



AKTIVNOSTI PO TRGIH

# ITALIJA

12 % PRENOČITEV  
2. mesto

1% rast prenočitev  
2% padec prihodov  
2,2dni PDB

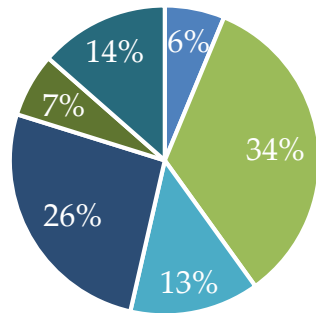


PRIHODI: 598.826

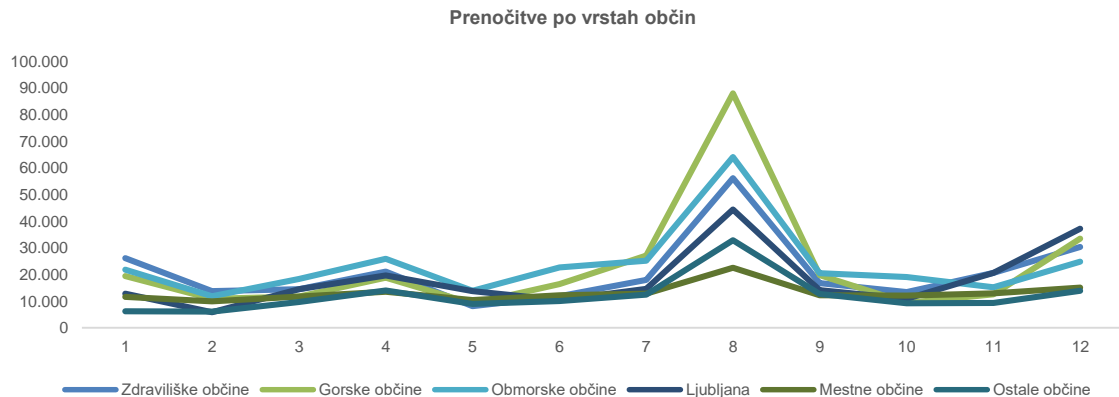
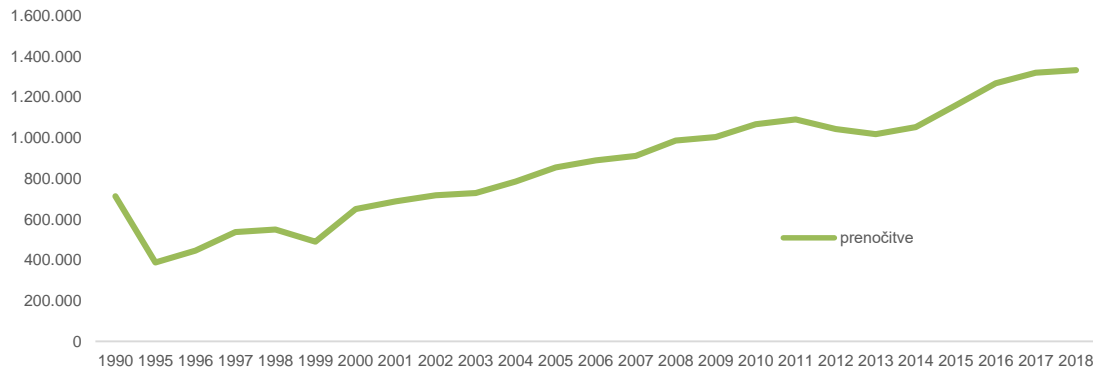
PRENOČITVE: 1.334.061

PDB: 2,2

POTROŠNJA: 143 €



- Zdraviliške občine
- Gorske občine
- Obmorske občine
- Ljubljana
- Mestne občine
- Ostale občine



# ITALIJA – PERSONE

KLJUČNE PERSONE NA TRGU:



URBANI POTROŠNIKI :

20,0 %  
4.923.623

DELEŽ  
ŠTEVILO



ZELENI RAZISKOVALCI:

17,1 %  
4.221.262



DRUŽABNI FOODIEJI:

12,2 %  
3.004.703

GLAVNI  
DOPUST

27 % POMLADI  
62 % POLETI

28 % POMLADI  
61 % POLETI

33 % POMLADI  
61 % POLETI

ODPRAVIJO SE NA 2 KRAJŠI IN 2 DALJŠI POTOVANJLI.  
(IZJEMA DRUŽABNI FOODIEJI – 2 KRAJŠI & 1 DALJŠE POTOVANJE)

# ITALIJA KLJUČNE AKTIVNOSTI

## B2C AKTIVNOSTI

Digitalna kampanja  
NatGeo Healthy Waters  
Družbena omrežja (FB)  
TV oglaševanje  
Outdoor Expo (Parma)  
Idee Benessere, Liberamente,  
FSB Udine, Aria di Festa  
Lonely Planet – Ulisse Fest  
Gusti di Frontiera  
Barcolana

## B2B AKTIVNOSTI

Roadshow Severna Italija  
(Trst - Mestre – Verona)  
Roadshow Južna Italija  
(Rim – Napoli – Bari)  
Workshop Enogastronomija, Milano  
Workshop termalni turizem, Padova

## BORZE, SEJMI, WORKSHOPI

BMT, Napoli  
Sana, Bologna  
Salone de Camper, Parma  
TTG Italia, Rimini

# POBUDE, INICIATIVE

- Kulinarična predstavitev destinacij, Milano
- SLOVENSKI VEČER – nagrajevanje novinarjev in kulinarična predstavitev 11.6.2020
- TV PROGRAM 4RISTORANTI
- TV PROGRAM KILIMANGIARO
- TV PROGRAM MELAVERDE
- LONELY PLANET BEST IN TRAVEL 2020



