

STO
SLOVENSKA
TURISTIČNA
ORGANIZACIJA

**I FEEL
SLOVENIA**

www.slovenia.info

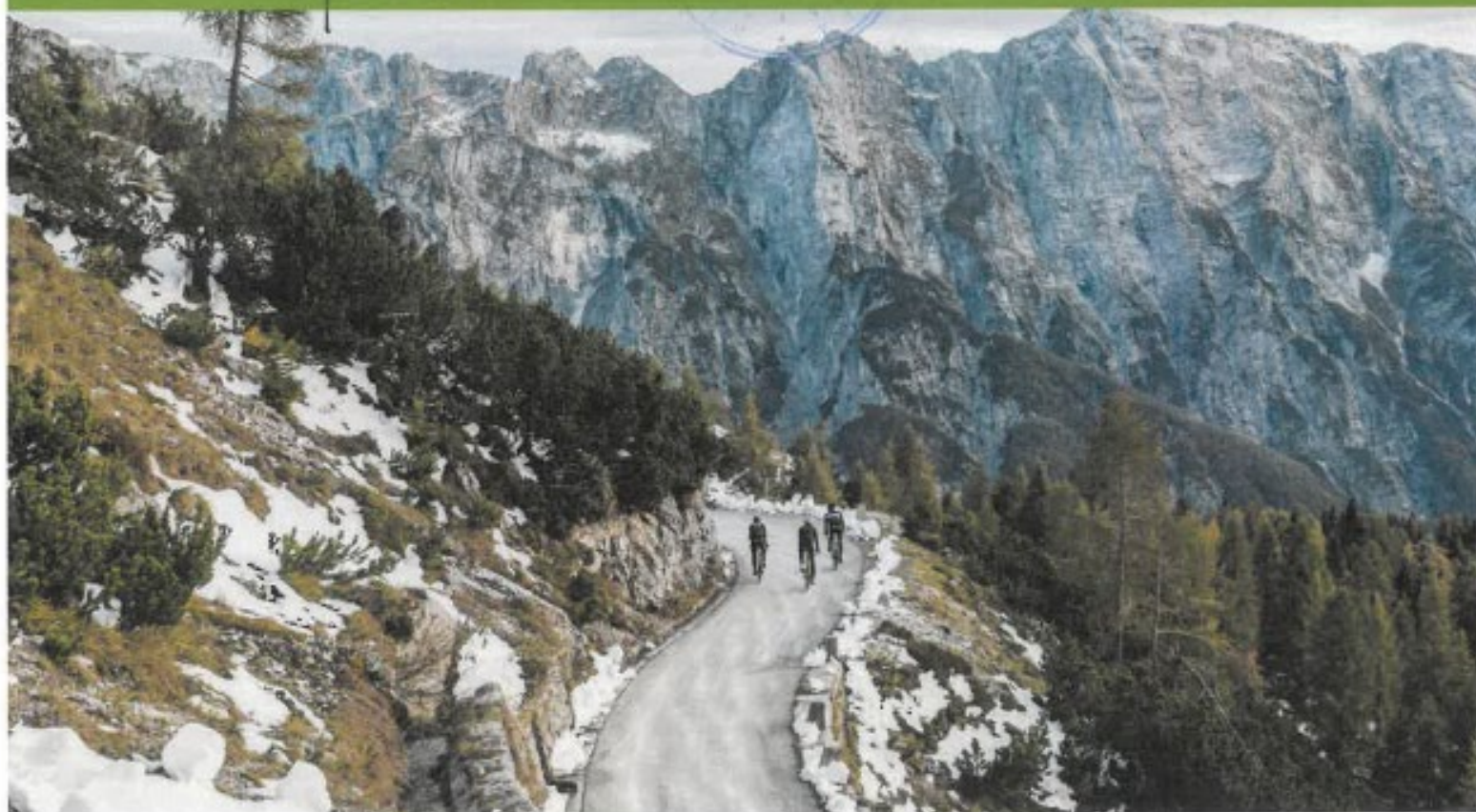
#ifeelsLOVEnia

LETNO POROČILO

Slovenske turistične
organizacije

Leto 2022

J. Mar





LETO 2022: LETO MOČNEGA OKREVANJA SLOVENSKEGA TURIZMA

Leto 2022 je v slovenskem turizmu zaznamovalo močno okrevanje. Zabeležili smo 5,8 milijonov turističnih prihodov in 15,6 milijonov turističnih prenočitev oziroma za več kot 46 % več prihodov in za več kot 38 % več prenočitev kot v letu 2021. Razveselila je ponovna rast števila tujih gostov, ki so ustvarili blizu dve tretjini oz. 10 milijonov prenočitev. Slovenski turizem se je tako močno približal številu prihodov in prenočitev pred pandemijo, vrednost izvoza potovanj pa je že preseгла vrednost iz leta 2019.

Slovenska turistična organizacija (STO) je razvojne in promocijske aktivnosti okrepila in nadgradila v skladu z vizijo nove turistične strategije »Zelena butičnost z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse«. S ciljem krepitve prepoznavnosti in ugleda Slovenije je v letu 2022 nadgradila promocijo trajnostnega, avtentičnega in butičnega turizma. Intenzivirali smo promocijske in trženjske aktivnosti na tujih trgih, predvsem evropskih, in nagovorili goste, ki iščejo edinstvena doživetja v neokrnjeni naravi in turistično ponudbo višje dodane vrednosti. Prebivalce Slovenije smo tudi v letu 2022 povabili k oddihu v svoji državi z osrednjo motivacijsko kampanjo Vzemi si čas. Moja Slovenija in nadaljevali s promocijsko kampanjo za dvig ugleda poklicev v gostinstvu in turizmu Ustvarjam doživetja.

S kampanjami smo izpostavili pet krovnih turističnih produktov: aktivnosti v naravi, zdravje in dobro počutje, zgodovinska mesta in kultura, gastronomija in industrija srečanj. Glede na velik potencial nadaljnjega razvoja in rasti smo posebno pozornost namenili promociji aktivnih doživetij na prostem in športnemu turizmu, pristopili smo k pripravi Akcijskega načrta razvoja in trženja produkta športne prireditve in priprave športnikov v Sloveniji. Prepoznavnost in ugled Slovenije smo krepili s sodelovanjem pri promociji in implementaciji znamke I feel Slovenia na 60-ih mednarodnih športnih dogodkih v Sloveniji, med njimi 10-ih dogodkih ranga svetovnega in evropskega prvenstva, kjer so velike mednarodne pozornosti bili deležni predvsem Svetovno prvenstvo v odbojki za moške in Evropsko prvenstvo v rokometu za ženske. Petič zaporedoma smo s partnerskim sodelovanjem zagotovili tudi prenos kolesarske dirke Po Sloveniji na Eurosport. Nadaljevali smo sodelovanje s športnimi ambasadorji slovenskega turizma, kot so Luka Dončić, Tadej Pogačar, Primož Roglič in prvič tudi Janjo Garnbret ter mladi in obetavnimi športniki. Športniki ambasadorji so zagotovo eni najuspešnejših in najbolj srčnih ambasadorjev Slovenije, ki navdušujejo milijone športnih navdušencev in aktivnih posameznikov z vsega sveta. Z Olimpijskim komitejem Slovenije (OKS) smo podpisali sporazum o strateškem partnerstvu pri komunikaciji Slovenije kot športne turistične destinacije s poudarkom na prihajajočih olimpijskih igrah v Parizu leta 2024.

Ob predstavitev na sejnih, borzah in workshopih je bila Slovenija aktivna v uglednih mednarodnih združenjih kot so ECTAA, ABTA, Connections, Virtuoso, Signature, USTOA, PATA, TCC center 17+1. Večletno partnerstvo z uglednimi mednarodnimi združenji je za uspešno globalno pozicioniranje ključnega pomena, saj utrjuje podobo Slovenije kot turistične destinacije, predvsem pa pripomore k izpostavitvi ali predstavitvi Slovenije v okviru prestižnih dogodkov združenj. Uspešno smo izvedli največji poslovni dogodek v slovenskem turizmu, Slovensko turistično borzo SIW on Boutique Tour 2022. Partnersko smo tudi v letu 2022 pristopili k izvedbi vrste strokovnih dogodkov: Convente, SPA CE, Dnevo slovenskega turizma

ter Blejskega strateškega foruma z izvedbo panela Turizem. Uspešno smo nadaljevali s projekti na področju poslovne digitalizacije s spletnim izobraževanjem za tuje organizatorje potovanj in turistične agencije, t.j. »Feel sLOVEni@ Online Training, My way of escaping to Slovenia«. Z izdajo prvih NFT-jev ob poslovnih borzah pa smo vstopili na področje veriženja blokov oz. t.i. "blockchain" tehnologije.

Sodelovali smo pri pripravi Strategije slovenskega turizma 2022-2028 in bili nosilec Strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022-2026. Pomen in korake na poti digitalizacije v slovenskem turizmu smo poudarili na predstavitvi strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma ter v okviru Dnevov slovenskega turizma prvič izvedli poseben dogodek IT-tour, namenjen spodbujanju in izmenjavi dobrih praks s področja digitalizacije v turizmu.

Okrepili in nadgradili smo promocijske kampanje, kjer sledimo najnovejšim trendom na področju digitalizacije oglaševanja in digitalne komunikacije. S kampanjami smo slovenskemu turističnemu gospodarstvu zagotovili podporo pri trženju in promociji, krepili prepoznavnost in ugled Slovenije kot butične, varne in zelene destinacije za edinstvena doživetja ter prispevali k strateškim ciljem sezonalizacije in razpršitve turističnih tokov. Posebne pozornosti strokovne javnosti je bila deležna globalna digitalna kampanja I FEEL SLOVENIA. MY WAY., ki je prejela prvo mesto za najbolj uspešno digitalno kampanjo z globalnim dosegom med kar 192 kandidati za ugledne nagrade SoMo Advertising v kategoriji SoMo Global za oglaševalsko akcijo Twitter Amplify Tour de France. Kampanja je bila tudi uvrščena na uradno spletno stran Twitterja kot primer dobre prakse.

Tudi v letu 2022 smo na mednarodnih festivalih prejeli vrsto odmevnih nagrad. Največkrat je bil nagrajen promocijski video »Slovenian Gastronomy. You can't spell Slovenia without love. Your plate awaits«. S sodelovanjem na festivalih turističnega filma je osvojil skupno 5. mesto na svetu v kategoriji turističnih produktov. Na festivalu Golden City Gate smo prejeli najvišje, diamantno priznanje, tri zlate in štiri srebrne nagrade za odličnost na področju izstopajočih in inovativnih promocijskih kampanj in komunikacijskih orodij. Ponosni smo tudi na prejem naprednega certifikata Družbeno odgovoren delodajalec, saj se zavedamo, da zaposleni STO ključno prispevajo k uspešnemu pozicioniranju Slovenije kot zelene, odgovorne in zaželene turistične destinacije.

Krepili smo razvoj večkrat nagrajene Zelene sheme slovenskega turizma (ZSST). Samo v letu 2022 je bilo na novo podeljenih 69 znakov Slovenia Green, skupno število znakov v shemi je tako kar 273. Posebej veseli podelitev treh novih platinastih znakov, ki so jih pridobile Ljubljana, Laško ter Čatež in Brežice. Narejeni so bili pomembni koraki za nadgradnjo in prenovo ZSST, med drugim priprava smernic za zelene dogodke. Pričeli smo z iniciativo za izločitev plastike za enkratno uporabo iz gostinstva. Globalno je odmevala tudi letna konferenca uglednega ameriškega združenja Transformational Travel Council, ki jo je Slovenija gostila kot prva evropska država in tako dodatno krepila pozicijo države, zavezane trajnostnemu razvoju.

V podporo doseganja strateške pozicije Slovenije kot zelene, butične destinacije za 5-zvezdična doživetja smo nadaljevali s spodbujanjem produktov visoke dodane vrednosti in inovativnosti v turizmu. V zbirko Edinstvenih doživetij Slovenije »Slovenia Unique Experiences« se je v letu 2022 uvrstilo 12 novih doživetij, 5 se jih je re-certificiralo. Nagrado Sejalec 2022 za inovativnost je v letu 2022 prejela Postonjska jama d.d. za doživetje Tajni prostori Hotela Jama.

Nadaljevali in krepili smo sodelovanje z mednarodnimi gastronomskimi vodniki - Michelin Guide in Gault & Millau Slovenija. Septembra je bil razglašen tretji izbor slovenskih restavracij, uvrščenih v Michelinov vodnik, v katerega je vključenih 58 restavracij, od tega ena restavracija z dvema zvezdicama, devet restavracij z eno zvezdico – med njimi tri nove. Ponosni smo tudi

na šest restavracij, ki so prejele zeleno zvezdico, Michelin priznanje za trajnost. Da se vrhunska gastronomska ponudba v Sloveniji razvija v skladu s trajnostno zavezo, dokazuje tudi 19 novih gostinskih ponudnikov, ki so v letu 2022 pridobile znakom Slovenia Green Cuisine. Nov rekord s skupno 110.000 obiskovalci je zabeležil Teden restavracij, ki ga STO promocijsko podpira že od leta 2019.

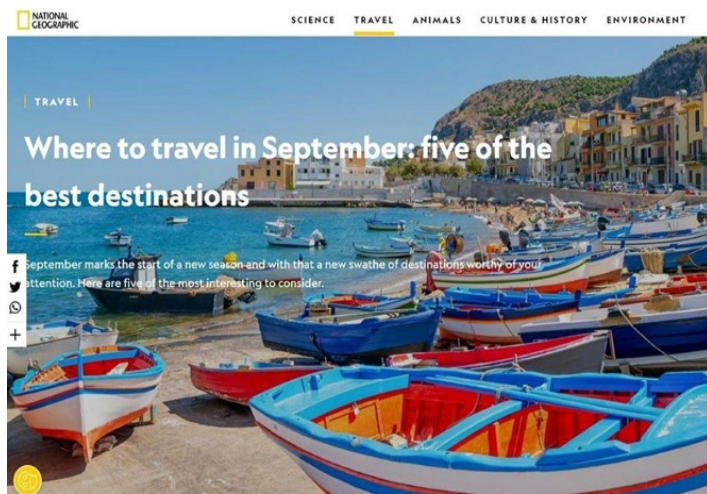
V letu 2022 smo pristopili tudi k pripravi prototipnega modela novega Nacionalnega informacijskega središča.

Pri vseh naših aktivnostih nas je tudi v letu 2022 vodilo tesno sodelovanje z vsemi deležniki v slovenskem turizmu, še posebej pa z resornim gospodarskim ministrstvom, turističnim gospodarstvom, produktnimi združenji in drugimi ključnimi partnerji slovenskega turizma. V skladu z aktualno turistično strategijo smo skupaj v ospredje postavili predvsem občuten dvig kakovosti, s tem pa dodane vrednosti turistične ponudbe in uresničitev ciljev Strategije slovenskega turizma 2022-2028.

National Geographic je Slovenijo uvrstil na seznam Best of the World 2023, to je na seznam 25 navdihujočih destinacij za obisk v letu 2023, v kategoriji »Narava«.

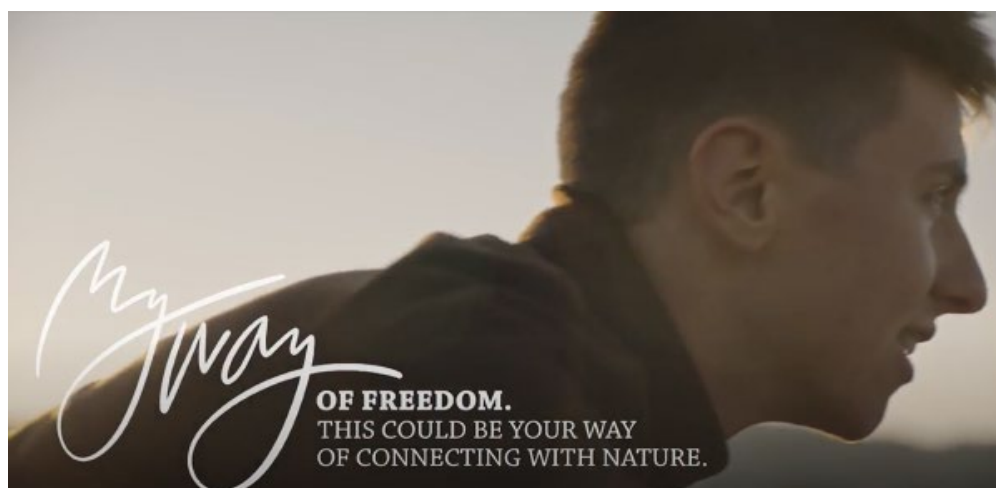
SEZNAM BEST OF THE WORLD JE VSAKOLETNO LJUBEZENSKO PISMO NATIONAL GEOGRAPHICA NAJBOLJ NEVERJETNIM KRAJEM SVETA, TISTIM BLIZU IN TISTIM DALEČ.

Nathan Lump,
odgovorni urednik National Geographic



Ameriška revija Forbes je Slovenijo tudi v letu 2022 uvrstila na seznam sanjskih destinacij, ki jih morate obiskati in doživeti vsaj enkrat v življenju. Na seznamu je tudi Velika Planina.

