 1 640 99 55  
F: +385 1 640 99 56  
info@valicon.hr

**VALICON Sarajevo**

Branilaca Sarajeva 20  
71000 Sarajevo  
T: +387 33 258 655  
F: +387 33 258 656  
info@valicon.ba

**VALICON Beograd**

Gavrila Principa 16/2  
11000 Beograd  
T: +381 11 32 86 978  
F: +381 11 30 30 444  
info@valicon.rs