# NEMČIJA

12 % PRENOČITEV  
1. mesto

17,4 % rast prenočitev  
15,9% rast prihodov  
2,7 dni PDB







# NEMČIJA – PERSONE

KLJUČNE PERSONE NA TRGU:



**ZELENI RAZISKOVALCI:**

17,2 %  
5.879.195

DELEŽ  
ŠTEVILO



**URBANI POTROŠNIKI:**

17,0 %  
5.805.746

GLAVNI  
DOPUST

20 % POMLADI  
64 % POLETI



**LEPOTNI RAZVAJENCI:**

15,3 %  
5.212.283

12 % POMLADI  
67 % POLETI

ODPRAVIJO SE NA 2 KRAJŠI IN 2 DALJŠI POTOVANJI.  
(IZJEMA LEPOTNI RAZVAJENCI – 2 KRAJŠI & 1 DALJŠE POTOVANJE)

# NEMČIJA KLJUČNE AKTIVNOSTI

## B2C AKTIVNOSTI

Digitalna kampanja  
NatGeo Healthy Waters  
TV oglaševanje  
Sodelovanje z influencerji  
Master kampanje za ciljne  
segmente  
Projekt DAV Panorama  
(čezmejno sodelovanje Alpe  
Adria)

## B2B AKTIVNOSTI

Roadshow J Nemčija in WS  
preko agencij (Aviareps in TO)  
Krepitev Incentive in MICE (J  
Nemčija) – WS in prezentacije  
Marketinške akcije z  
rezervacijskimi platformami  
(ORP: weg.de, travelzoo,  
secrets escapes idr.)  
Sodelovanje z mediji  
fam tripi nišnih TO/TA

## BORZE, SEJMI, WORKSHOPI

CMT Stuttgart  
Grüne Woche Berlin  
f.re.e München  
ITB Berlin  
RDA Friedrichshafen  
IMEX Frankfurt  
RDA Köln  
Caravan Salon Düsseldorf  
TourNatur Düsseldorf  
Leipziger Buchmesse  
Frankfurter Buchmesse  
Roadshow J Nemčija

# POBUDE, INICIATIVE

## DOGODKI

- Festival Slovenske gastronomije
- ITB 2020/2021 okrepjeno sodelovanje z možnostjo partnerstva na področjih:  
New luxury, Sustainability/CSR,  
Medical Tourism
- Dogodek za medije 2x letno



# POBUDE, INICIATIVE

## MARKETINŠKE AKCIJE

- B2B in PR novičnik v nemškem jeziku
  - Presse Release 1x mesečno
- Aktivno ciljno/tematsko oglaševanje (print+online) – screen&plakat
- TV oglaševanje (addressable TV)
- E-learningi programi za TO/TA, ter sodelovanja z ORP



# ŠVICA

1,35 % PRENOČITEV  
19. mesto

15,7 % rast prenočitev  
11,7 % rast prihodov  
2,2 dni PDB

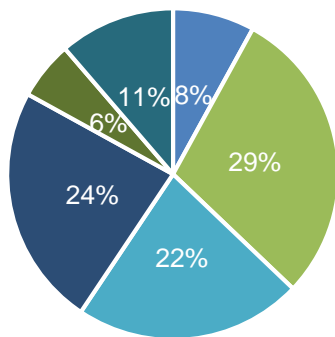


PRIHODI: 67.750

PRENOČITVE: 150.389

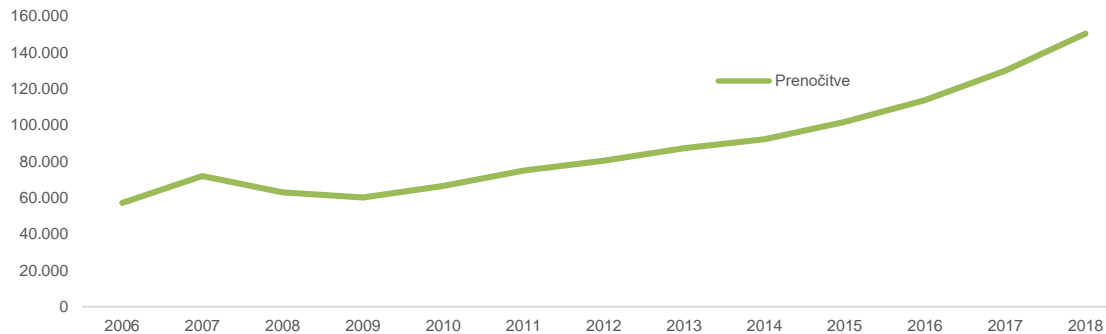
PDB: 2,2

POTROŠNJA: 120 €

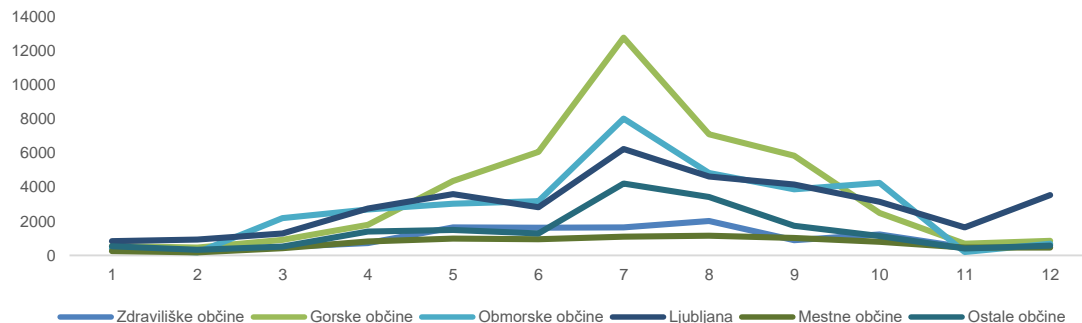


- Zdraviliške občine
- Gorske občine
- Obmorske občine
- Ljubljana
- Mestne občine
- Ostale občine