Globalna digitalna kampanja I FEEL SLOVENIA. MY WAY je bila s strani Twitterja prepoznana kot primer dobre prakse in prejela nagrado SoMo Advertising - zasedla je prvo mesto v kategoriji SoMo Global kot najbolj uspešna digitalna kampanja z globalnim dosegom.





Promocijski video STO
 »Slovenian Gastronomy. You can't spell Slovenia without love. Your plate awaits.« za slovensko gastronomijo je prejel več priznanj oz. nagrad.

Izbran je bil za najboljši promocijski film v kategoriji turističnih produktov na 13. mednarodnem festivalu turističnega filma Amorgos v Grčiji. Izbran je bil za najboljši promocijski film za produkt gastronomije na 14. mednarodnem festivalu Silafest v Srbiji.

STO je prejela osem priznanj prestižnega mednarodnega tekmovanja The Golden City Gate za vseh osem prijavljenih projektov. STO je prejela najvišjo nagrado, ki jo na festivalu podeljujejo, in sicer diamantno priznanje za digitalno zbirko Zgodbe iz Slovenije (Slovenian Stories), ki je plod sodelovanja globalne neprofitne pobude Google Arts & Culture in STO. STO je prejela še tri zlata in štiri srebrna priznanja.



STO je na enem najpomembnejših tekmovanj na področju promocijskih materialov na nemško govorečem trgu, T.A.I. WERBE GRAND PRIX 2022 prejela srebrno nagrado za publikacijo »Outdoor Slovenia – Bewegung in der Natur auf meine Art« (Slovenija na prostem) v kategoriji tiskanih publikacij destinacij.

STO je na največjem tekmovanju za digitalne projekte v Sloveniji WEBSI dosegla drugo mesto v kategoriji Turizem za inovativen pristop k virtualnemu komuniciranju s tujo poslovno javnostjo prek spletne platforme My way of escaping to Slovenia in z izobraževalnimi on-line treningi Feel sLOVEni@.



STO je prejemnica naprednega certifikata Družbeno odgovoren delodajalec.

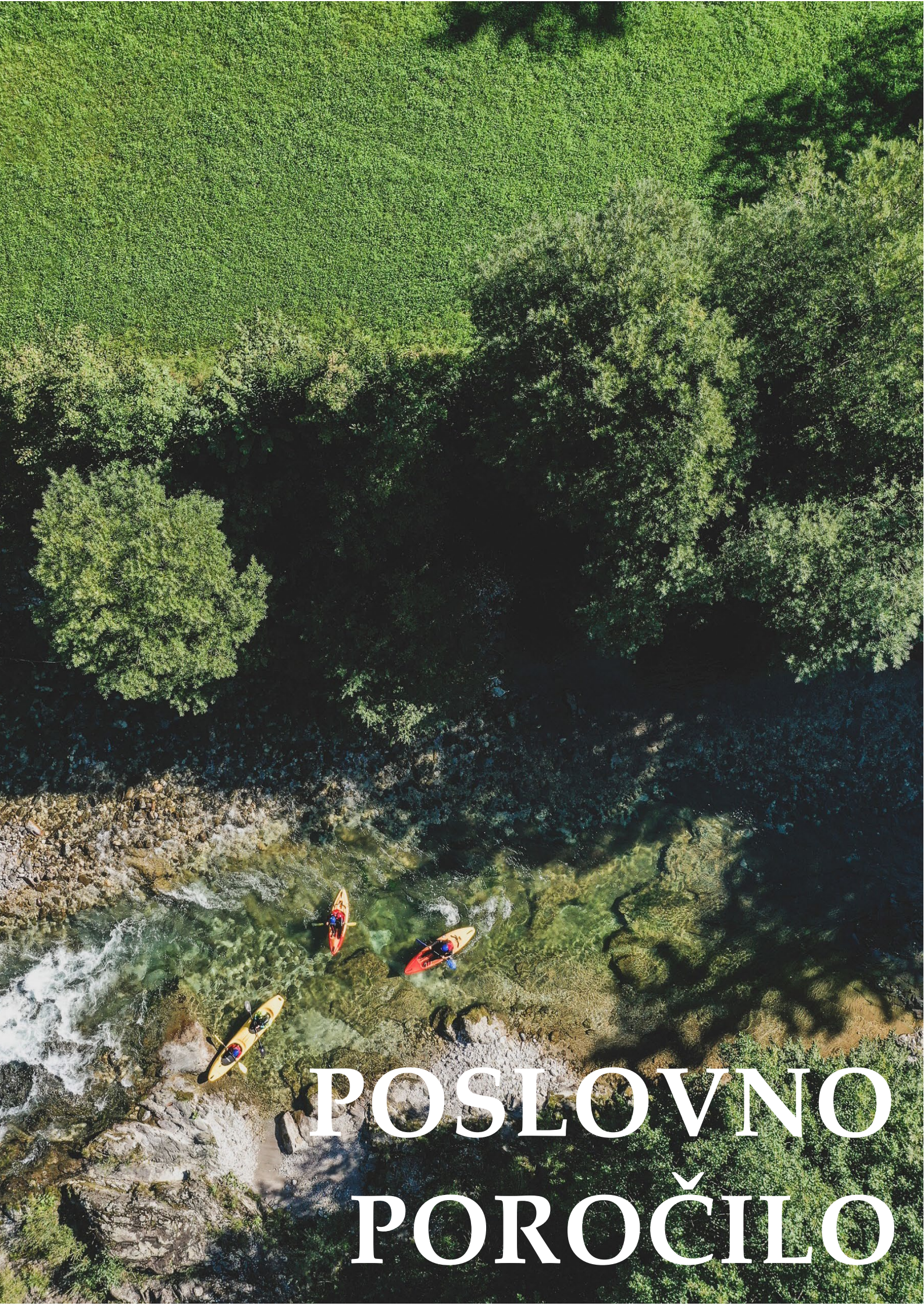
Nacionalna spletna stran Taste Slovenia je zmagovalka v kategoriji trajnosti med 10 najboljšimi spletnimi mesti za gurmanske popotnike v letu 2022, razglašeni s strani Mednarodne žirije IGCAT.

POSLOVNO POROČILO

1	O Slovenski turistični organizaciji	2
2	Slovenski turizem v letu 2022	7
3	Strategija in trženjske smernice STO	11
4	Programske aktivnosti in rezultati	13
5	Skupni službi	132
6	Kadri	135
7	Finančna realizacija-MGRT viri, lastni viri in vir promocijska taksa	137

RAČUNOVODSKO POROČILO

1	Predstavitev posrednega proračunskega uporabnika	147
2	Pregled pomembnejših računovodskih usmeritev	147
3	Pojasnila k bilanci stanja	148
4	Pojasnila k postavkam izkaza prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov	152
5	Pojasnila k postavkam izkaza prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po načelu denarnega toka	155
6	Pojasnila k postavkam izkaza prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po vrstah dejavnosti	156
7	Druge računovodske informacije	156
8	Računovodski izkazi	157



POSLOVNO POROČILO

Delovanje in cilji Slovenske turistične organizacije (v nadaljevanju STO oziroma agencija) izhajajo iz usmeritev nove Strategije slovenskega turizma 2022-2028 (SST 2022-2028) ter iz temeljnih usmeritev strateškega dokumenta Strategija razvoja Slovenske turistične organizacije za obdobje 2021 - 2025 (STO, 2020).

Cilji, ki jih zasleduje slovenski turizem, so večja uspešnost pri doseganju tržnega segmenta zahtevnejšega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi, realizacija strukturnih sprememb v nastanitveni dejavnosti, razbremenitev visokega obiska v določenih destinacijah v konicah sezone oziroma usmerjanje gostov na manj znane, zelene destinacije ter tako omilitev pritiskov na naravo in lokalno skupnost, hkrati pa povečanje pozitivnih učinkov turizma. Tako smo v letu 2022 promocijske aktivnosti usmerjali na segment zahtevnejšega obiskovalca ter na trge z nadpovprečno potrošnjo, potencialom za daljšo dobo bivanja ter izraziteje izraženo namero za potovanja izven glavne sezone. Osredotočali smo se na bližnje trge, aktivnosti pa smo izvajali tudi na domačem trgu. Posebno pozornost smo namenili izboljšanju konkurenčnosti produktov v turizmu, krepitvi produktov z višjo dodano vrednostjo, razvoju edinstvenih zvezdičnih doživetij ter izobraževanju in usposabljanju deležnikov v turizmu za uspešnejši trajnostni in digitalni prehod ter s tem odpornejši turizem.

Krepili smo svojo, z vizijo začrtano pozicijo globalne zelene butične destinacije, saj je nova turistična strategija z zavezo »Nekaj več in veliko bolje« močno usmerjena v dvig kakovosti in dodane vrednosti.

Leto poročilo o delu zajema celovit pregled dejavnosti STO v letu 2022. Sestavljeno je iz dveh delov; prvi del je poslovno poročilo in zajema splošni opis agencije, statistično analizo slovenskega turizma v letu 2022, vsebinski opis izvedenih programskih aktivnosti ter finančno realizacijo; drugi del dokumenta pa je namenjen računovodskemu poročilu.

Aktivnosti STO za leto 2022 so predstavljene v naslednjih poglavjih:

- promocija Slovenije kot turistične destinacije – tržno komuniciranje:
 - ✓ promocija in razvoj turističnih produktov,
 - ✓ aktivnosti po trgih in skupni projekti promocije,
 - ✓ aktivnosti po orodjih;
- zagotavljanje konkurenčnega podpornega okolja – trženjska infrastruktura:
 - ✓ raziskave, razvoj, inovativnost in evropski projekti,
 - ✓ podpora trženju;
- sofinanciranja promocijskih in razvojnih aktivnosti.

V računovodskem poročilu so predstavljena pojasnila k posameznim vrstam računovodskih izkazov.

STO meri uspešnost delovanja z uravnoteženim sistemom kazalnikov (»Balanced Scorecard«). Kazalniki in rezultati so predstavljeni po posameznih poglavjih glede na področje dela.

1. O SLOVENSKI TURISTIČNI ORGANIZACIJI

1. 1 UVOD

STO opravlja dejavnost nacionalne turistične organizacije za načrtovanje in izvajanje trženja celovite turistične ponudbe Slovenije na tujih trgih ter spodbujanje trajnostnega razvoja slovenskega turizma. Je stična in središčna točka v kompleksni mreži slovenskega turizma s koordinacijsko in povezovalno vlogo med javno, zasebno in civilno družbo. Partnerstvo je tako ključni pristop delovanja STO.

Agencija je bila ustanovljena leta 1995 kot Center za promocijo turizma Slovenije, v zdajšnji obliki kot javna agencija Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma pa obstaja od leta 2015. Pred tem je agencija med letoma 2013 in 2015 delovala v okviru agencije SPIRIT oziroma Javne agencije Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije.

STO intenzivno razvija trajnostni turizem, za kar je bila večkrat mednarodno nagrajena. Prizadevamo si za razvoj in trženje po načelih povezanosti, digitalizacije in inovativnosti.

Ime	Javna agencija Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma
Skrajšano ime	Slovenska turistična organizacija (STO)
Skrajšano ime v angleškem jeziku	Slovenian Tourist Board
Sedež	Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana
Telefon	01 589 85 50
E-pošta	info@slovenia.info
Spletna stran	www.slovenia.info
Odgovorna oseba	mag. Maja Pak, direktorica
Matična številka	6889859000

Davčna številka	93477902
IBAN	SI56 0110 0600 0049 687
Ustanoviteljica	Republika Slovenija
Leto ustanovitve	2015

1.2 POSLANSTVO

S svojim delovanjem si STO prizadeva pozicionirati Slovenijo kot turistično destinacijo z jasno in prepoznavno identiteto, natančno določenimi primerjalnimi in prodajnimi prednostmi ter tako slovenskemu turističnemu sektorju konkretno pomagati pri trženju turistične ponudbe.

V primerjavi z evropskimi državnimi turističnimi organizacijami je STO kljub majhnemu številu zaposlenih med najbolj prodornimi organizacijami, ob dejstvu, da v Sloveniji nimamo turističnih organizacij na regionalni ravni.

STO načrtuje in izvaja politike trženja celovite turistične ponudbe Slovenije, ki obsegajo naslednje aktivnosti:

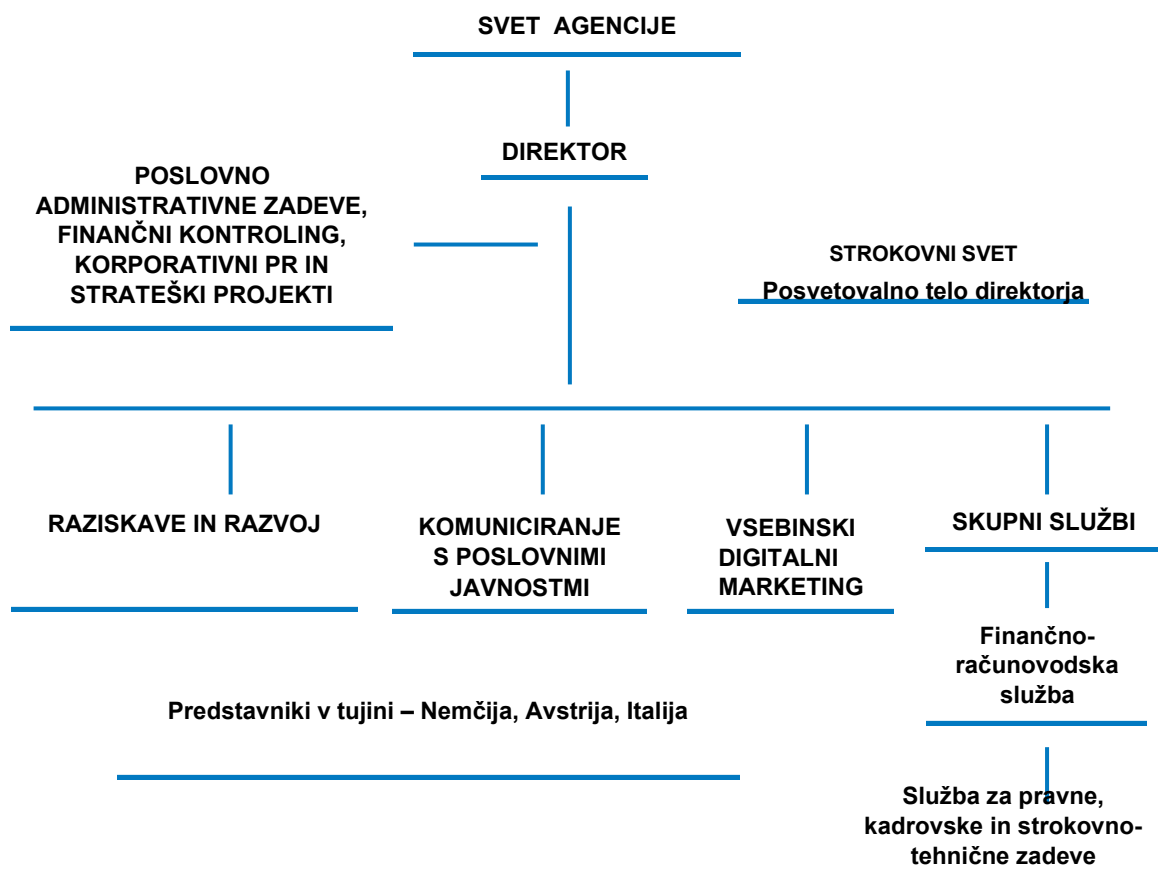
- načrtovanje, priprava in izvajanje politik ter programov trženja in promocije celovite turistične ponudbe Slovenije kot turističnega območja in države Slovenije z uporabo sodobnih orodij tržnega komuniciranja,
- upravljanje trženjske znamke Slovenije kot turistične destinacije,
- vzpostavitev in upravljanje integralnega turistično-informacijskega sistema Slovenije,
- vzpostavitev in upravljanje mreže turističnih predstavništev v tujini,
- sodelovanje pri načrtovanju in izvajanju aktivnosti s partnerji na ravni turističnega območja in turističnih produktov, pomembnih na državni ravni, ter z drugimi deležniki, ki delujejo na področju trženja turistične ponudbe Slovenije,
- spremljanje, analiziranje in posredovanje tržnih informacij kot podpore za načrtovanje in trženje v turizmu,
- pospeševanje razvoja trajnostnega turizma in turističnih produktov, pomembnih na državni ravni,
- sodelovanje v mednarodnih institucijah ter pri razvojnih in promocijskih projektih na področju turizma.

1.3 ORGANIZIRANOST AGENCIJE

Organa agencije sta direktor agencije in petčlanski svet agencije. Poslovanje agencije in njenih organov urejajo Zakon o spodbujanju razvoja turizma, Zakon o javnih agencijah ter Sklep o ustanovitvi Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma. Delo agencije

je več disciplinarno, organizacijska struktura pa omogoča usklajenost delovanja, učinkovitost ter transparentnost izvajanja del in nalog.

Shema 1: Organiziranost agencije v letu 2022



Svet agencije

Svet agencije je organ upravljanja in ima pet članov, ki jih imenuje vlada. Sestavljajo ga:

- Dubravka Kalin, predstavnica ustanovitelja, zaposlena na ministrstvu, pristojnem za turizem,
- Jure Struc, predstavnik ustanovitelja,
- Miha Kovačič, predstavnik ustanovitelja,
- Andrej Prebil, član sveta, predstavnik Turistično gostinske zbornice Slovenije pri Gospodarski zbornici Slovenije,
- Gregor Jamnik, član sveta, predstavnik turističnega gospodarstva.