\*Sprememba metodologije v 2010



Prenočitve po vrstah občin



# ŠVICA – PERSONE

KLJUČNE PERSONE NA TRGU:



**URBANI POTROŠNIKI:**

21,9 %

830.313

DELEŽ  
ŠTEVILO



**LEPOTNI RAZVAJENCI:**

17,7 %

669.736

GLAVNI  
DOPUST

24 % JESENI

51 % POLETI

22 % JESEN

60 % POLETI



**ZELENI RAZISKOVALCI:**

15,4 %

585.185

24 % JESEN

48 % POLETI

ODPRAVIJO SE NA 4 KRAJŠA IN 2 DALJŠI POTOVANJI.  
(IZJEMA LEPOTNI RAZVAJENCI – 3 KRAJŠA & 2 DALJŠI POTOVANJI)

# ŠVICA KLJUČNE AKTIVNOSTI

## B2C AKTIVNOSTI

ARD, ZDF (nemški del)  
SRF 1 (splošno)  
Sodelovanje z influencerji  
Oglaševanje v medijih:  
Annabelle, NZZ am Sonntag,  
Schweizer Familie,  
Globetrotter...

## B2B AKTIVNOSTI

Krepitev Incentive in MICE  
Sodelovanje z mediji in  
lansiranje PR sporočil  
Študijska potovanja medijev  
(vsaj 5 letno)  
Krepitev sodelovanj s  
TO/TA (marketinške akcije z  
izbranimi agencijami)

## BORZE, SEJMI, WORKSHOPI

FESPO Zürich



# POBUDE, INICIATIVE

- B2B in PR novičnik v nemškem jeziku
  - E-learningi programi za TO/TA
- Ciljna offline oglaševanja (info screene ali avtobusi/tramvaji)
  - TV oglaševanje
    - Fespo Zürich
- Predstavitveni dogodek za medije in/ali vodilne TO/TA





# RAZPRAVA

# AVSTRIJA

9 % PRENOČITEV  
3. mesto

3,5 % rast prenočitev  
2,4% rast prihodov  
2,6 dni PDB



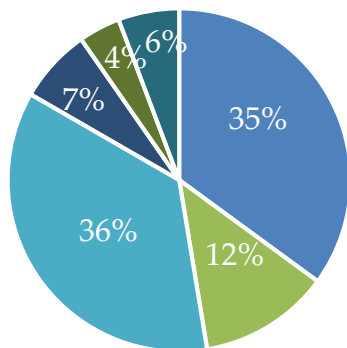
# AVSTRIJA

PRIHODI: 381.709

PRENOČITVE: 1.011.136

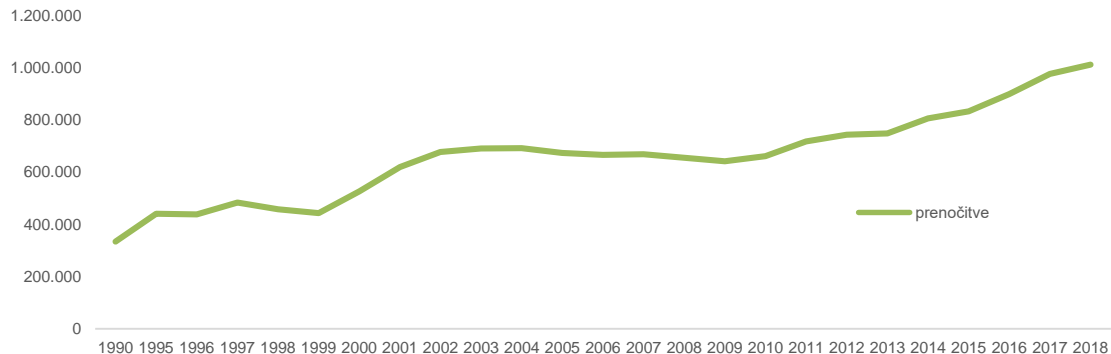
PDB: 2,6

POTROŠNJA: 91 €

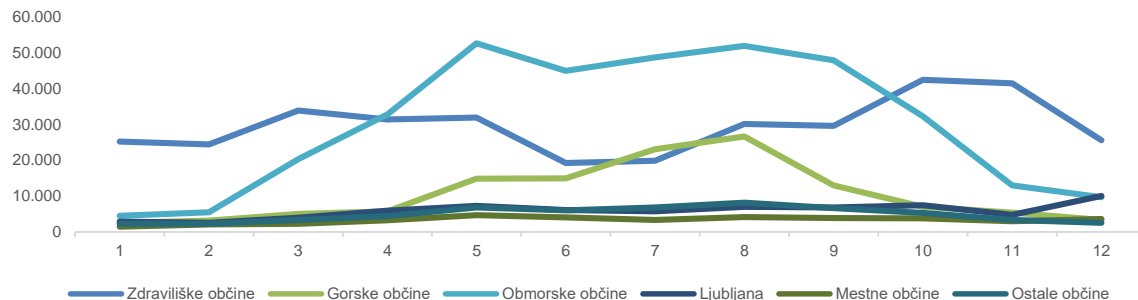


- Zdraviliške občine
- Gorske občine
- Obmorske občine
- Ljubljana
- Mestne občine
- Ostale občine

\*Sprememba metodologije v 2010



Prenočitve po vrstah občin



# AVSTRIJA – PERSONE

KLJUČNE PERSONE NA TRGU:



**LEPOTNI RAZVAJENCI:**

DELEŽ  
ŠTEVILO

22,4 %  
827.715

GLAVNI  
DOPUST

7 % POMLADI  
80 % POLETI



**URBANI POTROŠNIKI:**

19,4 %  
716.841

17 % POMLADI  
64 % POLETI



**ZELENI RAZISKOVALCI:**

15,7 %  
577.759

22 % POMLADI  
62 % POLETI

ODPRAVIJO SE NA 3 KRAJŠA IN 1 DALJŠE POTOVANJE.