Pristojnosti sveta agencije:

- odloča o uporabi presežkov prihodkov nad odhodki in o pokrivanju presežka odhodkov nad prihodki v soglasju z ustanoviteljico,

- ustanoviteljici predlaga spremembe in razširitev dejavnosti agencije,
- imenuje pooblaščenega revizorja za pregled letnega poročila agencije,
- daje soglasje za načrtovanje obveznosti v okviru potrjenega finančnega načrta v predvideni vrednosti nad 150.000 EUR (z DDV),
- odloča o drugih vprašanjih in opravlja druge zadeve, potrebne za izvedbo posameznih določil predpisov, za katere ni izrecno določena pristojnost drugega organa agencije.

Direktor agencije

Direktor je poslovodni organ agencije, ki izvaja naslednje naloge in aktivnosti:

- zastopa, predstavlja, organizira in vodi delo ter poslovanje agencije,
- izdaja pravne akte v posamičnih zadevah iz pristojnosti agencije, če ni drugače določeno z zakonom in sklepom,
- predlaga poslovno politiko in ukrepe za njeno izvajanje,
- opravlja naloge, ki ji jih določi svet agencije,
- pripravlja predloge večletnih in letnih programov ter finančnih načrtov agencije in splošnih aktov, podpisuje akte, listine in druge dokumente ter sklepa pogodbe, ki se nanašajo na poslovanje agencije,
- pripravlja predloge splošnih aktov, ki jih sprejema svet agencije, in druge strokovne podlage za delo sveta agencije ter zagotavlja izvajanje odločitev sveta agencije,
- imenuje komisije, druga strokovna telesa in strokovne skupine za izvedbo posameznih strokovnih nalog,
- pripravlja poročilo o delu in poslovanju agencije ter opravlja druge naloge v skladu s predpisi.

Strokovni svet kot posvetovalno telo direktorja obravnava vprašanja s področja strokovnega dela agencije in daje direktorju mnenja, pobude in predloge za reševanje teh vprašanj. Člane strokovnega sveta imenuje direktor izmed strokovnjakov akademskih krogov, turističnega gospodarstva, trženja in javnih uslužbencev agencije.

1.4 ZAKONSKE IN DRUGE PRAVNE PODLAGE

Na podlagi prvega odstavka 2. člena Zakona o spremembah in dopolnitvah Zakona o spodbujanju razvoja turizma (Uradni list RS, št. 17/15 - ZSRT-B) in prvega odstavka 6. člena Zakona o javnih agencijah (Uradni list RS, št. 52/02, 51/04 – EZ-A in 33/11 – ZEKom-C) je Vlada Republike Slovenije sprejela Sklep o ustanovitvi Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma (Uradni list RS, št. 46/15, 13/18 - ZSRT-1). Decembra 2020 je bila sprejeta Strategija razvoja STO za obdobje 2021–2025, ki je bila podlaga za pripravo Programa dela STO za leti 2022 in 2023.

Zakonske podlage za delovanje STO so:

- Zakon o javnih agencijah (Uradni list RS, št. 52/02, 51/04 – EZ-A in 33/11 – ZEKom-C),
- Zakon o spodbujanju razvoja turizma (Uradni list RS, št. 13/18),
- Sklep o ustanovitvi Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma (Uradni list RS, št. 46/15, 13/18 - ZSRT-1),
- Strategija slovenskega turizma 2022 - 2028 (maj 2022),
- Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022-2026 (marec 2022),
- Strategija razvoja Slovenske turistične organizacije za obdobje 2021–2025,
- Zakon o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2022 in 2023 (Uradni list RS, št. 187/21, 206/21 – ZDUPŠOP, 129/22, 140/22 – ZSDH-1A in 150/22 – ZIPRS2324),
- Program dela STO za leti 2022 in 2023, ki ga je sprejel Svet agencije na svoji 6. redni seji dne 29.3.2022, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 6.4.2022, spremembe in dopolnitve Programa dela za leti 2022 in 2023, ki jih je sprejel Svet agencije na svoji 8. dopisni seji dne 26.4.2022, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 6.5.2022, ter Spremembe in dopolnitve Programa dela STO za leti 2022 in 2023, ki jih je sprejel Svet agencije na svoji 8. redni seji dne 14.7.2022, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 15.7.2022, Spremembe in dopolnitve Programa dela STO za leti 2022 in 2023, ki jih je sprejel Svet agencije na svoji 10. dopisni seji dne 10.8.2022, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 16.8.2022 ter Spremembe in dopolnitve Programa dela STO za leti 2022 in 2023, ki jih je sprejel Svet agencije na svoji 9. redni seji dne 21.12.2022, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 5.1.2023,
- Pogodba št. C2130-22-080004 o začasnem financiranju izvajanja programa dela Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma za obdobje januar - marec 2022, z dne 27.12.2021,
- Pogodba št. C2130-22-080002 o financiranju izvajanja programa dela Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma za leto 2022, z dne 14.04.2022, Dodatek št: 1 k Pogodbi št. C2130-22-080002 o financiranju izvajanja programa dela Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma za leto 2022, z dne 29.07.2022, Dodatek št: 2 k Pogodbi št. C2130-22-080002 o financiranju izvajanja programa dela Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma za leto 2022, z dne 18.08.2022,
- Pogodba št. C2130-22-080003 o začasnem financiranju delovanja Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma za obdobje januar – marec 2022, z dne 27.12.2021,
- Pogodba št. C2130-22-080001 o financiranju delovanja Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma za leto 2022, z dne 13.04.2022, Dodatek št. 1 k Pogodbi št. C2130-22-080001 o financiranju delovanja Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma za leto 2022, z dne 23.05.2022.

2. SLOVENSKI TURIZEM V LETU 2022

V letu 2022 smo v Sloveniji zabeležili 5,86 milijonov turističnih prihodov in 15,58 milijonov turističnih prenočitev oziroma za 46,6 % več prihodov in za 38,5 % več prenočitev kot v enakem obdobju leta 2021. Od tega so tuji gostje ustvarili 3,93 milijonov turističnih prihodov (67 % vseh) in 10,07 milijonov prenočitev (65 % vseh), to je za 114,8 % več turističnih prihodov in za 110,1% več turističnih prenočitev kot v letu 2021. Domači gostje so v tem obdobju ustvarili 1,93 milijona turističnih prihodov (33 % vseh) in 5,50 milijonov turističnih prenočitev (35 % vseh), kar predstavlja za 11,0 % manj turističnih prihodov in za 14,7 % manj turističnih prenočitev kot v letu 2021.

V letu 2022 smo zabeležili 2,91 milijard evrov iz naslova izvoza potovanj. Leto 2022 tako za slovenski turizem z vidika izvoza potovanj predstavlja leto vrnitve celo nekoliko nad številke, kot smo jih poznali pred pandemijo Covid-19 (leta 2019 smo zabeležili 2,75 milijard evrov iz naslova izvoza potovanj). Z vidika prihodov in prenočitev pa smo se leta 2022 močno približali podatkom leta 2019, saj smo zabeležili za 5,8 % manj turističnih prihodov in le za 1,2 % manj turističnih prenočitev kot leta 2019. Glede na leto 2019 so tuji turisti v letu 2022 ustvarili 16,3 % manj prenočitev, domači turisti pa za 26,5 % več prenočitev.

Vrednost izvoza potovanj se je v letu 2022 v primerjavi s predhodnim letom zvišala za 73 % in znašala 2,91 mrd EUR.

Shema 2: Pregled turističnega leta 2022

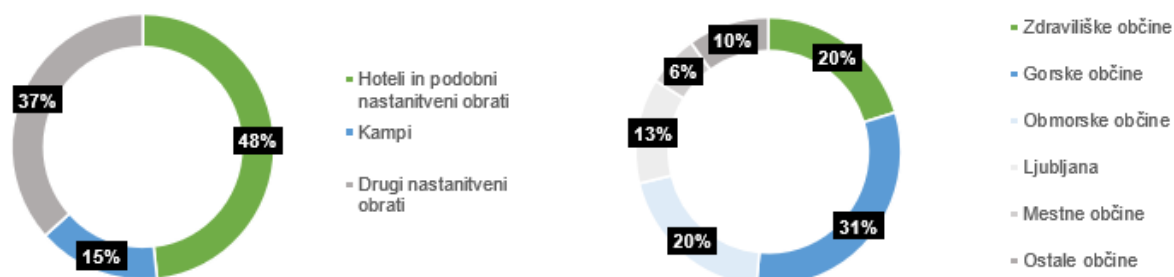


Od tujih turistov so v letu 2022 v Sloveniji največ prenočitev ustvarili turisti iz Nemčije (17,8 % prenočitev vseh tujih turistov), sledili so jim turisti iz Italije (9,1 %), Avstrije (8,8 %), Nizozemske (6,2 %) in Češke (5,7 %). Pred pandemijo je bila razporeditev po trgih podobna; zamenjal se je vrstni red in delež trgov (v istem obdobju leta 2019: Nemčija, Italija, Avstrija, Nizozemska, Hrvaška).

Razmerje med prenočitvami domačih in tujih turistov v lanskem letu tako znaša 35:65 % v korist tujih gostov (v enakem obdobju leta 2019 je bilo to razmerje 28:72 % v korist tujih gostov). Največ turističnih prenočitev je bilo lani ustvarjenih v nastanitvenih obratih v gorskih občinah (31,2 % vseh prenočitev), sledile so zdraviliške občine (20,3 %) in obmorske občine (19,8 %). V gorskih, obmorskih in ostalih turističnih občinah je bilo zabeleženih več turističnih prenočitev kot v enakem obdobju leta 2019: v gorskih za 4,8 % več, v obmorskih za 2,2 % več in v skupini drugih občin za 9,6 % več. V primerjavi z letom 2021 so v vseh vrstah občin zabeležili večje število prenočitev.

Domači in tuji turisti so v letu 2022 ustvarili največ prenočitev v hotelih (48 % vseh prenočitev in 43,7 % več kot v letu 2021), sledili so drugi nastanitveni obrati in nato kampi.

Graf 1: Delež prenočitev po vrstah nastanitvenih obratov in vrstah turističnih občin 2022



2.1. STRATEŠKI CILJI SLOVENSKEGA TURIZMA V LETU 2022

Cilji, tako slovenskega turizma kot STO, izhajajo iz aktualnih turističnih strategij. Program dela STO za leto 2022 je nastajal v obdobju, ko se je iztekla Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma (STRST) 2017-2021 in se za obdobje 2022-2028 pripravljala nova turistična strategija. Zato smo kot podlago za opredelitev ključnih ciljev upoštevali ugotovitve dokumenta »Evalvacija izvajanja in doseganja ciljev STRST 2017-2021 in smernice za načrtovanje razvoja turizma v Sloveniji v strateškem obdobju 2022-2028«. Omenjene smernice povzema tudi nacionalni Načrt okrevanja in odpornosti (NOO), ki ga je vlada sprejela na seji dne 28.4.2021 in v katerem so zajeti tudi ukrepi za področje turizma.

Strateški cilji slovenskega turizma za obdobje 2022-2028, ki izhajajo iz evalvacije STRST 2017-2021 in ugotovljenih izzivov, se nanašajo predvsem na ohranitev zelene, trajnostne in butične vizije slovenskega turizma za visoko kakovostna doživetja in hkrati prilagoditev prioritet razvoja v pospešitev vlaganj s ciljem dviga dodane vrednosti v turizmu in kulturi.

Ključni cilji:

- trajnostni razvoj slovenskega turizma - pozicioniranje na mestu vodilne države na področju okoljske trajnosti;
- dvig prilivov iz naslova izvoza potovanj za vsaj 20 % glede na leto 2019, tj. na 3,3 mrd EUR/leto v dveh letih po izvedbi celotnih vlaganj iz Sklada za okrevanje in odpornost (RRF);
- dvig čistih prihodkov iz poslovanja na realiziramo prenočitev v celotni nastanitveni gostinski dejavnosti v Sloveniji za vsaj 15 % glede na leto 2019 v dveh letih po izvedbi celotnih vlaganj iz RRF;
- zmanjšanje sezonskosti in geografske koncentracije turizma in krepitev celoletne turistične ponudbe v vseh turističnih makro destinacijah (regijah) Slovenije;
- povečanje dodane vrednosti na zaposlenega v celotni nastanitveni turistični dejavnosti Slovenije s sedanjih 38.000 EUR (2019) na vsaj 45.000 EUR v dveh letih po izvedbi celotnih vlaganj iz RRF;
- ohranitev kulturne dediščine, celostna revitalizacija in modernizacija javne kulturne infrastrukture ter krepitev potencialov kulture in dediščine za pospešitev gospodarskega in turističnega okrevanja in trajnostnega razvoja.

TRŽENJSKI CILJI STO ZA LETO 2022

1. **Povečanje prepoznavnosti in ugleda Slovenije** kot turistične destinacije pod znamko I feel Slovenia.
2. **Trajnostna rast** s spremljavo novih, uravnoteženih kazalnikov uspeha turizma skozi vse leto (365 dni slovenskega turizma).
3. **Geografska razpršitev tokov** po vsej Sloveniji (tudi s podporo udejanjanja koncepta štirih makro destinacij).
4. **Povečanje porabe** (podaljšanje povprečne dobe bivanja in porabe ter krepitev produktov z višjo dodano vrednostjo).
5. **Osredotočanje na zahtevnega obiskovalca**, ki išče kakovostna, raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi s poudarkom na vsebinah dvoletne komunikacijske tematike.

Preglednica 1: Cilji rasti slovenskega turizma¹

Strateški cilji		Kazalniki	Način izračuna	Izhodiščno leto (2021)	Ocena 2022 - učinek pandemije	Doseženi letni rezultat 2022
1	Povečanje turističnega prometa	Izvoz potovanj	Metodologija SURS (izvoz potovanj: število potnikov (izletniki, ocena), tranzitniki (ocena), prenočitve (TU/M))*potrošnja (TU) tekočega leta/izvoz potovanj: število potnikov (izletniki (ocena), tranzitniki (ocena), prenočitve (TU/M))*potrošnja (TU) preteklega leta)* 100	1,68 mrd ² EUR	+15 % na predhodno leto	2,91 mrd EUR
2	Povečanje števila prenočitev	Število prenočitev	Metodologija SURS (primerjava: preteklo leto/tekoče leto)* 100	11,25 mio	+15 % na predhodno leto	15,58 mio
3	Povečanje števila prihodov	Število prihodov	Metodologija SURS (primerjava: preteklo leto/tekoče leto)* 100	4,0 mio ³	+20 % na predhodno leto	5,86 mio
4	Uresničevanje trajnostne vizije	Število podeljenih trajnostnih certifikatov	Metodologija PODELJEVALCI CERTIFIKATOV (primerjava: preteklo leto/tekoče leto)* 100	62	+10 % na predhodno leto	69
5	Vizija digitalnega prehoda	Priprava Strategije digitalne preobrazbe slovenskega	Metodologija: v skladu z izbranim izvajalcem – končni dokument	1	1	1

¹ Cilji rasti slovenskega turizma so skladni s Strategijo slovenskega turizma 2022–2028.

² Vir: Banka Slovenije; letni podatki, 2022.

³ Vir: SURS, letni podatki 2022.

		turizma 2022-2026			
--	--	----------------------	--	--	--

3. STRATEGIJA IN TRŽENJSKE SMERNICE STO

STO je že v preteklih letih oblikovala formulo razvoja trajnostnega turizma, ki tudi v teh zahtevnih časih ponuja odgovor na globalne turistične izzive ter trajnostni konkurenčni razvoj slovenskega turizma, obenem pa poseblja bistvo delovanja STO. Nadgrajevali smo trajnostni razvoj s pomočjo Zelene sheme slovenskega turizma, uporabo znamke »Green & Safe« ter s spodbujanjem oblikovanja edinstvenih doživetij.

Slika 1: Formula trajnostnega marketinga



VIZIJA

Evalvacija STRST 2017-2021 je potrdila smiselnost ohranjanja in krepitev obstoječe turistične vizije; Slovenija je globalna zelena butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi. SST 2022-2028 prinaša novo vizijo slovenskega turizma: »Zelena butičnost z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse«. Vizijo nove turistične strategije uresničujemo skozi zgodbo Slovenije kot zelene destinacije in skozi razvoj in trženjske aktivnosti za posamezne turistične produkte in destinacije.

CILJI & FOKUSNA PODROČJA

Osredotočamo se na uresničevanje ciljev in ukrepov, opredeljenih v SST 2022-2028 ter Strategiji digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022-2026, s katero želimo postaviti mejnike in narediti ključne premike na področju digitalizacije turističnih destinacij in ponudnikov v Sloveniji. Osredotočali smo se na izboljšanje konkurenčnosti produktov v turizmu ter izobraževanje in usposabljanje deležnikov v turizmu. Pomembno fokusno področje je tudi vzpostavitev kompetentnih in učinkovitih upravljaljskih struktur v turizmu, ki so ključnega pomena za usmerjen in nadzorovan razvoj turizma. Krovna komunikacijska tematika za obdobje 2022-2023 so Aktivna doživetja na prostem (»Outdoor«) in Športni turizem.