# AVSTRIJA: KLJUČNE AKTIVNOSTI

## B2C AKTIVNOSTI

Digitalna kampanja  
Družbeni mediji (FB)  
TV: ORF 2 januar, marec  
OFF-LINE, oglaševanje v lifestyle  
revijah in vodilnih dnevnikih  
Posebni projekti : Aufsteirern v  
Gradcu

## B2B AKTIVNOSTI

Borze  
Sejmi  
Tuji novinarji,  
tiskovne konference  
Študijske TO in TA  
Druge predstavitve:  
predstavitve s Corps  
Touristique Austria, Orange  
Wine Festival, kulturne  
prireditve, sprejemi

## BORZE, SEJMI, WORKSHOPI

Ferienmesse Dunaj  
ARGUS Bike Festival  
Freizeit Celovec  
Die Familie Celovec  
Photo & Adventure Dunaj  
Reisesalon Dunaj  
BTB v Voessendorf  
Specializirani sejem ReiseZeit  
agencije Gruber v Gradcu  
Roadshow Linz in Dunaj

# POBUDE, INICIATIVE

## **Poslovne borze in sejmi**

sejm Urlaub & Camping, Welsu, april 2020

Ojačati nastop na sejmu Ferien Dunaj z  
oglaševanjem na TV, Slovenija dežela  
partner v letu 2021

## **Workshopi**

Roadshow Linz in Dunaj, poudarek na  
predstavljanju makrodestinacij in novih  
produktov



# POBUDE, INICIATIVE

Predstavitve makroregij preko  
enogastronske ponudbe avstrijskim  
TO in TA doma in v Avstriji.

Sodelovanje z Gault Millau  
Slovenija, izvedba enogastronskih  
prezentacij v Avstriji



## Znanje pod kapo

20. MAJ 2019

Hotel Slon,  
Ljubljana

**Gault & Millau**  
l'expert gastronomie  
Slovenija

Glavni  
partner:

STO  
SLOVENSKA  
TURISTIČNA  
ORGANIZACIJA

I FEEL  
SLOVENIA







# RAZPRAVA

I FEEL  
SLOVENIA

# FRANCIJA

3 % PRENOČITEV  
10. mesto

27,6 % rast prenočitev  
21,7 % rast prihodov  
2,3 dni PDB



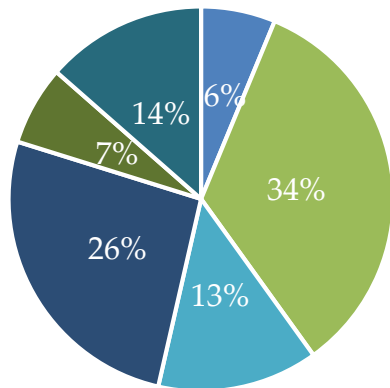
# FRANCIJA

PRIHODI: 148.166

PRENOČITVE: 339.177

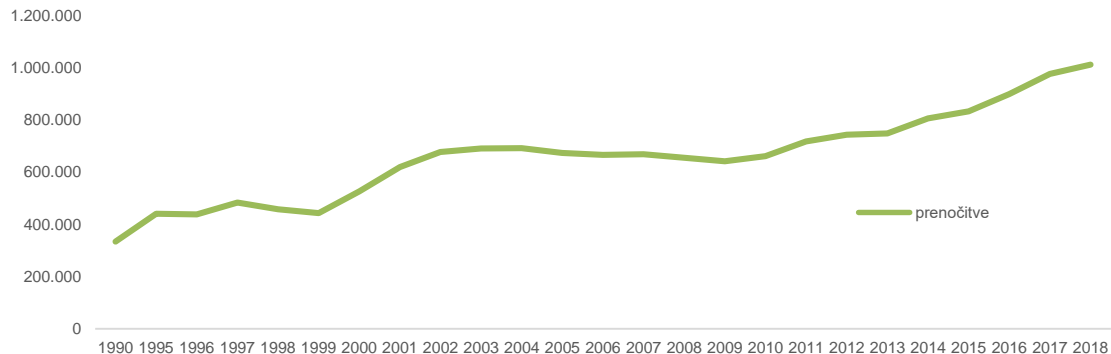
PDB: 2,3

POTROŠNJA: 102 €

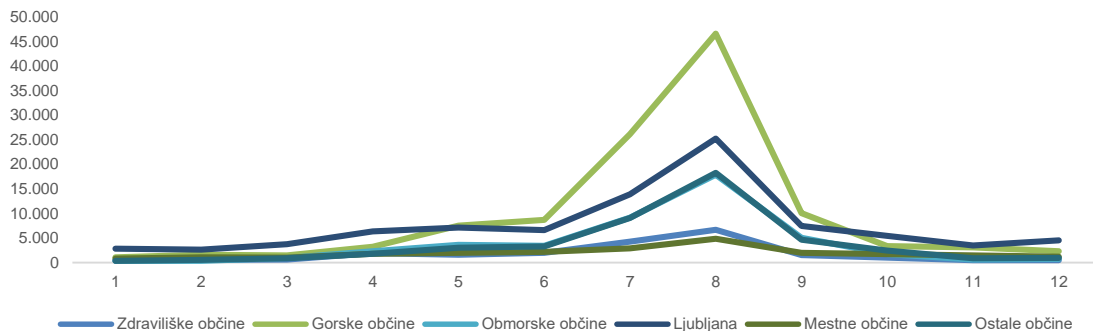


- Zdraviliške občine
- Gorske občine
- Obmorske občine
- Ljubljana
- Mestne občine
- Ostale občine

\*Sprememba metodologije v 2010



Prenočitve po vrstah občin



# FRANCIJA – PERSONE

KLJUČNE PERSONE NA TRGU:



**URBANI POTROŠNIKI:**

DELEŽ  
ŠTEVILO

20,3 %  
4.634.723

GLAVNI  
DOPUST

43 % POMLADI  
46 % POLETI



**ZELENI RAZISKOVALCI :**

17,4 %  
3.968.518

40 % POMLADI  
44 % POLETI



**DRUŽABNI FOODIEJI:**

9,5 %  
2.170.666

48 % POMLADI  
39 % POLETI

**ODPRAVIJO SE NA 2 KRAJŠI IN 2 DALJŠI POTOVANJI.  
(IZJEMA DRUŽABNI FOODIEJI – 2 KRAJŠI & 1 DALJŠE POTOVANJE)**

# FRANCIJA: KLJUČNE AKTIVNOSTI

## B2C AKTIVNOSTI

Digitalna kampanja  
NatGeo Healthy Waters  
Družbena omrežja  
TV oglaševanje  
PR aktivnosti

## B2B AKTIVNOSTI

Borze in sejmi  
Študijska potovanja TO/TA  
Workshopi (Pariz)  
Pošiljanje B2B novic  
On-line treningi za TO/TA

## BORZE, SEJMI, WORKSHOPI

Top Resa Pariz  
\*ILTM Cannes  
\*Vehicules de Loisiris Paris  
\*Salon du Randonneur Lyon  
\*SA.NA.M.A. Saint Etienne

# POBUDE, INICIATIVE

- (B2B) Predstavitve slovenske turistične ponudbe po perspektivnih regijah Francije



# RUSIJA

3 % PRENOČITEV  
14. mesto

2 % padec prenočitev  
2 % rast prihodov  
4,7 dni PDB

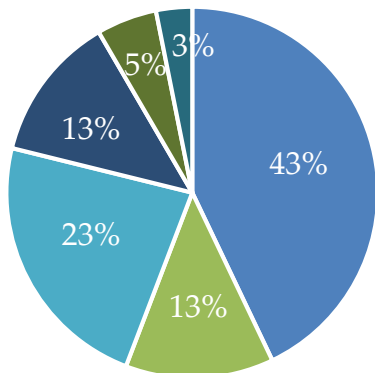


PRIHODI: 62.845

PRENOČITVE: 298.443

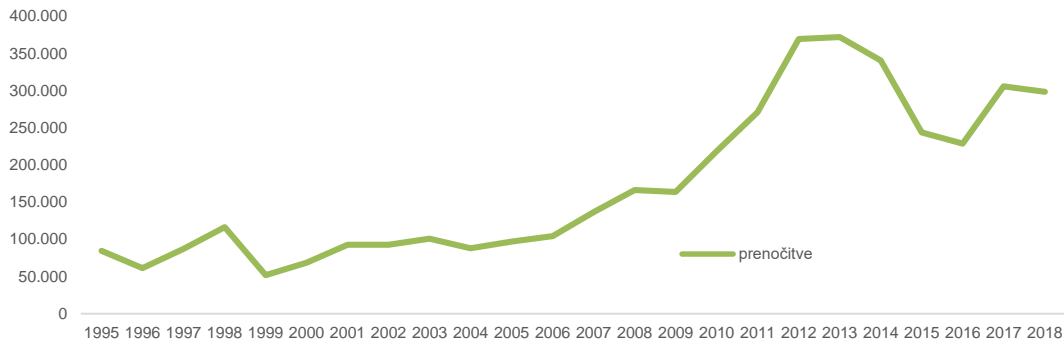
PDB: 4,7

POTROŠNJA: 351 €

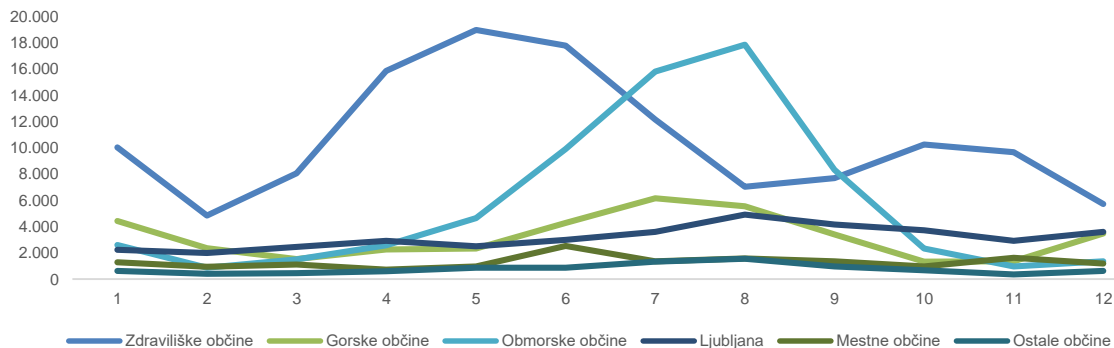


- Zdraviliške občine
- Gorske občine
- Obmorske občine
- Ljubljana
- Mestne občine
- Ostale občine

\*Sprememba metodologije v 2010



Prenočitve po vrstah občin





# RUSIJA – PERSONE

KLJUČNE PERSONE NA TRGU:



**VEČNO MLADI:**

16,2 %  
4.306.013

DELEŽ  
ŠTEVILO



**DRUŽABNI FOODIEJI :**

16,0 %  
4.243.071



**ZELENI RAZISKOVALCI:**

14,8 %  
3.932.358

GLAVNI  
DOPUST

55 % POLETI  
26 % JESENI

71 % POLETI  
18 % JESENI

65 % POLETI  
21 % JESENI

**ODPRAVIJO SE NA 1 KRAJŠE IN 1 DALJŠE POTOVANJE.  
(IZJEMA ZELENI RAZISKOVALCI- 1 KRAJŠE & 2 DALJŠI POTOVANJI)**

# RUSIJA: KLJUČNE AKTIVNOSTI

## B2C AKTIVNOSTI

Digitalna kampanja  
Družbena omrežja (VKontakte)  
TV oglaševanje  
PR aktivnosti