PARTNERSTVA

Delujemo v tesnem partnerstvu z našimi ključnimi deležniki: produktnimi združenji, destinacijskimi organizacijami, receptivnimi turističnimi agencijami, turističnimi vodniki, Kolektivnimi blagovnimi znamkami kot tudi s celotnim slovenskim turističnim gospodarstvom in tujimi partnerji na področju promocije, pospeševanja prodaje in razvoja. Temelj dela predstavljajo partnerski dogovori med STO in VD ter partnerski dogovori s produktnimi združenji, ki povzemajo vse aktivnosti in medsebojne obveznosti.

PROMOCIJA

Promocijske aktivnosti smo prvenstveno usmerjali na bližnje evropske trge, na katerih nagovarjamo segment zahtevnega obiskovalca, obenem pa smo nadaljevali z nadaljnjim razvojem ter promocijo domačega trga. Promocijo smo izvajali s ciljem dviga prepoznavnosti, ugleda in verjetnosti izbire Slovenije kot turistične destinacije, ki na tujih trgih poteka pod okriljem komunikacijske rešitve I feel Slovenia – MY WAY. Aktivnosti so bile glede na sezono in glede na zaznani motiv uporabnikov po posameznem ciljnem trgu usmerjene na promocijo glavnih produktov slovenskega turizma in posameznih vodilnih destinacij. Domačega gosta smo nagovarjali s kampanjo Moja Slovenija. Vsebina in ton komunikacije sta bila prilagojena spremenjenim vrednotam turistov, ki na prvo mesto postavljajo varnost, zdravje in zaupanje, s poudarkom na odgovornih potovalnih standardih slovenskega turizma Green&Safe.

STO ima kot nacionalna turistična organizacija, ki načrtuje in izvaja trženje celovite turistične ponudbe Slovenije in skrbi za razvoj turizma, tudi odgovornost za prilagajanje spremenjenim razmeram na globalnem in ciljnih trgih s hitrim odzivanjem na spremembe ter proaktivnim načrtovanjem aktivnosti.

Usmerili smo se v še intenzivnejšo digitalizacijo, v intenzivnejše razvojne aktivnosti v smeri pospeševanja trajnostnega inovativnega turizma in v poglobljeno spremljanje sprememb v vedenju turistov. Kljub temu, da smo nadaljevali z digitalizacijo poslovnih dogodkov, smo v letu 2022 večino aktivnosti pričeli ponovno izvajati v živo. Domači gost je veliko vlogo igral tudi v letu 2022. Z namenom spodbujanja prebivalcev Slovenije da dopustujejo doma, smo nadaljevali s kampanjo Moja Slovenija. Deležnikom v turizmu smo v letu 2022 zagotovili podporo v obliki javnih pozivov oziroma razpisov za sofinanciranje; izvedeni so bili javni poziv za receptivne organizatorje potovanj in turistične agente na tujih trgih, javni razpis za vodilne turistične destinacije in javni poziv za poslovne subjekte, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja v Sloveniji.

Tudi v letu 2022 je Slovenija kot turistična destinacija prejela številna priznanja tujih medijev ter uvrstitve države in destinacij na lestvice najbolj inovativnih, atraktivnih, varnih in zelenih na svetu, kar prispeva k večjemu ugledu, prepoznavnosti in pozicioniranju Slovenije na svetovnem turističnem zemljevidu. Prav tako je prejela številne nagrade na mednarodnih festivalih, ki so glas o primerih dobrih praks ponesli tudi v različne strokovne javnosti.

4. PROGRAMSKE AKTIVNOSTI IN REZULTATI

V letu 2022 so aktivnosti STO že sledile smernicam novo nastalih SST 2022-2028 in Stratgeije digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022-2026. Izvajali smo ključne aktivnosti za učinkovitejši razvoj in trženje slovenskega turizma, s poudarkom na intenzivnejših razvojnih aktivnostih na podlagi usmeritev nove turistične strategije, trajnostnega razvoja ter zelenega in digitalnega prehoda slovenskega turizma.

V letu 2022 smo kot člani delovne skupine intenzivno sodelovali zlasti pri nastajanju nove turistične strategije za obdobje 2022-2028 ter bili nosilec priprave Strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022-2026. V luči nove turistične strategije in negotove ekonomske situacije, ki jo po minuli zdravstveni krizi zdaj zaznamujejo vojna med Rusijo in Ukrajino, močno povišane cene energentov ter visoka inflacija, smo pripravili ter uskladili čistopis dokumenta Program dela STO 2022-2023. Ravno tako smo pripravili zasnovo koncepta Novi kazalniki uspešnosti slovenskega turizma ter konceptualno zasnovo delavnice Novi evropski kazalniki uspešnosti turizma v okviru načrtovanega srečanja ETC GM, ki je potekala meseca maja v Ljubljani. O globalnih trendih na področju turizma ter o potrebnih prilagoditvah destinacij in gospodarstva novim ekonomskim razmeram v svetu smo razpravljali na panelu Turizem v okviru Blejskega strateškega foruma ter na Dnevih slovenskega turizma novembra v Laškem.

Nadaljevali in okrepili smo redno zbiranje, analizo ter posredovanje podatkov o turističnem prometu s stalnim spremljanjem stanja na trgih preko različnih kanalov, s pregledom potovalnih namer na bližnjih trgih, pregledom različnih raziskav, spremljanjem izjav in raziskav domačih in mednarodnih institucij (EK, UNWTO, ETC, IATA, WTTC, UMAR, OE, MEDIANA, Valicon...) ter stalnim informiranjem slovenskega turističnega gospodarstva. Na podlagi tega smo izdelali različne scenarije okrevanja turističnega prometa v prihodnjih letih. Tako kot leta poprej smo pripravili in objavili publikacijo Turizem v številkah. Tekom leta smo izvajali analize različnih podatkov in pripravljali infografike za privlačnejši prikaz podatkov ter spremljali zadovoljstvo slovenskega turističnega gospodarstva z delom STO in ključnimi dogodki v organizaciji STO. Aktivno smo sodelovali s Statističnim uradom Slovenije ter z Evropsko potovalno komisijo.

V letu 2022 smo pričeli s pripravo aktivnosti za vzpostavitev Nacionalnega informacijskega središča, v katerem se bodo zbirali in skladiščili globalni in lokalni primarni in sekundarni podatki, relevantni za trajnostni turizem, s ciljem, najprej osnovnih, kasneje pa tudi naprednih analiz za podatkovno podprto odločanje. Cilj oblikovanja središča je pospeševanje zelenega in digitalnega prehoda turizma. V ta namen smo meseca marca pripravili Dokument identifikacije investicijskega projekta (DIIP), po sklenitvi Pogodbe o dodelitvi sredstev STO z MGRT pa smo pripravili in objavili javno naročilo za izbiro izvajalca za Razvoj prototipa z analizo podatkovnih virov, pripravo funkcionalne specifikacije, izvedbenega designa in arhitekturne sheme za bodoče Nacionalno informacijsko središče za merjenje učinkov turizma in usmerjanje turističnih tokov. Po reviziji na odločitev o izbiri izvajalca je bil postopek javnega naročila razveljavljen in pripravljena nova razpisna dokumentacija.

Nadalje smo krepili razvoj Zelene sheme slovenskega turizma. Povečalo se je število nosilcev znaka Slovenia Green; v shemo je vstopilo 64 novih ponudnikov, na poziv se je prijavilo 8 novih destinacij. Skupno je v shemi 219 ponudnikov in 59 destinacij. V letu 2022 smo dobili tri nove platinaste destinacije; Bohinju so se pridružili še Laško, Ljubljana ter Čatež in Brežice. Poleg štirih novih destinacij se je shemi pridružilo še 40 novih ponudnikov nastanitvev, 18 restavracij, 5 znamenitosti, 1 agencija in 1 plaža. Prvič smo podelili priznanje za najboljšega zelenega koordinatorja, ki ga je prejela Sabina Seme iz Laškega. Nasploh smo okrepili izobraževanje zelenih koordinatorjev, zanje smo zasnovali preizkus znanja in izvedli 10 srečanj, namenjenih usposabljanju, t.i. zelenih uric. Zelena shema smo kot primer dobre prakse predstavili na dveh

velikih mednarodnih konferencah v tujini na temo trajnosti, Global Green Destinations Days septembra v Atenah in na srečanju Global Sustainable Tourism Council decembra v Seville. 23. septembra je bilo izvedeno prvo delovno srečanje na temo prenove Zelene sheme, na katerega so bili vabljeni izbrani nosilci znaka Slovenia Green. Prenova sheme se bo intenzivno nadaljevala v letu 2023. Maja smo izvedli Zeleni dan slovenskega turizma, katerega krovna tema je bila zmanjševanje plastike za enkratno uporabo in odpadkov. Izdelane so bile smernice za zelene dogodke ter smernice za Zeleno in zdravo pisarno, prijazno Sloveniji. Zavezo za Manj plastike, več trajnosti je podpisalo več kot 100 podpisnikov.

V letu 2022 smo nadaljevali in intenzivno izvajali aktivnosti na področju gastronomije ter krepili sodelovanje z mednarodnimi gastronomskimi vodniki. Izdan je bil tiskan Michelinov vodnik ter izvedena razglasitev Michelinovega izbora slovenskih restavracij v septembru. Selekcijo najboljših restavracij in chefov, uvrščenih v vodnik, smo podprli z dodatnimi promocijskimi aktivnostmi (video, članki, dogodki v tujini). V tem sklopu smo izvedli tudi »večerjo 4 rok« v Zurichu. Sodelovali smo tudi z gastronomskim vodnikom Gault&Millau, pri izvedbi in promociji Tedna restavracij ter izvedbi dogodka European Food Summit.

Za potrebe razvoja produkta Športne prireditve in priprave športnikov je bil pripravljen Akcijski načrt razvoja in trženja Športne prireditve in priprave športnikov v Sloveniji 2022-2025. V procesu priprave smo izvedli številne delavnice s predstavniki slovenskega turističnega gospodarstva (specializirane nastanitve, agencije, ...), vodilnimi destinacijami slovenskega turizma ter predstavniki športnih zvez in upravljavci športne infrastrukture. Dokument je nastal s pridržkom možnih doplnitev/popravkov glede na usmeritve bodočega novega ministrstva za gospodarstvo, turizem in šport.

Na področju inovativnosti smo tako kot do sedaj izvedli poziv za Edinstvena doživetja Slovenije. Izbranih je bilo 12 novih doživetij in 5 recertificiranih. Skupno je v zbirki Edinstvenih doživetij Slovenije 26 doživetij. V okviru Akademije za trženje v turizmu (ATT) smo v septembru in oktobru za direktorje vodilnih destinacij in produktnih združenj izvedli Management Akademijo in Uporabna znanja.

Deležnikom v turizmu smo zagotovili podporo v obliki javnih pozivov oziroma javnih razpisov za sofinanciranje pretežno trženjskih aktivnosti. Izvedli smo Javni razpis za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2022, na katerega se je prijavilo vseh 35 vodilnih destinacij, s katerimi so bile podpisane pogodbe v skupni višini 1,2 milijona evrov, realizacija je bila 96 odstotna. Na novo smo zasnovali in objavili Javni poziv za spodbujanje trženjskih aktivnosti receptivnih organizatorjev potovanj in turističnih agentov na tujih trgih, namenjen spodbujanju ponovnega zagona in okrepitevi internacionalizacije slovenske turistične ponudbe. Na podlagi izvedenega poziva v vrednosti 300.000 evrov je bilo izvedenih 55 dogodkov v tujini (virtualnih in v živo) in 33 študijskih potovanj turističnih agentov in organizatorjev potovanj iz Evrope in prekomorskih trgov (pretežno ZDA in Azija) v Sloveniji. Objavili smo Javni poziv poslovnim subjektom, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja v Sloveniji. Skupaj smo prejeli in pregledali 152 vlog prijaviteljev, sredstva je prejelo 79 prijaviteljev, ob tem je bilo aktivnih 114 vodnikov oziroma agencij z več vodniki, ki so praviloma vsakih trideset dni oddajali poročila. Razpoložljiva sredstva so vodniki porabili v vrednosti 281.428,80 evrov. Na poziv ETC smo skupaj s hrvaško nacionalno turistično organizacijo HTZ uspešno prijavili projekt promocijskih aktivnosti na trgu ZDA, katerega aktivnosti se bodo izvajale v letu 2023.

Pri promocijskih aktivnostih smo se osredotočali na ključne trge in na krepitev digitalizacije. STO je v letu 2022 na družbenih omrežjih in osrednjem turističnem portalu slovenia.info aktivno, inovativno in uspešno predstavljala Slovenijo kot trajnostno turistično destinacijo za 5-zvezdična doživetja. V letu 2022 smo za potrebe komunikacije preko različnih orodij tržnega

komuniciranja pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 vsebin na turističnih straneh v šestih jezikovnih različicah portala slovenia.info. Omenjene vsebine smo komunikacijsko podprli s pošiljanjem mesečnega novičnika »Stories from Slovenia« v angleški, nemški, italijanski in slovenski različici, na katerega se je do konca leta 2022 prijavilo že več kot 100.000 prejemnikov. Posodobili smo pristajalne strani za globalne digitalne kampanje, pripravili pristajalne strani v podporo vsem večjih poslovnim projektom in dogodkom STO, nadgradili oblikovni izgled številnih funkcionalnosti za boljšo uporabniško izkušnjo ter optimizirali vsebine za iskalnike. Komunikacijo smo prilagajali glede na aktualne razmere na trgu. V ta namen smo redno posodabljali pristajalno stran - več kot 100 krat, ki je ponujala aktualne informacije na uporabniku prijazen in jasen način v šestih jezikovnih različicah. Nadaljevali smo z obveščanjem uporabnikov o večjih spremembah, vezanih na omejitve v povezavi s Covid-19. Tako smo na bazo okoli 6.500 prijavljenih uporabnikov v letu 2022 poslali štiri mailinge v angleškem, nemškem in italijanskem jeziku. Navedena stran z aktualnimi informacijami je bila v letu 2022 ena najbolj obiskanih strani na slovenia.info; obiskalo jo je več kot 230.000 obiskovalcev. Poleg te strani so bile v letu 2022 najbolj obiskane še pristajalne strani digitalne kampanje, domača stran portala, stran o novih nastanitvah v letu 2022 in stran z informacijami o prihodu v Slovenijo z avtomobilom.

S ciljem pridobitve pozornosti sledilcev smo ažurno komunicirali vse ključne produkte slovenskega turizma, enakomerno in razpršeno komunicirali vse vodilne destinacije ter izpostavljali Slovenijo skozi objave športnih ambasadorjev, ki so razpršeno komunicirali slovensko turistično ponudbo. V letu 2022 je bilo pripravljenih več kot 6.600 objav, intenzivno smo pričeli z aktivacijo in rednim komuniciranjem na TikToku, medtem ko Instagram še vedno predstavlja omrežje, kjer se je zgodilo največ interakcij (kar 75 % vseh) s strani sledilcev/uporabnikov družbenih omrežij STO. Skupno število sledilcev na kanalih družbenih omrežij ob koncu leta 2022 je več kot 960.000. Na družbenih omrežjih so bile v letu 2022 opuščene aktivnosti na kitajskih kanalih Weibo in WeChat, prav tako tudi na ruskem družbenem omrežju Vkontakte. Z različnimi digitalnimi aktivnostmi, ki so vodile na spletno stran slovenia.info, smo dosegli 8,5 milijonov ogledov strani. V letu 2022 je bilo preko sistema »Net Results« poslanih 323 sporočil, in sicer 48 novičnikov »Stories from Slovenia«, 12 novičnikov »Gastronomske zgodbe iz Slovenije«, 26 novičnikov »News from Slovenia«, 34 sporočil za tuje medije, 8 novičnikov »Trade News« in 13 obvestil za obveščanje tujih organizatorjev potovanj in potovalnih agencij, 50 TTA novičnikov, 95 sporočil za javnost in 37 sporočil z vsebino razvoja, raziskav in sodelovanja turističnih destinacij.

Na področju sodelovanja z mediji smo v letu 2022 izvedli 97 študijskih potovanj za 201 tujega novinarja. Na devetih dogodkih v Sloveniji in tujini smo gostili več kot 160 tujih medijev, tujim medijem smo posredovali 1.611 vsebinskih odgovorov, poslali smo 26 novičnikov »News from Slovenia« z 171 novicami, ki smo jih poslali na bazo 3.630 kontaktov. Pripravili in poslali smo 52 sporočil za tuje medije. Zasnovali in objavili smo 12 podkastov Feel Slovenia v angleškem jeziku. Skupno smo v tujih medijih zabeležili 2.166 objav v skupni ocenjeni vrednosti več kot 500 milijonov evrov in z dosegom 7 milijard.

Izvedli smo dogodek s Tadejem Pogačarjem na svetovni razstavi Expo ter premierno lansirali video s Tadejem Pogačarjem v glavni vlogi za predstavitev Slovenije kot dežele za aktivni oddih. Sodelovali smo pri mednarodnem dogodku »Brda – Home of Rebula Wine Experience«. V okviru WTM v Londonu smo organizirali dve srečanja za novinarje in lansirali kolekcijo NFT žetonov za dogodek, ki se bo odvil v letu 2023. V okviru dogodka »European Food Summit 2022« smo v Sloveniji med 4. in 7. novembrom 2022 gostili 32 uglednih novinarjev, specializiranih za gastronomijo, iz 16-ih držav. Novinarji so se udeležili različnih kulinarčnih dogodkov. Zanje smo pripravili študijska potovanja I Feel Slovenia Day Trips, kjer so spoznavali kulinarčne zgodbe navdihujočih slovenskih kuharskih mojstrov in lokalnih pridelovalcev.