## B2B AKTIVNOSTI

Borze in sejmi  
Študijska potovanja TO/TA  
Workshopi  
Pošiljanje B2B novic  
On-line treningi

## BORZE, SEJMI, WORKSHOPI

MITT Moskva  
\*AITF Baku  
\*UITT Kijev

# POBUDE, INICIATIVE

- Iskanje novih luxury workshopov
- (B2B) Predstavitve slovenske turistične ponudbe po perspektivnih regijah Ruske Federacije



# VELIKA BRITANIJA

4 % PRENOČITEV  
7. mesto

10,3 % rast prenočitev  
9,4 % rast prihodov  
2,9 dni PDB



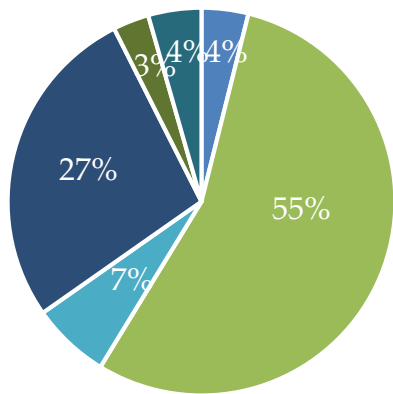
# VELIKA BRITANIJA

PRIHODI: 163.997

PRENOČITVE: 470.587

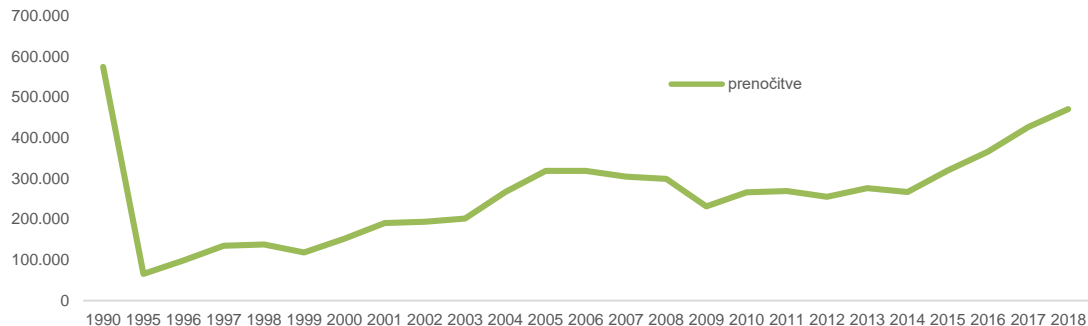
PDB: 2,9

POTROŠNJA: 102 €

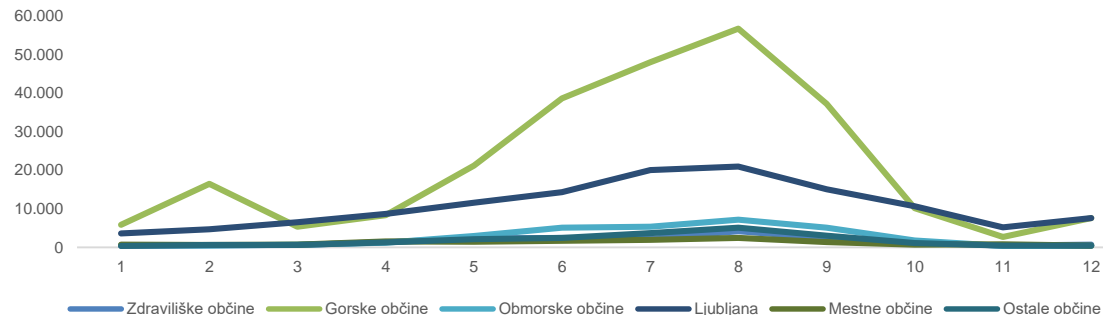


- Zdraviliške občine
- Gorske občine
- Obmorske občine
- Ljubljana
- Mestne občine
- Ostale občine

\*Sprememba metodologije v 2010



Prenočitve po vrstah občin



# VELIKA BRITANIJA – PERSONE

KLJUČNE PERSONE NA TRGU:



**URBANI POTROŠNIKI:**

19,2 %  
4.833.092

DELEŽ  
ŠTEVILO



**ZELENI RAZISKOVALCI:**

13,6 %  
3.420.872



**LEPOTNI RAZVAJENCI:**

13,4 %  
3.373.108

GLAVNI  
DOPUST

15 % POMLADI  
61 % POLETI

19 % POMLADI  
57 % POLETI

11 % POMLADI  
70 % POLETI

**ODPRAVIJO SE NA 2 KRAJŠI IN 2 DALJŠI POTOVANJI.  
(IZJEMA LEHOTNI RAZVAJENCI- 2 KRAJŠI & 1 DALJŠE POTOVANJE)**

# VB: KLJUČNE AKTIVNOSTI

## B2C AKTIVNOSTI

Digitalna kampanja  
NatGeo Healthy Waters  
Družbena omrežja  
TV oglaševanje  
PR aktivnosti

## B2B AKTIVNOSTI

Borze in sejmi  
Študijska potovanja TO/TA  
Workshopi  
Pošiljanje B2B novic  
On-line treningi  
ANTOR meets MICE, TRADE  
Travel Bulletin speed networking  
events (luxury, city break, active and  
adventure)  
TTG turing and adventure festival  
Aspire luxury forum (travel Weekly)

## BORZE, SEJMI, WORKSHOPI

WTM London  
\*Fly Fishing Fair London  
\*Ski & Snowboard Show London

# POBUDE, INICIATIVE

- Intenzivna promocija preko novega predstavništva slovenskega turizma
- Večje število promocijskih aktivnosti v povezavi z novimi letalskimi povezavami





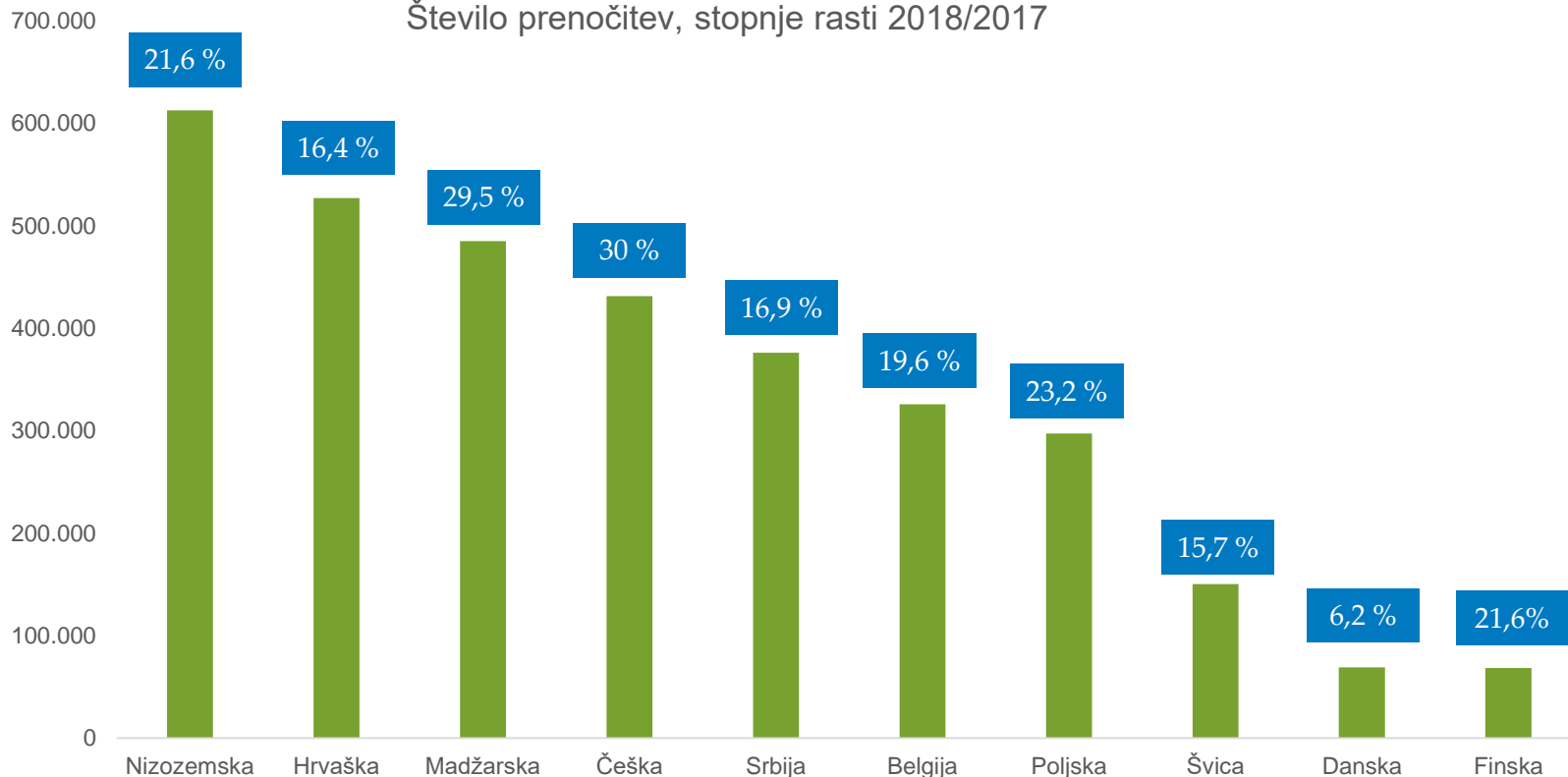
I FEEL  
SLOVENIA

# RASTOČI PERSPEKTIVNI TRGI



# RASTOČI PERSPEKTIVNI TRGI

Število prenočitev, stopnje rasti 2018/2017



# RASTOČI & PERSPEKTIVNI TRGI KLJUČNE AKTIVNOSTI

## B2C AKTIVNOSTI

DST Zagreb  
Digitalna kampanja (Benelux,  
Švica, Danska, Finska,  
Švedska)  
Družbena omrežja  
PR aktivnosti in oglaševanje

## B2B AKTIVNOSTI

Predsedovanje Slovenije Svetu EU  
Borze in sejmi  
Študijska potovanja TO/TA  
Workshopi (Beograd, Budimpešta,  
Praga, Bruselj, Amsterdam, Zagreb)  
Pošiljanje B2B novic  
On-line treningi

## BORZE, SEJMI, WORKSHOPI

Vakantiebeurs Utrecht  
Vakantie Salon Bruselj  
Holiday World Praga  
IFT Beograd  
FITUR Madrid  
IBTM Barcelona  
\*Go Brno  
\*Lets camp Antwerpen  
\*ITF Slovakia Tour Bratislava  
\*Caravana Leeuwarden  
\*Fiets en Wandelbeurs Utrecht  
\*Beogradski manifest  
\*Expo-zim Beograd  
\*Fair PrimExpo Lugano

# POBUDE, INICIATIVE

- Predsedovanje Slovenije Svetu EU
  - Večje število produktivnih workshopov (Češka, Madžarska)
  - Večje število promocijskih aktivnosti v povezavi z novimi letalskimi povezavami
- Krepitev influencers marketinga na nordijskih trgih