Sodelovali smo z vrhunskimi slovenskimi športniki, ambasadorji slovenskega turizma

Primožem Rogličem (oziroma njegovim klubom Jumbo Visma), Tadejem Pogačarjem, Janjo Garnbret in Ilko Štuhec, zlasti preko deljenja objav o Sloveniji na njihovih kanalih na družbenih omrežjih, konec leta pa ponovno sklenili sodelovanje tudi z Luko Dončičem.

Izvedli smo Globalno digitalno kampanjo na 18-ih trgih (Nemčija, Švica, Avstrija, Italija, Madžarska, Češka, Poljska, Slovaška, Hrvaška, Srbija, Benelux, Francija, Španija, Združeno kraljestvo, ZDA in Kanada). Globalna digitalna kampanja je potekala na družbenih omrežjih (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, TikTok), na Google platformi (YouTube, Search, Discovery, Performance Max). V okviru Globalne digitalne kampanje 2022 smo ustvarili 13.200 oglasov z 12 jezikovnimi različicami, dosegli 595.059.842 prikazov Facebook, Instagram, Twitter, YouTube Masthead oglasov, 69.908.273 ogledov YouTube in TikTok videov, 63.309 klikov na LinkedIn in Pinterest oglase ter 4.772.907 klikov na Search, Discovery in Performance Max oglase. Za Globalno digitalno kampanjo smo prejeli SoMO Borac zlato nagrado za najboljšo globalno digitalno kampanjo Twitter Amplify Tour de France ter objavo te kampanje kot primer dobre prakse na uradni spletni strani Twitterja – marketing.twitter.com. Sodelovali smo pri projektu evropske potovalne komisije (ETC) »EU invites the curious« za promocijo produktov Aktivna doživetja na prostem ter produkta Mesta in kultura (junij in julij 2022) na trgu Severne Amerike.

Izvedli smo kampanjo za promocijo ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih na trgih Avstrije, Nemčije, Švice, Italije, Francije, Španije, Združenega kraljestva, Nizozemske, Danske, ZDA in Kanade, Hrvaške, Srbije, Madžarske, Češke, Poljske in Slovaške. V 100 medijih smo bili prisotni z vsebinskimi članki, interaktivnimi pristajalnimi strani in/ali slikovnimi oglasi, ki so predstavljali Slovenijo kot atraktivno, varno destinacijo za aktivne počitnice na prostem, oddih v mestnih in kulturnih središčih ter zgodovinskih mestih, počitnice v termah ter gastronomska razvajanja.

V letu 2022 se je z novimi aktivnostmi nadaljevala dvoletna kampanja za promocijo Slovenije kot dežele aktivnih doživetij na kanalih National Geographic Slovenia's Geography of Adventure. Ta se je z namenom predstavitve Slovenije kot izjemne destinacije za aktivne počitnice v objemu neokrnjene narave odvila na sedmih trgih: Slovenija, Italija, Avstrija, Nemčija, Francija, Nizozemska in Združeno kraljestvo. V okviru 2. faze kampanje, ki je potekala med februarjem in novembrom 2022, je bil posnet 3-minutni video Slovenia's Geography of adventure, ki je dosegel 1,5 milijona ogledov. Pripravljene so bile tri spletne zgodbe, ki so skupno dosegle 150 tisoč ogledov. Objave na družbenih omrežjih National Geographica so zabeležile 193 tisoč odzivov. V oktobru je National Geographic razkril vsakoletni prestižni seznam Best of the World za leto 2023. V izbor »25 najbolj neverjetnih destinacij in skupnosti, ki bodo navdihnile vaše naslednje potovanje«, ki ga je oblikovala mednarodna ekipa urednikov globalne znamke National Geographic, se je v kategorijo »Narava« uvrstila tudi Slovenija.

Izvedli smo tudi kampanjo z medijsko založbo Lonely Planet. Trimesečna večkanalna vsebinska kampanja z medijsko založbo Lonely Planet je trajala od avgusta do novembra, Slovenija je bila skozi vrhunske članke predstavljena kot izjemna destinacija za aktivna in »outdoor« doživetja, dosegla je nadpovprečne rezultate.

Nadaljevali smo s kampanjo na domačem trgu Moja Slovenija za nagovarjanje domačih gostov, s katero smo prebivalce Slovenije vabili k odkrivanju skritih in neskritih kotičkov Slovenije. V kampanji smo v začetku leta osvežili glavni slogan iz »Zdaj je čas« v »Vzemi si čas«. Kampanja je potekala v sodelovanju s turističnim gospodarstvom, destinacijami, ključnimi institucijami

slovenskega turizma, produktnimi združenji, ambasadorji in vplivnimi posamezniki, mediji ter drugimi institucijami. Prav tako smo izvajali koprodukcijsko sodelovanje z medijskimi hišami z nacionalnim dosegom (Proplus, Planet TV, radijska postaja Radio 1), v katerih smo izpostavljali vse štiri produkte, aktivno vključevali partnerje vodilnih destinacij in turističnega gospodarstva ter tudi prvič izpostavljali različne poklice v turizmu in gostinstvu. V kampanji smo izvajali različne nagradne igre. Povezali pa smo se tudi s Slovenskimi železnicami in na svetovni dan turizma, 27. septembra, na tire postavili vlak I feel Slovenia.

V letu 2022 smo pričeli s koordinacijo nacionalne promocijske kampanje za dvig ugleda poklicem v turizmu in gostinstvu, ki jo izvajamo v sodelovanju z MGTŠ, TGZS, OZS in SRIPT, katerih predstavniki sestavljajo tudi ožjo operativno skupino, ki odloča o vseh korakih v kampanji. Pripravljena je bila kreativna rešitev »Ustvarjam doživetja«, ki je obenem tudi glavni slogan kampanje.

Po izbruhu pandemije, ki je pretresala svet in posledično tudi Slovenijo, lahko za leto 2022 povzamemo, da je bilo prelomno, saj so se z normalizacijo razmer vrnilo številni globalni dogodki, kot je EXPO v Dubaju, mednarodne turistične borze in poslovni dogodki. Slednji so se izvedli delno virtualno in hibridno, v drugi polovici leta pa pretežno v živo. V letu 2022 je STO ob izvedbi digitalnih projektov na B2B področju, ki jih je razvila kot alternativna orodja komuniciranja v času pandemije (FEEL SLOVENI@ On-line treningi, FEEL SLOVENI@ webinarji in FEEL SLOVENI@ Business Date), pričela s ponovno organizacijo in izvedbo borznih, sejmskih in poslovnih dogodkov v živo. V letu 2022 je STO prvič zakorakala na področje »metaverse« oz. »blockchain« s tem, ko je lansirala prvo serijo NFT-jev na borzah BIT Milano in WTM London. Prav tako se je udeležila številnih predstavitev, simpozijev, novinarskih konferenc doma in v tujini s predstavitvijo povezovanja tehnologije veriženja blokov in turizma.

V letu 2022 je STO izvedla 127 dogodkov v tujini, med drugim FITUR Madrid, BIT Milano, Vakantiesalon Bruselj, ITB Berlin (virtual), IMTM Tel Aviv, Imex ZDA, WTM London, IBTM World Barcelona, TTG Rimini, IFTM Top Resa Pariz itn. Obenem smo izvedli preko 25 študijskih tur za tuje TO in TA. Med ključne dogodke leta štejemo predstavitev Slovenije na EXPO Dubai. Vsak mesec je zaznamoval predstavitev ene od štirih makro regij, predstavili so se ključni produkti slovenskega turizma. STO je na slovenskem paviljonu poskrbela za celostno promocijo Slovenije kot turistične destinacije tekom celotne razstave, prav tako pa vsak mesec organizirala štiri tematske workshope. Osrednji poslovni dogodek turizma je potekal 9. februarja ob t.i. nacionalnem dnevu Slovenije.

Med ključna gostovanja ali partnerstva leta štejemo gostovanje Selectair, belgijskega združenja za TO in TA v Sloveniji. Preko 100 članov je tako Slovenijo spoznalo v okviru letnega kongresa v Ljubljani, predvsem pa preko številnih študijskih tur po celotni državi. V sodelovanju z ETC je Slovenija lani gostovala tudi eminentno #103 vodilno srečanje (t.i. General Meeting) vodij nacionalnih turističnih organizacij. V lanskem letu je Slovenija gostila vrsto pomembnih mednarodnih kongresov (Tafisa, Velo-city, ICCA itn), svetovnih, evropskih in drugih športnih dogodkov in prav slednje se je v največji možni meri izkoristilo za utrjevanje ugleda Slovenije kot turistične destinacije.

V letu 2022 smo podprli približno 60 mednarodnih športnih dogodkov v Sloveniji, od tega deset največjih mednarodnih športnih dogodkov ranga svetovna in evropska prvenstva (Svetovno prvenstvo v odbojki za moške, Evropsko prvenstvo v rokometu za ženske, Svetovno prvenstvo v hokeju na ledu – divizija I, skupina A, Svetovno prvenstvo v letenju s toplozračnimi baloni, ...) in preko javnega poziva 50 športnih dogodkov nižjega ranga (svetovni, evropski pokali,

kvalifikacije za svetovna in evropska prvenstva, lige prvakov, mednarodni rekreativni športni dogodki, ...). Posebej pa velja izpostaviti sklenitev strateškega partnerstva z Olimpijskim komitejem Slovenije - Združenjem športnih zvez, ki je bilo podpisano na Dnevih slovenskega turizma, in katerega namen je še intenzivnejše in bolj povezano izvajanje aktivnosti za bolj učinkovito doseganje sinergij na področju turizma, športa in športnikov.

Slovenija je bila aktivna v mednarodnih združenjih, kot so ECTAA, ABTA, Connections, kot tudi na prekomorskih trgih v okviru Virtuoso, Signature, USTOA, PATA, TCC center 17+1 (CEEC + Kitajska). Večletno partnerstvo z uglednimi mednarodnimi združenji utrjuje podobo Slovenije kot turistične destinacije, predvsem pa pripomore k izpostavitvi ali predstavitvi Slovenije v okviru njihovih prestižnih virtualnih dogodkov, webinarjev ali drugih butičnih srečanjih z vplivneži.

Na novo smo razmeram primerno zasnovali in uspešno organizirali največji poslovni dogodek, Slovensko turistično borzo SIW on Boutique Tour, s pridihom študijskih tur in neformalnega povezovanja. Obenem so bili organizirani vsi ključni dogodki v sodelovanju s partnerskimi institucijami, kot so Conventa, SPA CE. Z Italijo (FVG) in Avstrijo (Koroško) smo sodelovali pri projektih Alpe Adria Trail in Alpe Adria Golf, številne aktivnosti so potekale tudi v sodelovanju s produktivnimi združenji v Sloveniji, med ključnimi je zagotovo sodelovanje s Kongresnim uradom Slovenije. V novembru je STO v okviru Dnevov slovenskega turizma izvedla dogodek IT-tour v sodelovanju s Strateško inovacijskim partnerstvom za turizem (SRIPT). Dogodka, ki je eden od ukrepov strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma, se je udeležilo okoli 160 udeležencev.

STO je v mednarodnem turističnem prostoru tudi v letu 2022 izstopala po vrhunskih in inovativnih komunikacijskih orodij in kampanjah, za katere je prejela številne nagrade. Največkrat je bil nagrajen promocijski video »Slovenian Gastronomy. You can't spell Slovenia without love. Your plate awaits«. S sodelovanjem na festivalih turističnega filma je osvojil skupno 5. mesto na svetu v kategoriji turističnih produktov. Aprila je spletna stran Taste Slovenia prejela priznanje »Top 10 websites for foodie travellers for 2022« v okviru IGCAT.

Na festivalu Golden City Gate smo v maju prejeli najvišje, diamantno priznanje, tri zlate in štiri srebrne nagrade za odličnost na področju izstopajočih in inovativnih promocijskih kampanj in komunikacijskih orodij: diamantno priznanje za Zgodbe iz Slovenije (Google Arts & Culture), zlato priznanje za nove pristope komuniciranja za LIVE prenose na FB in IG, zlato priznanje za interaktivno publikacijo Slovenia Outdoor, zlato priznanje za gastronomski video, srebrno priznanje za oddajo VIP TRIP Slowenien, srebrno priznanje za Feel Sloveni@ Business Date, srebrno priznanje za Feel Sloveni@ On-line Trainings in srebrno priznanje za publikacijo Travel Agent's Manual 2021.

V septembru smo projekt preko spletne platforme Feel Sloveni@ On-line treningi - My way of Escaping to Slovenia, za tuje TO in TA predstavili tudi domači strokovni javnosti. Projekt je na največjem tekmovanju za digitalne projekte v Sloveniji WEBSI dosegel drugo mesto v kategoriji Turizem za inovativen pristop k virtualnemu komuniciranju s tujo poslovno javnostjo.

Učinkovito delo STO potrjuje tudi slovensko turistično gospodarstvo, ki ji je v anketi o zadovoljstvu z delom STO, izvedeni decembra 2022, prisodilo visoko povprečno oceno 4,1 na pet-stopenjski lestvici (195 respondentov).

Izvajanje programa dela STO za leto 2022 je temeljilo na opredeljenih vsebinah, zapisanih v programu dela STO za leti 2022/2023. STO se je v letu 2022 odzivala na razmere s sprejetjem in izvajanjem promocijsko razvojnih aktivnosti, ki jih je prilagajala razmeram in spremembam na domačem in tujih trgih. V ta namen so bile sprejete Spremembe in dopolnitve Programa dela za

leti 2022 in 2023, ki jih je sprejel Svet agencije na svoji 8. dopisni seji dne 26.4.2022, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 6.5.2022, na svoji 8. redni seji dne 14.7.2022, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 15.7.2022, na svoji 10. dopisni seji dne 10.8.2022, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 16.8.2022 in na svoji 9. redni seji dne 21.12.2022, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 5.1.2023, v katerih so se posledično prilagajale tudi finančne projekcije in plani.

4.1 TRŽNO KOMUNICIRANJE

V podpoglavju »Tržno komuniciranje« so aktivnosti razdeljene na promocijo in razvoj turističnih produktov, aktivnosti po trgih in na komunikacijska orodja. Promocija in razvoj turističnih produktov je podana za produkte aktivna doživetja na prostem (»outdoor«), poslovna srečanja in dogodki, zdravje in dobro počutje, mesta in kultura ter gastronomija. Aktivnosti po trgih so razdeljene na domači trg, bližnje trge, oddaljene trge ter skupne projekte promocije. Komunikacijska orodja zajemajo vsebinski digitalni marketing, poslovne borze, pospeševanje prodaje in digitalizacijo ter razpise in pozive za sofinanciranje.

4.1.1. Promocija in razvoj turističnih produktov

V letu 2022 smo bili usmerjeni na trženje in razvoj šestih turističnih produktov. Aktivna doživetja na prostem (»Outdoor«) in Športni turizem sta predstavljal nosilno komunikacijsko tematiko za leto 2022.

Cilji STO na področju trženja in razvoja slovenskega turizma za nosilne turistične produkte so bili:

- spodbuditi povpraševanje tujih in domačih gostov z usmerjenimi promocijskimi aktivnostmi, s poudarkom na digitalni in offline promocijskimi aktivnostmi pospeševanja prodaje,
- prilagoditev novim tržnim razmeram z diverzifikacijo ponudbe in razvojem novih prilagojenih produktov in doživetij, ki nagovarjajo zahtevnejšega gosta (HVT segment),
- dvigniti prepoznavnost posameznega turističnega produkta v evropskem prostoru in zmanjšati zaostanek v primerjavi z drugimi tujimi konkurenčnimi in uveljavljenimi destinacijami,
- pospešiti razvojne aktivnosti v smeri dviga kakovosti ponudbe in implementacije znamke »Green & Safe« med ponudniki in posredniki turistične ponudbe.

Aktivna doživetja na prostem (»Outdoor«)

Slovenski »Outdoor« produkt, ki je v povezavi s produktom Počitnice v gorah med najkonkurenčnejšimi v Evropi, temelji na izjemnih naravnih danostih, kakovostni infrastrukturi, trajnostnih poslovnih praksah ter odgovorni rabi naravnih in kulturnih danosti. Produkt ima velik vpliv na celostno podobo Slovenije kot trajnostne destinacije za preživljanje aktivnih počitnic na prostem in je v letu 2022 predstavljal nosilno komunikacijsko tematiko. Hkrati se lepo povezuje tudi s produktom Športni turizem.

Zaradi posledic epidemije Covid-19 in različnih omejitev zbiranja ljudi še v letu 2022 smo ocenili, da ima produkt Aktivna doživetja na prostem veliko konkurenčno prednost v primerjavi z ostalimi turističnimi produkti, saj se povezuje z vsemi ostalimi produkti. Aktivnosti se izvajajo na prostem, kjer so bile omejitve manjše. To prednost smo izkoristili s ciljem privabljanja širše skupine gostov, tudi tistih ciljnih skupin, ki preživljajo prosti čas ali oddih na prostem rekreativno in ni nujno, da spadajo v segment športno aktivnih gostov. Zaradi ugodnih klimatskih pogojev, naravnih danosti in zavezanosti k promociji in trženju slovenskega turizma 365 dni v letu, produkt Aktivna doživetja na prostem s široko paleto različnih športnih aktivnosti lahko privablja turiste skozi vse leto.

Z namenom doseganja ciljev smo v letu 2022 izvedli razvojne in promocijske aktivnosti:

- nadaljevali s sodelovanjem s produktnim združenjem Slovenia Outdoor, ki je tudi v letu 2022 imelo pomembno vlogo pri razvoju, promociji in trženju produkta,
- promovirali produkt Outdoor preko globalne digitalne kampanje, v okviru ciljanih manjših specializiranih kampanj, oglaševanje v specializiranih publikacijah, produktne kampanje, sodelovanja z mediji,
- pripravili številne nove in posodobili obstoječe kreativne vsebine v podporo komunikacije za različne kanale,
- podprli ciljne projekte, kot na primer Alpe Adria Trail,
- pripravili produktno publikacijo Pohodništvo v Sloveniji in kolesarsko karto Slovenije v sodelovanju s produktnim združenjem Slovenia Outdoor,
- pripravili ponatis krovnega vodnika Slovenija na prostem in nadaljevali s personalizirano distribucijo v okviru kampanje Moja Slovenija na domačem trgu in interaktivne verzije za digitalne medije,
- nadgradili mediateko z novimi produktnimi foto in video materiali,
- vključevali produkt Outdoor v čim širši nabor promocijskih kampanj na domačem in tujih trgih ter ostalih aktivnosti,
- sodelovali pri procesu priprave in organizacije poslovnih dogodkov, s poudarkom na (produktnih) sejmih, borzah, workshopih in študijskih potovanjih novinarjev ali organizatorjev potovanj in turističnih agentov,
- oblikovali prilagojene produktne predstavitve za posamezne poslovne dogodke.

Ključni trgi izvajanja aktivnosti so bili razdeljeni glede na sezono oziroma motiv prihoda, temu so bili posledično prilagojeni tudi obsegi in finančni vložki programa:

- poletna sezona: Slovenija, DACH, Italija, Beneluks, Višjegrajska skupina, Združeno kraljestvo;
- zimska sezona: Slovenija, Hrvaška, Srbija, Višjegrajska skupina, Italija, Združeno kraljestvo, Nemčija.

V luči dvoletne tematike Aktivna doživetja na prostem in športni turizem za leti 2022 in 2023 smo septembra izvedli srečanje s predstavniki nacionalnih športnih zvez in drugih deležnikov s področja športa in turizma. Na srečanju smo predstavili priložnosti športnega turizma in priložnosti za nadgradnjo sodelovanja med športom in turizmom, predvsem na področju pridobivanja in izvajanja mednarodnih športnih prireditev. Predstavniki nacionalnih športnih panožnih zvez in drugi navzoči predstavniki so se strinjali s predlaganimi aktivnostmi STO v smeri tesnejšega sodelovanja med predstavniki športa in turizma. Prav tako so navzoči potrdili potrebo po oblikovanju delovnega telesa oziroma tesnejše koordinacije med športom, turizmom in širšim gospodarstvom. Dosežen je bil konsenz, da je mednarodni javnosti potrebno poslati

enotno sporočilo, da je Slovenija vrhunska destinacija na področju športa - imamo znanje, smo odlični gostitelji velikih športnih dogodkov, imamo vrhunske športnike in ustrezno infrastrukturo. V razpravi so bili naslovljeni izzivi na področju športa in športnih prireditev, možnostih za uspešnejši razvoj športa in športnega turizma, izzivi športnih zvez in destinacij, ter izzivi povezani s krepitvijo državne znamke I feel Slovenia in njene čim večje implementacije tudi v športu.

Za produkt Aktivna doživetja na prostem (»Outdoor«) smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti ob zasledovanju zastavljenih ciljev. V letu 2022 smo v ta produkt investirali 2.309.000 EUR.

Preglednica 2: Načrtovane in izvedene aktivnosti za produkt Aktivna doživetja na prostem (»Outdoor«)

NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
SEJMI, BORZE, WORKSHOPI	
Slovenija: 29.5.-1.6. SIW.	✓ Izvedeno
Nemčija, Švica: 22.-23.2. Virtual FVW Counter Days. 10.3. Novinarska konferenca (online) ob ITB Berlin (skupaj z MGRT, NC Planica in Ilko Štuhec). 17.3. ITB Berlin - Digital Business Day. 5.4. Workshop Zürich. 26.-27.4. RDA Köln in B2B dogodek za TO in TA. 25.-29.4.FTI Roadshow (München, Mainz, Dortmund, Leipzig, Berlin). 22.-24.6.Dogodki ob dnevu državnosti (München, Stuttgart, Berlin), v Stuttgartu butični dogodek s predstavitvijo Alpske Slovenije. 27.8.-9.4.Caravan Salon Düsseldorf. 1.-13.9. Dogodek in promocija slovenskega turizma ob Evropskem prvenstvu v košarki, Eurobasket (Köln, Berlin). 5.-6.9. Roadshow luxury edition. 16.-20.11.TC Leipzig 16. - 20.11. in dogodka za B2B javnost.	✓ Izvedeno
Avstrija: 27.1. Webinar za avstrijske TA in TO. 22.-23.2. Virtual FVW Counter Days. 8.-10.3. Roadshow (predstavitev produktov in novosti avstrijskim TA in TO) v mestih Graz in Linz. 15.3. Workshop na Dunaju. 12.4. Workshop v Salzburgu. 6.7. Izvedena predstavitev v okviru letnega sprejema avstrijskih TA in TO ter novinarjev v organizaciji Corps Touristique na Dunaju. 19.-23.10. Caravan Salone Wels. 12.-13.11. Photo + Adventure v Voesendorfu. 30.11. Predstavitev Slovenije TA in TO na	✓ Izvedeno

<p>Avstrijskem Štajerskem v Grazu.</p> <p>Italija: 22.2. Virtualni workshop Feel Slovenia Business Date. 11.3. Tiskovna konferenca v Bolzanu ob vzpostavitvi nove letalske povezave med Slovenijo in Bolzanom, Pizo in Napolijem. 15.3. Webinar Slovenia (on-line). 17.3. Tiskovna konferenca Napoli. 18.-20.3. Predstavitev Slovenije na poslovnem sejmu BMT Napoli. 1.-3.4. Sejem Liberamente Bologna. 6.4. Workshop Slovenia v Padovi - v Villa Foscarini v Padovi. 10.4 – 12.4. Sejem BIT Milano. 15.4. Tiskovna konferenca Giro d'Italia – Kobarid. 4.5. Tiskovna konferenca Giro d'Italia – Dolina Soče v Milanu. 7.-8.5. Sejem Roma Travel Show. 8.5. – 1.6. Sodelovanje na Giro-E. 27.5. Giro d'Italia in Giro-E v Sloveniji. 21.6. Predstavitev v Firencah za TO in TA. 14.7.-17.7. Ulisse Fest Lonely Planet 2022. 23.9. Tiskovna konferenca Barcolana (Koper). 2.-4.10. Brescia forum Futura Expo. 6.10. Izvedba Sejma Barcolana 54. 12- 14.10. Sejem TTG Travel Experience Rimini 2022. 17.-20.10. Sejem IGTM-International Golf Travel Market 2022. 27.- 29.10. Travel Open Day v Sloveniji.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Madžarska, Češka, Poljska, Slovaška: 18.-20.3. Holiday World v Pragi. 20.4. Workshop v Pragi. 21.4. Workshop v Varšavi. 1.5. Predstavitev Slovenije na letnem dogodku madžarske turistične industrije. 27.9. Workshop v Budimpešti. 29.11. Predstavitev Slovenije v Bratislavi. 30.11. Predstavitev Slovenije ob koncertu ob zaključku Plečnikovega leta na Praškem gradu.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Benelux: 24.-27.2 Vakantiesalon v Bruslju. 29.9.-3.10. Gostovanje Selectour kongres v Sloveniji. 22.-24.11. Predstavitev Slovenije na Roadshow Benelux Aviareps Rotterdam, Antwerp, Luxemburg. 13.12. Workshop v Amsterdamu.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>

<p>Španija, Francija: 19.-23.1. FITUR v Madridu. 14.4. Workshop v Parizu. 20.-22.9. TOP Resa v Parizu. 14.-15.9. SEAttrade Cruise Med v Malagi.</p>	✓ Izvedeno
<p>Združeno Kraljestvo: 4.4. in 11.4. New Deal Europe v Londonu. 26.-27.9. Connections v Londonu (luxury). 28.-29.9. Connections v Londonu. 25.10. Virtuoso EMEA v Londonu. 3.-4.11. ETOA Global European Marketplace v Londonu. 7.-9.11. World Travel Market v Londonu.</p>	✓ Izvedeno
<p>Hrvaška in Srbija: 17.5. Workshop v Zagrebu. 10.5. Predstavitev Slovenije v Beogradu. 12.10. Worskhop v Beogradu.</p>	✓ Izvedeno
<p>Nordijske države: 30.6.-1.7. Predstavitev Slovenije na 1. etapi Tour de France - Copenhagen, Danska.</p>	✓ Izvedeno
<p>ZDA in Kanada: 1.3. ETOA - European Travel Marketplace Nord America. 16.-20.3. ASTA River Cruise Expo. 8.4. Workshop v Dallas. 25.-28.4. Seatrade Cruise Global v Miami. 13.-19.8. Virtuoso v Las Vegasu. 21.7. Virtuoso webinar. 10.11. Virtuoso webinar. 12.12. Signature webinar. 29.11.-2.12. USTOA konferenca v Austinu.</p>	✓ Izvedeno
<p>UAE: 1.1.-31.3. Predstavitev Slovenije na svetovni razstavi EXPO v Dubai. 9.2. Workshop v Dubai (na EXPO). 1.3. Workshop v Dubai (na EXPO).</p>	✓ Izvedeno
<p>Izrael: 29.-30.3. IMTM v Tel Avivu.</p>	✓ Izvedeno
<p>Azijski trgi: 21.-22.6. Partnerships in European Tourism with China. 23.11. Mongolska delegacija.</p>	✓ Izvedeno
ŠTUDIJSKE TURE TO in TA	
<p>Nemčija, Švica: Pridobitev nemških in švicarskih TA in TO za udeležbo na SIW 2022 (8). Izvedba študijskega potovanja TO Pink Alpine Švica, 31.8.-4.9. Sodelovanje z OTA Secret Escapes, november.</p>	✓ Izvedeno
<p>Italija: 29.10. Travel Open day študijska tura TO in TA.</p>	✓ Izvedeno
<p>Španija, Francija: 6.3.-9.3. Študijska tura TO in TA.</p>	✓ Izvedeno

Hrvaška in Srbija: 11.-14.4. Študijska tura TO in TA. 2.-6.11. Študijska tura TO in TA. 23.-27.11 Študijska tura TO in TA.	
ZDA in Kanada: 27.3.-31.3. Študijska tura TO in TA. 27.5. do 1.6. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
UAE: 18.-21.3. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
Madžarska, Češka, Poljska, Slovaška: 2.5.-5.5. Študijska tura TO in TA. 6.12.– 9.12. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
POSLOVNI NOVIČNIKI	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Digitalno oglaševanje produkta Aktivna doživetja na prostem preko družbenih omrežij in Google orodij na vseh ključnih ciljnih trgih (MY WAY na tujih trgih).	✓ Izvedeno Oglaševanje produkta Aktivna doživetja na prostem v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca novembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Performance Max, Discovery).
Promocijske aktivnosti in informiranje domačih in tujih končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info, s posebno segmentirano ponudbo za goste, ki aktivno preživljajo prosti čas.	✓ Izvedeno Priprava in/ali posodobitev vsaj 27 zgodb pristajalnih strani za promocijo produkta Aktivne počitnice na turističnih straneh portala v 6 jezikovnih različicah. Določene vsebine smo usklajevali z združenjem Aktivna Slovenia in s ponudniki direktno. Priprava in posodobitev pristajalnih strani vsebin v podporo športnega turizma z navezavo na produkt Aktivne počitnice (npr. zimske aktivnosti po izboru Ilke Štuhec, zimska doživetja po izboru Primoža Rogliča, kolesarska doživetja po izboru Tadeja Pogačarja, ...). V letu 2022 smo na portalu slovenia.info objavili 44 posebnih ponudb produkta Aktivne počitnice v 6 jezikih portala ter 11 samo v slovenskem jeziku. 1.454.017 obiskovalcev portala slovenia.info je v letu 2022 obiskalo vsebine produkta Aktivne počitnice.
Promocijske aktivnosti in informiranje ciljnih skupin na izbranih družbenih omrežjih (B2C: Facebook, Instagram, Twitter, Pintrest, YouTube; Poslovni: LinkedIn, Poslovni Twitter).	✓ Izvedeno Redno komuniciranje in oglaševanje na družbenih omrežjih FB, IG, TW, LIN.
Promocija preko mesečnega e-novičnika »Stories from Slovenia« (4 jeziki): izpostavitve v novičniku v posebni rubriki, namenjeni tematiki aktivna doživetja na prostem.	✓ Izvedeno V mesečnem novičniku »Stories from Slovenia« smo izpostavili vsaj eno tematiko produkta Aktivne počitnice.

<p>Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022 (junij-december 2022).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Promocija produkta (advertoriali, bannerji, slikovni oglasi) v nemških medijih Outdooractive, DAV Panorama ter ADFC; avstrijskih medijih Outdooractive, Sport Aktiv, Bergwelten, Bergauf Magazin, Run Up Magazin; italijanskih medijih Viaggi.Corriere.it., Repubblica.it/viaggi, Bikeitalia.it., Pleinair, Itinerari e Luoghi, 4BICYCLE, Meridiani Montagne, Caravan e Camper; čeških medijih Svet Outdooru, Velo, Lide & Hory, Camping, Cars & Caravans ter Travel Life; nizozemskem mediju OpPad.nl; francoskem mediju Le Figaro; španskem mediju El Mundo; britanskem spletnem mediju Wanderlust; na hrvaškem portalu skijanje.hr, v hrvaških spletnih medijih 24sata.hr, Jutarnji.hr ter Like ! Putovanja; v srbskem spletnem mediju Kurir.rs; v danskem spletnem mediju Politiken; v ameriškem spletnem mediju CNN.</p>
<p>Slovenia's Geography of Adventure – kampanja za promocijo Slovenije kot dežele aktivnih doživetij na kanalih National Geographic (na trgih Slovenija, Italija, Avstrija, Nemčija, Francija, Nizozemska in Združeno kraljestvo).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V okviru 2. faze kampanje, ki je potekala med februarjem in novembrom leta 2022, je bil posnet 3-minutni video Slovenia's Geography of adventure, ki je dosegel 1,5 milijona ogledov. Pripravljene so bile tri spletne zgodbe, ki so skupno dosegle 150 tisoč ogledov. Objave na družbenih omrežjih National Geographica so zabeležile 193 tisoč odzivov. Skupno so elementi kampanje zabeležili 35,9 milijonov prikazov.</p>
<p>Posebni projekti vplivnostnega marketinga na področju aktivnih počitnic.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedena produkcija »story« videov z Janjo Garnbret in Tjašo Slemenšek na Koroškem, lansiranje marec 2023, izvedba videa The Ultimate Slovenian Quiz Challenge s Primožem Rogličem in Robertom Kranjcem v podporo komunikaciji Nordijskega SP v Planici 2023.</p>
<p>Tisk in distribucija image Outdoor Slovenia vodnika z vključeno turistično ponudbo aktivnih doživetij na prostem v Sloveniji, doma in v tujini.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izdaja vodnika v 6 jezikih in skupni nakladi 21.000 izvodov; personalizirana distribucija na 4.500 naslovov po Sloveniji v okviru aktivnosti Moja Slovenija.</p>
<p>Študijska potovanja avstrijskih novinarjev (individualna in skupinska) z namenom približati konkretno ponudbo Slovenije kot atraktivne destinacije za aktivna doživetja na prostem.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V sklopu produkta smo organizirali 3 individualna in eno skupinsko potovanje (skupaj 7 novinarjev) z avstrijskega trga. Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Die Presse, Kurier, Weekend Magazin, Reise Aktuell, TAI, Mein Sonntag.</p>
<p>Študijska potovanja nemških in švicarskih novinarjev po Sloveniji, s ciljem približati ponudbo Slovenije kot atraktivne destinacije za aktivna doživetja na prostem.</p>	<p>Iz Nemčije in Švice smo organizirali 13 študijskih potovanj novinarjev, od tega 1 skupinsko in 12 individualnih (mediji Ski Magazin, Süddeutsche Zeitung in drugi).</p>