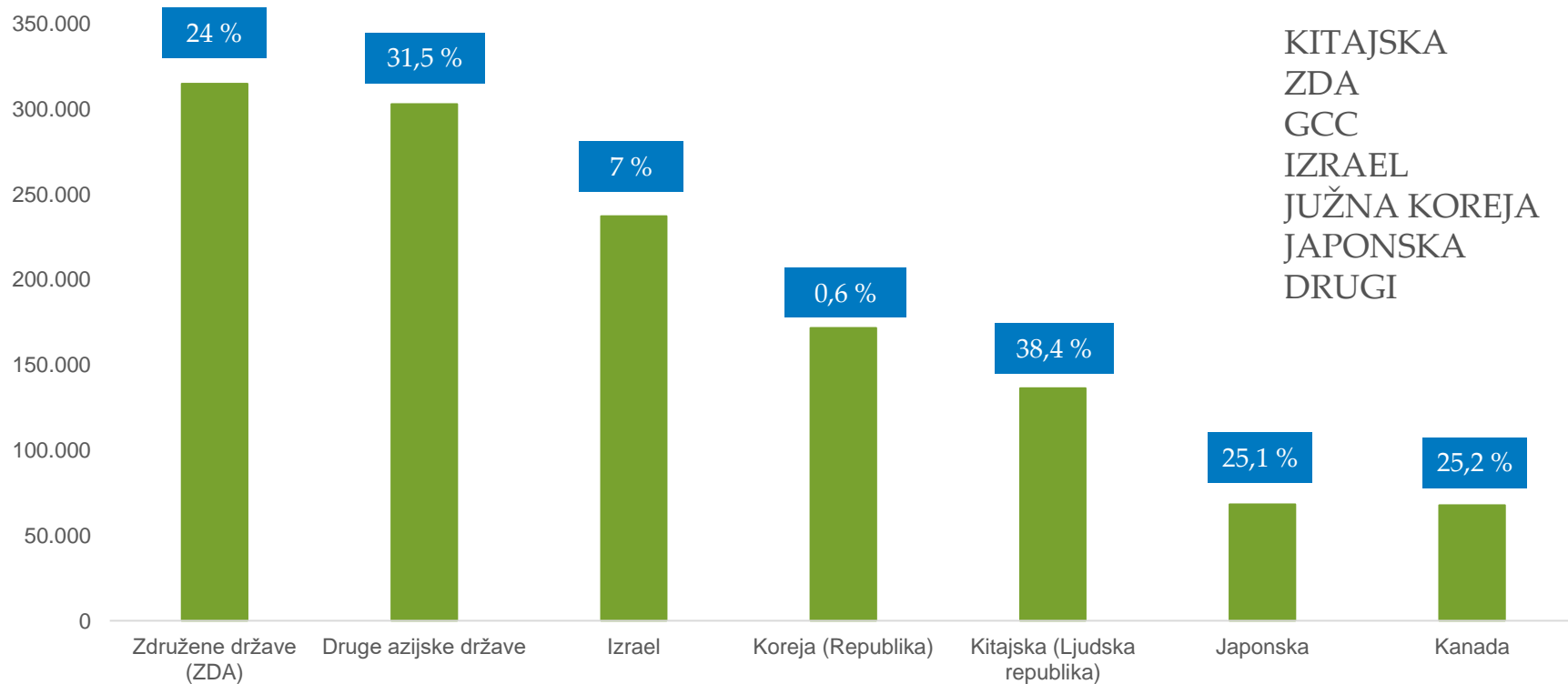
I FEEL  
SLOVENIA

# ODDALJENI TRGI



# ODDALJENI TRGI

Število prenočitev, stopnje rasti 2018/2017



# ZDA: KLJUČNE AKTIVNOSTI

## B2C AKTIVNOSTI

Digitalna kampanja  
Družbena omrežja  
PR aktivnosti in oglaševanje

## B2B AKTIVNOSTI

Borze in sejmi  
Študijska potovanja TO/TA  
Roadshow  
Dogodki v organizaciji združenj  
(ETC, USTOA, ETOA, Virtuoso)  
Pošiljanje B2B novic  
On-line treningi

## BORZE, SEJMI, WORKSHOPI

\*Seatrade Miami  
IMEX Amerika Las Vegas

# POBUDE, INICIATIVE

- Povečanje aktivnosti preko B2B platform za TO in TA
- Gostovanje letnih dogodkov ZDA združenj v Sloveniji
- Dodatni sejmi v ZDA (NY Times Travel Show)
- Krepitev influencers marketinga





# GCC, KITAJSKA, IZRAEL, J. KOREJA, JAPONSKA: KLJUČNE AKTIVNOSTI

## B2C AKTIVNOSTI

Družbena omrežja  
PR aktivnosti in oglaševanje

## B2B AKTIVNOSTI

Borze in sejmi  
Študijska potovanja TO/TA  
„Sales calls“ in „in-hous“ treningi za  
TO/TA  
Pošiljanje B2B novic  
On-line treningi  
Udeležba na GCC regionalnih B2B  
dogodkih  
Izvedba promocije Slovenije na EXPO  
v Dubaju  
Roadshow (Shanghai, Hong Kong,...)  
Priprava na zimske OI Peking 2022

## BORZE, SEJMI, WORKSHOPI

ATM Dubaj  
ITB China Shanghai  
IMTM Tel Aviv  
Worshop Seul in Tokio

# POBUDE, INICIATIVE

- Promocija Slovenije na EXPO Dubaj
- Udeležba na GCC regionalnih B2B dogodkih (Savdska A.)
- Povezovanje z B2B luxuznimi združenji in nagovarjanje novih (lux) TO in TA
- Večanje aktivnosti digitalizacije (on-line treningi, digitalne plačilne metode kot npr. AliPay)
  - Zimske OI Peking 2022
  - Poletne OI Tokio 2020
- Snemanje TV serij v Sloveniji





# VPRAŠANJA IN RAZPRAVA



HVALA