Študijska potovanja tujih novinarjev po Sloveniji, s ciljem približati ponudbo Slovenije kot atraktivne destinacije za aktivna doživetja na prostem.	✓ Izvedeno V sklopu produkta smo organizirali 21 študijskih potovanj za 31 novinarjev, ki so pokrivala 6 različnih trgov (Hrvaška in Srbija, Češka in Poljska, Združeno kraljestvo, Francija, države Beneluksa, ZDA in Kanada). Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Daily Mail, The Sun, Sidetrack Equipped, Lonely Planet Outdoor, Le Figaro...
Vsebinska predstavitev produkta v novih izdajah krovnih publikacij STO.	✓ Izvedeno Priročnik za potovalne agente, Priročnik za novinarje, Turistični zemljevid Slovenije.
Promocija preko e-novičnika »News from Slovenia« (v angleškem jeziku) za tuje medije z izpostavitvijo novosti ponudbe aktivna doživetja na prostem.	✓ Izvedeno V sklopu novičnika »News from Slovenia« smo poslali 65 novic z izpostavitvijo ponudbe aktivna doživetja na prostem. Dodatno pa smo pripravili in poslali 13 sporočil za javnost z novostmi o športnih ambasadorjih slovenskega turizma in športnih prireditvah v Sloveniji.
Promocija produkta aktivna doživetja na prostem preko vsebine na »podcastu« in/ali novinarske konference/predstavitve za tuje medije.	✓ Izvedeno Objavili smo 4 podcaste Feel Slovenia v angleškem jeziku na temo smučanja z Ilko Štuhec, o kolesarjenju s Tadejem Pogačarjem, o športni mentaliteti v Sloveniji in psihologiji za tem s Saro Isaković in o slovenskem kolesarskem fenomenu z novinarko Kate Wagner.
Objava člankov v spletni platformi Visit Europe Guides, ki na atraktiven način nudi vpogled v različne možnosti potovanj po državah članicah EU.	✓ Izvedeno Objava 3 člankov v Visit Europe Guides z naslovi: »The best of Slovenia 2022 – Great outdoors, active adventure and much more«, »Visit Slovenia's nature parks« in »When your heart skips a beat – the best outdoor adventures for young at heart«.
Produktno oglaševanje na kolesih na Dunaju (avgust-oktober).	✓ Izvedeno Izvedeno na avstrijskem trgu.
Produktno oglaševanje na »Infoscreenu« (pomlad-jesen).	✓ Izvedeno Izvedeno na avstrijskem trgu.
Produktno oglaševanje na digitalnih zaslonih v avstrijskih turističnih agencijah (julij, avgust, september).	✓ Izvedeno Izvedeno na avstrijskem trgu.
Produktno oglaševanje na portalu avstrijskih železnic MyRail Tour (maj-junij).	✓ Izvedeno Izvedeno na avstrijskem trgu.
TV in radijsko oglaševanje s poudarkom na produktu aktivna doživetja na prostem.	✓ Izvedeno Izvedeno na trgu Nemčije, Švice, Avstrije. Slovenija: predstavitev produkta v koprodukcijskih sodelovanjih z mediji z najvišjim nacionalnim dosegom v kampanji Moja Slovenija. Izvedba študijske ture za medije (Obala in zimske aktivnosti).
Oddaja s turistično vsebino v sodelovanju z RTV Slovenija Na lepše.	✓ Izvedeno
RAZVOJNE AKTIVNOSTI	RAZVOJNE AKTIVNOSTI

Vzpostavitev modela rednega merjenja obiskanosti športne infrastrukture in učinkov znotraj turistične panoge.	✓ Izvedeno Vzpostavljen je bil sistem zbiranja podatkov o turističnem prometu na mesečni ravni in podatkov o zasedenosti kapacitet.
Pregled globalnih trendov na področju produkta aktivna doživetja na prostem.	✓ Izvedeno Pripravljena predstavitev ključnih globalnih trendov v obliki strnjene poročila.
Uresničevanje vizije trajnostnega prehoda.	✓ Izvedeno Na podlagi aktivnosti po pogodbi so bili strani s strani združenja redno obveščeni o aktivnostih, povezanih z Zeleno shemo slovenskega turizma in drugih trajnostnih projektih.

Športni turizem (Športne prireditve in priprave športnikov)

Šport in turizem sta močno prepleteni in soodvisni panogi, športni turizem pa velja za enega od pomembnejših in najhitreje rastočih sektorjev svetovne potovalne industrije. Globalno odmevne športne prireditve in izjemni uspehi slovenskih športnikov utrjujejo prepoznavnost in ugled Slovenije kot turistične destinacije. STO že več let sodeluje pri velikih mednarodnih športnih prireditvah in z vrhunskimi slovenskimi športniki, s katerimi gradi prepoznavnost in ugled Slovenije kot destinacije z izjemnimi naravnimi in klimatskimi danostmi, kvalitetno infrastrukturo in strokovnim znanjem za izvedbo najzahtevnejših športnih prireditev ter priprav vrhunskih športnikov.

V letu 2022, ko je nosilna komunikacijska tema Aktivna doživetja na prostem in Športni turizem, smo še več pozornosti namenili razvoju in promociji športnega turizma.

Ključne aktivnosti na področju razvoja in promocije produkta športni turizem v letu 2022:

- priprava Akcijskega načrta razvoja in trženja produkta Športne prireditve in priprave športnikov v Sloveniji 2022-2025,
- sodelovanje in podpora najpomembnejšim mednarodnim športnim prireditvam (svetovna in evropska prvenstva),
- podpora organizatorjem mednarodnih športnih prireditev v Sloveniji preko javnega poziva (mednarodni športni dogodki v Sloveniji nižjega ranga od svetovnih in evropskih prvenstev),
- sodelovanje s športniki (uveljavljenimi in mladimi talenti), ambasadorji slovenskega turizma,
- kreativna priprava in nadgradnja vsebin in orodij za učinkovito promocijo športnega turizma,
- prizadevanje za enotnejšo uporabo znamke I Feel Slovenia in dresov v barvah znamke, v okviru slovenskih športnih reprezentanc.

V okviru dvoletne tematike smo pristopili k pripravi Akcijskega načrta razvoja in trženja produkta Športne prireditve in priprave športnikov v Sloveniji 2022-2025. Pri pripravi akcijskega načrta je sodelovala s strani naročnika imenovana strokovna skupina za šport, ključne usmeritve, cilji in ukrepi pa so bili predstavljeni in usklajeni tudi na štirih medsektorskih delavnicah v okviru štirih turističnih makrodestinacij, na katere so bili vabljeni vsi ključni deležniki s področja turizma in športa (športne zveze, ponudniki, agencije). Akcijski načrt je

bil oblikovan s pridržkom glede možnih vsebinskih sprememb in dopolnitev glede na formiranje novega ministrstva, v okviru katerega se združujejo gospodarstvo, turizem in šport.

Najpomembnejše športne prireditve (svetovna in evropska prvenstva) v letu 2022 (več v spodnji tabeli):

- 3.-8.5.2022, Ljubljana - Svetovno prvenstvo v hokeju na ledu, divizija I, skupina A,
- 26.8. do 7.9.2022, Ljubljana - Svetovno prvenstvo v odbojki za moške (16 reprezentanc),
- Zimske OI Peking 2022 in poletne OI Pariz 2024 (pripravljalne aktivnosti v 2023),
- 16.-23.9.2022, Murska Sobota - Svetovno prvenstvo v letenju s toplozračnimi baloni,
- 4.-20.11.2022, Ljubljana - Evropsko prvenstvo v rokometu za ženske.

Okrepili smo sodelovanje na mednarodnih športnih prireditvah v Sloveniji, ki s svojim izjemnim medijskim dosegom v okviru neposrednega TV prenosa na tujih prioritetnih trgih STO in močno povezljivostjo z aktivnimi doživetji na prostem dodatno prispevajo k utrjevanju prepoznavnosti in ugleda Slovenije kot turistične destinacije ter prepoznavnosti znamke I Feel Slovenia.

Za sodelovanje pri ostalih mednarodnih športnih prireditvah v Sloveniji v letu 2022 je STO konec leta 2021 objavila javni poziv, s katerim bo nadaljevala tudi v letu 2023. Nadaljevali smo s sodelovanjem z vrhunskimi slovenskimi športniki, ambasadorji slovenskega turizma, kot so Luka Dončić, Tadej Pogačar, Primož Roglič, Janja Garnbret, prav tako pa tudi z drugimi mladimi in obetavnimi športniki, ki s svojimi dosežki in srčnostjo navdušujejo milijone športnih navdušencev in aktivnih posameznikov z vsega sveta.

Na DST 2022 v novembru smo podpisali strateško partnerstvo z Olimpijskim komitejem Slovenije - Združenjem športnih zvez. Strateško partnerstvo pomeni korak naprej pri izvajanju združenih aktivnosti na področju komunikacije Slovenije kot športno turistične destinacije, katere vrhunec bo prva združena nacionalna kampanja ob poletnih olimpijskih igrah Pariz 2024.

Ključni trgi izvajanja aktivnosti so bili: Slovenija, DACH, Italija, Francija, Združeno kraljestvo, Benelux, ZDA.

Za produkt Športni turizem smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti ob zasledovanju zastavljenih ciljev. V letu 2022 smo v ta produkt investirali 770.000 EUR.

Preglednica 3: Načrtovane in izvedene aktivnosti za produkt Športni turizem

NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
SEJMI, BORZE, WORKSHOPI	
Nemčija: Promocijski dogodek 5.9. v Kölnu in promocija slovenskega turizma v Kölnu in Berlinu (2.9.-13.9.) ob Evropskem prvenstvu v košarki (Eurobasket).	✓ Izvedeno
Italija: 22.2. Virtualni workshop Feel Slovenia Business Date. 15.4. Tiskovna konferenca Giro d'Italia – Kobarid. 4.5. Tiskovna konferenca Giro d'Italia – Dolina	✓ Izvedeno

Soče v Milanu. 7.-8.5. Sejem Roma Travel Show. 8.5. – 1.6. Sodelovanje na Giro-E. 27.5. Giro d'Italia in Giro-E v Sloveniji. 6.10. Izvedba Sejma Barcolana 54.	
Nordijske države: 30.6.-1.7. Predstavitev Slovenije na 1. etapi Tour de France - Copenhagen, Danska.	✓ Izvedeno
ZDA in Kanada: 8.4. Workshop v Dallasu.	✓ Izvedeno
SVETOVNA IN EVROPSKA PRVENSTVA	
Evropsko posamično prvenstvo v šahu za člane in članice, Terme Čatež, 23.3.-5.4.2022.	✓ Izvedeno
Svetovno prvenstvo v hokeju na ledu, divizija I, skupina A, Ljubljana, 3.-8.5.2022.	✓ Izvedeno
UEC MTB Downhill EUROPEAN CHAMPIONSHIPS, I FEEL SLOVENIA, Maribor, 23.-25.6.2022.	✓ Izvedeno
GASILSKA OLIMPIJADA, CELJE, 17.- 24.7.2022.	✓ Izvedeno
Evropsko veteransko prvenstvo v badmintonu, Ljubljana, 7.-13.8.2022.	✓ Izvedeno
Svetovno prvenstvo v odbojki za moške, Ljubljana, 26.8.-7.9.2022.	✓ Izvedeno
Svetovno prvenstvo v letenju s toplozračnimi baloni, Murska Sobota, 16.-23.9.2022.	✓ Izvedeno
Evropsko prvenstvo v rokometu za ženske, Ljubljana, Celje, 4. in 20.11.2022.	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Komunikacijska kampanja CYCLING FANS OF SLOVENIA.	✓ Izvedeno Zasnova kampanje in akcijskega načrta za navijaško komunikacijsko kampanjo, vzpostavitev pristajalne strani v slovenskem, angleškem in francoskem jeziku, nagradna igra Cycling fans of Slovenia z glavno nagrado Slovenia Green Gourmet Route v slovenskem in angleškem jeziku, vzpostavljen Strava kluba Cycling fans of Slovenia, sodelovanje Slovenia Outdoor in kolesarskih klubov v kampanji, GIF-i in AR filter za Instagram story, objave za družbena omrežja o kampanji Cycling fans of Slovenia, 3 video teaserji.
Promocija Slovenije kot turistične destinacije v letu 2022 v sodelovanju s klubom Jumbo Visma.	✓ Izvedeno Objave na družbenih omrežjih Team Jumbo Visma; zagotovitev 15 fotografij ekipe in Rogliča za komunikacijske namene STO; aktivacijska kampanja v času TDF 2022; priprave mladinske

	ekipe Jumbo Visma na Rogli, julij 2022; snemanje na Content Days Jumbo Visme, november 2022.
Sodelovanje pri dogodku DIRKA PO SLOVENIJI 2022 in izvedba oglaševanja Slovenije kot turistične destinacije ob dirki na kanalih Eurosporta.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Dirka Po Sloveniji: oglaševanje na programu Eurosport 1 in 2 (9.-16. junij); predvajanih je bilo 230 destinacijskih TV spotov v mesecu juniju in juliju s skupnim dosegom 9,5 mio gledalcev. Prenos je potekal na programih Eurosport 1 in 2 v več kot 120-ih državah.</p>
Video produkcija s športniki v podporo športnim dogodkom.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>SP v odbojki: izvedli video kviz The Ultimate Slovenian Quiz Challenge z Janom Kozamernikom in Rokom Možičem.</p> <p>Eurobasket 2022: promocijski video smo posneli z akrobatsko skupino Dunking Devils in člani košarkarske reprezentance za Eurbasket 2022.</p> <p>EP v rokometu za ženske: The Ultimate Slovenian Quiz Challenge z rokometaicama Aljo Varagić in Barbaro Lazović ter košarkaricama Tejo Oblak in Tino Jakovina.</p> <p>SP Planica: The Ultimate Slovenian Quiz Challenge, v kateri z igro "planica pong" na SP v Planici 2023 vabita Robert Kranjec in Primož Roglič.</p>
Sodelovanje z društvom športnih novinarjev pri medijski pokritosti prireditve Športnik leta 2022 v tujini.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Zagotovitev tujih medijev (16) na dogodku Športnik leta 2022.</p>
Izvedba promocijskih aktivnosti s športniki, ambasadorji slovenskega turizma v letu 2022.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedba aktivnosti s Tadejem Pogačarjem, Primožem Rogličem, Janjo Garnbret in Ilko Štuhec ter sklenitev sodelovanja za leto 2023 z Luko Dončićem.</p>
I FEEL SLOVENIA night DALLAS, 5. marec 2022.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V American Airlines Center dvorani je v Dallasu ob domači tekmi moštva Luke Dončiča pod sloganom I FEEL SLOVENIA night potekala predstavitev Slovenije kot države ter turistične in gospodarske destinacije. Športni dogodek je bil skozi vse kanale kluba Dallas Mavericks komuniciran kot »I feel Slovenia night«, znamka »I feel Slovenia« se je prikazovala in zavzela vse LED zaslone v dvorani na zgornjem, srednjem in spodnjem nivoju. Slovenijo kot turistično in gospodarsko destinacijo je STO v partnerstvu s Turizmom Ljubljana in SPIRIT Slovenija predstavila na promocijsko razstavnem prostoru v dvorani American Airlines Center, izveden nastop svetovno znanih akrobatov iz Slovenije Dunking Devils, kviz o Sloveniji TTA novice, sporočilo za slovenske medije, Newswire za ameriške medije, objave na družbenih omrežjih tudi v sodelovanju z ekipo Dunking Devils pred, med in</p>

	po tekmi. Doseg objav na profilih Dunking Devils je bil 3,6 milijonov ogledov.
Sodelovanje s Košarkarsko zvezo Slovenije pri promociji Slovenije kot turistične destinacije ob EP v košarki v Nemčiji.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Sodelovanje s KZS pri pripravi promo videa z Dunking Devils za promocijo ob Eurobasketu na komunikacijskih kanalih STO, znamčenje novinarskih konferenc KZS, udeležba članov slovenske reprezentance na poslovnem dogodku v Koelnu, posredovanje fotomateriala za pripravo ustreznih komunikacij, dodatno znamčenje domačih kvalifikacijskih in prijateljskih tekem članskih reprezentanc, zagotovitev dveh reprezentantk za izvedbo kviza The Ultimate Slovenian Quiz Challenge za promocijo EP v rokometu za ženske in prihajajoči Eurobasket za ženske 2023.</p>
Promocijske aktivnosti in informiranje domačih in tujih končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Priprava in posodobitev pristajalnih vsebin v podporo sodelovanja s športnimi ambasadorji (priprava zgodbe o Janji Garnbret, posodobitev zgodbe o Primožu Rogliču, Tadeju Pogačarju, Luki Dončiču).</p> <p>Priprava in posodobitev pristajalne strani večjih športnih dogodkov kot so dirka Po Sloveniji, Tour de France, Giro'd Italia, zimske OI v Pekingu, SP v odbojki za moške, EP v rokometu za ženske... Posodobitev zgodbe o slovenskih športnih uspehih. Priprava pristajalne strani Sports fans of Slovenia v podporo navijaškimi aktivnostim v 6-ih jezikih (obisk strani v letu 2022 - 48,8 tisoč uporabnikov). Promocija preko nagradnega kviza »Why is Slovenia a cycling superpower?« - več kot 600 udeležencev.</p>
Promocija preko mesečnega e-novičnika »Stories from Slovenia« (4 jeziki).	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V mesečnih novičnikih »Stories from Slovenia« smo v letu 2022 izpostavili 10 vsebin v podporo promociji športnega turizma, športnih prireditev in sodelovanj s športnimi ambasadorji.</p>
RAZVOJNE AKTIVNOSTI	RAZVOJNE AKTIVNOSTI
Vzpostavitev modela rednega merjenja obiskanosti športne infrastrukture in učinkov znotraj turistične panoge.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Vzpostavljen je bil sistem zbiranja podatkov o turističnem prometu na mesečni ravni in podatkov o zasedenosti kapacitet.</p>

Poslovna srečanja in dogodki

Poslovni turizem ima pomembno vlogo v nacionalni ekonomiji, saj ima veliko neposrednih in posrednih ekonomskih učinkov, ker povezuje turistično panogo z različnimi drugimi dejavnostmi, kot so promet, trgovina, izobraževanje, komunikacije in druge storitvene dejavnosti, ki ustvarjajo na ta račun dodatne prihodke. Uspešna organizacija poslovnega dogodka prinaša tudi druge večplastne učinke za državo, od vzporedne turistične promocije destinacije, potencialov različnih poslovnih priložnosti v povezanih panogah dogodka, do dviga prepoznavnosti in celostne podobe Slovenije.

Poslovna srečanja in dogodki so eden izmed nosilnih turističnih produktov slovenskega turizma z visoko konkurenčno pozicijo. Produkt ima visok tržni potencial ponudbe z višjo dodano vrednostjo, nagovarja kupce višjega dohodkovnega razreda z višjo kupno močjo, kot so poslovneži, panožni strokovnjaki in znanstveniki. Poslovna srečanja zajemajo ponudbo in organizacijo različnih domačih in mednarodnih konferenc, strokovnih srečanj, motivacijskih srečanj, razstav in drugih poslovnih dogodkov, ki skupaj z ostalo spremljajočo ponudbo na destinaciji privabijo večdnevne goste. Poslovna srečanja bistveno pripomorejo k premagovanju desezonalizacije in prispevajo k povečanju povprečne dobe bivanja.

Zaradi posledic epidemije Covid-19, upada turističnih tokov in občasnega zaprtja meja, se je poslovni turizem skoraj zaustavil, poslovna komunikacija pa se je v letu 2020 preselila iz osebnih srečanj v digitalna srečanja preko različnih vrst »on-line« komunikacije (webinarji, »on-line« srečanja, videokonference). On-line srečanja so se nadaljevala tudi v letu 2021, vendar so se hkrati začeli vračati tudi dogodki v živo, ki so v letu 2022 zopet prevladali. Okrevanje industrije srečanj močno prispeva k povečevanju dodane vrednosti v turizmu.

Cilji na področju trženja in razvoja slovenskega turizma za produkt Poslovna srečanja in dogodki, ki smo jih zasledovali v letu 2022:

- prilagoditev novim tržnim razmeram z diverzifikacijo ponudbe in razvojem novih prilagojenih produktov in doživetij, ki nagovarjajo zahtevnejšega gosta,
- pospešitev razvojne aktivnosti v smeri dviga kakovosti ponudbe in implementacije znamke »Green & Safe« med ponudniki in posredniki turistične ponudbe,
- krepitev povezovanja kongresnih destinacij in ponudnikov v celovito ponudbo kongresnega turizma Slovenije.

Ključni trgi se delijo na dva nivoja po pomembnosti, temu so bili prilagojeni tudi obseg in finančni vložki aktivnosti:

1. Primarni ciljni trgi: DACH, Italija, Benelux, Francija, Španija, Velika Britanija, ZDA in Kanada;
2. Sekundarni ciljni trgi: Češka, Madžarska, Poljska, Slovaška.

V letu 2022 smo tržili produkt Poslovna srečanja in dogodki na nov, prilagojen način, v smeri poslovne transformacije kot posledica spremenjenih družbeno gospodarskih razmer s tem, da smo zasledovali zgornje cilje. Izvedli smo navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti. V letu 2022 smo v ta produkt investirali 545.000 EUR.

Preglednica 4: Načrtovane in izvedene aktivnosti za produkt Poslovna srečanja in dogodki

NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
SEJMI, BORZE, WORKSHOPI	
Slovenija: ICCA Workshop Ljubljana, 12.-14.5.2022. Conventa, Ljubljana 24.-25.8.2022. Conventa Crossover, Ljubljana, 25.-26.8.2022. PCMA Europe, 29.-30.9.2022, virtualen dogodek. Mednarodna povezovanja in promocija Slovenije preko združenj (SITE, ICCA, PCMA, HelmsBriscoe, NCBE). Trženjska obdelava poslovnih kontaktov.	✓ Izvedeno

<p>Nemčija: Borza IMEX Frankfurt, 26.-28.4.2022. Mednarodna povezovanja in promocija Slovenije preko združenj (SITE, ICCA, PCMA, HelmsBriscoe, NCBE). Trženjska obdelava poslovnih kontaktov.</p>	✓ Izvedeno
<p>Avstrija: Workshop MICE KnoWhere 28.4.2022. Mednarodna povezovanja in promocija Slovenije preko združenj (SITE, ICCA, PCMA, HelmsBriscoe, NCBE). Trženjska obdelava poslovnih kontaktov.</p>	✓ Izvedeno
<p>Italija: Workshop Milano, 28.6.2022. Mednarodna povezovanja in promocija Slovenije preko združenj (SITE, ICCA, PCMA, HelmsBriscoe, NCBE). Trženjska obdelava poslovnih kontaktov.</p>	✓ Izvedeno
<p>Madžarska, Češka, Poljska, Slovaška: MCE Central & Eastern Europe, Budimpešta, 27.2.-1.3.2022. ICCA kongres Krakow, 5.-9.11.2022. Mednarodna povezovanja in promocija Slovenije preko združenj (SITE, ICCA, PCMA, HelmsBriscoe, NCBE). Trženjska obdelava poslovnih kontaktov.</p>	✓ Izvedeno
<p>Benelux: Workshop Bruselj, 4.5.2022. European Regional Conference HelmsBriscoe, Noordwijk, 4.-6.7.2022. Mednarodna povezovanja in promocija Slovenije preko združenj (SITE, ICCA, PCMA, HelmsBriscoe, NCBE). Trženjska obdelava poslovnih kontaktov.</p>	✓ Izvedeno
<p>Francija, Španija: Borza IBTM Barcelona, 29.11.-1.12.2022. Mednarodna povezovanja in promocija Slovenije preko združenj (SITE, ICCA, PCMA, HelmsBriscoe, NCBE). Trženjska obdelava poslovnih kontaktov.</p>	✓ Izvedeno
<p>Združeno Kraljestvo: C&IT Festival, Glasgow 25.-29.7.2022. Mednarodna povezovanja in promocija Slovenije preko združenj (SITE, ICCA, PCMA, HelmsBriscoe, NCBE). Trženjska obdelava poslovnih kontaktov.</p>	✓ Izvedeno
<p>ZDA in Kanada: Borza IMEX ZDA, 11.-13.10.2022. Mednarodna povezovanja in promocija Slovenije preko združenj (SITE, ICCA, PCMA, HelmsBriscoe, NCBE). Trženjska obdelava poslovnih kontaktov.</p>	✓ Izvedeno
ŠTUDIJSKE TURE TO/TA	
<p>Slovenija: Dve študijski turi za tuje organizatorje potovanj, poslovnih dogodkov in specializirane turistične agente za področje poslovnih srečanj in dogodkov; prva v destinaciji Mediteranska Slovenija; druga v destinaciji Alpska Slovenija; obe sta se</p>	✓ Izvedeno

zaključili v Ljubljani; termin 7.-10.7.2022. Študijska tura za tuje organizatorje potovanj, poslovnih dogodkov in specializirane turistične agente za področje poslovnih srečanj in dogodkov, destinacija Ljubljana z okolico, termin 1.-4.9.2022.	
Poslovni novičniki.	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Izvajanje rednih komunikacijskih aktivnosti, promocije in usmerjenih oglaševanj na izbranih komunikacijskih kanalih STO in specializiranih domačih in tujih medijih, s poudarkom na digitalni komunikaciji ter poslovno povezovanje z domačimi in tujimi partnerji kongresnega turizma.	✓ Izvedeno Komunikacijske aktivnosti preko komunikacijskih kanalov STO in specializiranega medija Kongress Magazine.
Promocijske aktivnosti in informiranje domačih in tujih partnerjev preko spletne strani, izbranih družbenih omrežij (LinkedIn, Poslovni Twitter) in e-novičnika STO.	✓ Izvedeno Oglaševanje produkta Poslovna srečanja in dogodki v okviru globalne digitalne kampanje na LinkedIn od junija do konca novembra; redno obveščanje preko kanalov družbenih omrežij; e-novičnik »Trade news«. Priprava dveh pristajalnih strani za promocijo produkta Poslovna srečanja v okviru digitalne globalne kampanje v angleškem jeziku.
Promocijske aktivnosti in informiranje domačih in tujih poslovnih uporabnikov o kongresnem turizmu preko spletne strani slovenia.info.	✓ Izvedeno Prenova strani Kongresi in srečanja ter postavitve 6 podstrani kongresnih destinacij v slovenskem in angleškem jeziku v sodelovanju s Kongresnim uradom Slovenije in kongresnimi destinacijami. Priprava 6 povpraševalnih obrazcev v slovenskem in angleškem jeziku na straneh kongresnih destinacij.
Sodelovanje s slovenskimi ponudniki kongresnega turizma in destinacijami ob gostovanju globalnih ali evropskih znamenitih dogodkih (kulturnih, umetniških, zabavnih, tehnoloških) na področju promocije.	✓ Izvedeno
Posebni projekti vplivnostnega marketing (ambadorski program).	✓ Izvedeno Promocija s Slovenskim Ambadorskim programom z namenom povečanja števila mednarodnih znanstveno-strokovnih in drugih poslovnih dogodkov v Sloveniji.
Spodbujanje vključevanja specializiranih TO/TA za izobraževanje preko on-line orodja za tuje TO/TA o Sloveniji kot turistični destinaciji in certifikacija.	✓ Izvedeno Feel Sloveni@Online training.
Sodelovanje v TV oddaji Na lepše.	✓ Izvedeno
Predstavitve produkta v poslovni publikaciji Travel Agent Manual.	✓ Izvedeno
RAZVOJNE AKTIVNOSTI	RAZVOJNE AKTIVNOSTI
Nadaljevanje povezovanja in grajenje močnih poslovnih povezav preko članstev v mednarodnih združenjih in v globalnih specializiranih združenjih (SITE, ICCA, PCMA, HelmsBriscoe, NCBE).	✓ Izvedeno

Izobraževanje in usposabljanje slovenskih kongresnih ponudnikov, posrednikov in drugih deležnikov slovenskega kongresnega turizma; 14.4., 19.10 in 26.10.

✓ Izvedeno

Zdravje in dobro počutje

Produkt Zdravje in dobro počutje ima močan vpliv na pozitivno podobo Slovenije kot turistične destinacije s konkurenčno ponudbo programov zdravja, preventive in dobrega počutja. Produkt ima visok trženjski potencial za ustvarjanje višje dodane vrednosti in visok ekonomski učinek, predvsem pri pod-produktu »medicinski wellness«, na katerega se intenzivno usmerja produkt tudi v letu 2022 zaradi posledic epidemije Covid-19 in večje skrbi potrošnikov za zdravje.

Produkt omogoča celoletno turistično ponudbo, kar je v skladu s ključnim strateškim ciljem STO - desezonalizacijo in uveljavljanjem turizma 365 dni na leto. Hkrati se, glede na svojo ponudbo in infrastrukturo, ustrezno umešča in povezuje z ostalimi nosilnimi produkti slovenskega turizma, kot so doživetja v naravi, gastronomija, kultura, poslovna srečanja in dogodki. Produkt je naravnan za domačega gosta, hkrati pa uspešno nastopa tudi na tujih trgih in privablja goste višjega dohodkovnega razreda.

Z namenom doseganja ciljev smo v letu 2022 izvedli razvojne in promocijske aktivnosti:

- nadaljevali smo s sodelovanjem s Skupnostjo slovenskih naravnih zdravilišč, ki je tudi v letu 2022 imela pomembno vlogo pri razvoju, promociji in trženju produkta,
- promovirali produkt Zdravje in dobro počutje preko globalne digitalne kampanje, v okviru ciljanih manjših specializiranih kampanj, oglaševanja v specializiranih publikacijah, produktne kampanje, sodelovanja z mediji,
- pripravili številne nove in posodobili obstoječe kreativne vsebine v podporo komunikacije za različne kanale,
- pripravili produktno publikacijo Zdrave vode v sodelovanju s Skupnostjo slovenskih naravnih zdravilišč,
- vključevali produkt Zdravje in dobro počutje v čim širši nabor promocijskih kampanj na domačem in tujih trgih ter ostalih aktivnosti,
- sodelovali pri procesu priprave in organizacije poslovnih dogodkov s poudarkom na (produktnih) sejmih, borzah, workshopih in študijskih potovanjih novinarjev ali organizatorjev potovanj in turističnih agentov,
- oblikovali prilagojene produktne predstavitve za posamezne poslovne dogodke.

Ključni trgi izvajanja aktivnosti: Slovenija, DACH, Italija, Višegrajska skupina, Hrvaška, Srbija, Združeno kraljestvo, Nordijske države, Francija, Španija, ZAE.

Za produkt Zdravje in dobro počutje smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti ob zasledovanju zastavljenih ciljev. V letu 2022 smo v ta produkt investirali 1.691.200 EUR.

Preglednica 5: Načrtovane in izvedene aktivnosti za produkt Zdravje in dobro počutje

NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
SEJMI, BORZE, WORKSHOPI	

<p>Slovenija: 29.5.-1.6. SIW.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Nemčija in Švica: 22.2. Busmail Workshopa Augsburg. 8.3. Butični dogodek, izvedba in predstavitev Panonske Slovenije ter wellbeing za TO in TA, Berlin. 17.3. ITB Berlin - Digital Business Day. 5.4. Izvedba Workshopa Zürich. 7.4. Sodelovanje v Experience Connect (predstavitev Slovenije s poudarkom na »sustainability«, »digitalization«). 26.-27.4. RDA Köln in B2B dogodek za TO in TA. 25.-29.4. FTI Roadshows (München, Mainz, Dortmund, Leipzig, Berlin). 22.-24.6. Dogodki ob dnevu državnosti. (München, Stuttgart, Berlin). Roadshow luxury edition, 5.-6.9. 16.-20.10.TC Leipzig 16.- 20.11. in dogodek za B2B javnost 17.11.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Avstrija: 20.1. Predstavitev Slovenije v organizaciji Pachmann Reisen v Kulturnem domu Korotan na Dunaju. 27.1. Webinar za avstrijske TA in TO. 22.-23.2. Virtual FVW Counter Days. 8.-10.3. Roadshow (predstavitev produktov in novosti avstrijskim TA in TO) v mestih Graz in Linz. 15.3. Workshop na Dunaju. 12.4. Workshop v Salzburgu. 6.7. Izvedena predstavitev v okviru letnega sprejema avstrijskih TA /TO ter novinarjev v organizaciji Corps Touristique na Dunaju. 30.11. Predstavitev Slovenije TA in TO na Avstrijskem Štajerskem v Grazu.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Italija: 22.2. Virtualni workshop Feel Slovenia Business Date. 11.3. Tiskovna konferenca v Bolzanu ob vzpostavitvi nove letalske povezave med Slovenijo in Bolzanom, Piso in Napolijem. 15.3. Webinar Slovenia (on-line). 17.3. Tiskovna konferenca Napoli. 18.-20.3. Predstavitev Slovenije na poslovnem sejmu BMT Napoli. 1.-3.4. Sejem Liberamente Bologna. 6.4. Workshop Slovenia v Padovi - v Villa Foscari v Padovi. 10.4. – 12.4. Sejem BIT Milano. 7.-8.5. Sejem Roma Travel Show. 21.6. Predstavitev v Firencah za TO in TA. 7.7. Predstavitev v okviru dogodka Forbes Portopiccolo (Trst). 7.9. in 8.9. Workshop Stampa ADUTEI. 2.-4.10. Brescia forum Futura Expo. 6.10. Izvedba Sejma Barcolana 54 12.- 14.10. Sejem TTG Travel Experience Rimini. 27.- 29.10. Travel Open Day v Sloveniji.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>

<p>Madžarska, Češka, Poljska, Slovaška: 18.-20.3. Holiday World v Pragi. 20.4. Workshop v Pragi. 21.4. Workshop v Varšavi. 1.5. Predstavitev Slovenije na letnem dogodku madžarske turistične industrije v Budimpešti. 27.9. Workshop v Budimpešti. 29.11. Predstavitev Slovenije v Bratislavi. 30.11. Predstavitev Slovenije ob koncertu ob zaključku Plečnikovega leta na Praškem gradu.</p>	✓ Izvedeno
<p>Benelux: 24.-27.2. Vakantiesalon v Bruslju. 29.9.-3.10. Gostovanje Selectour kongresa v Sloveniji. 22.-24.11. Predstavitev Slovenije na Roadshow Benelux Aviareps Rotterdam, Antwerp, Luxemburg. 13.12. Workshop v Amsterdamu.</p>	✓ Izvedeno
<p>Španija, Francija: 19.-23.1. FITUR v Madridu. 14.4. Workshop v Parizu. 20.-22.9. TOP Resa v Parizu. 14.-15.9. SEAttrade Cruise Med v Malagi.</p>	✓ Izvedeno
<p>Združeno Kraljestvo: 4.4. in 11.4. New Deal Europe v Londonu. 26.-27.9. Connections v Londonu (luxury). 28.-29.9. Connections v Londonu. 25.10. Virtuoso EMEA v Londonu. 3.-4.11. ETOA Global European Marketplace v Londonu. 7.-9.11. World Travel Market v Londonu.</p>	✓ Izvedeno
<p>Hrvaška in Srbija: 17.5. Workshop v Zagrebu. 10.5. Predstavitev Slovenije v Beogradu. 12.10. Worskhop v Beogradu.</p>	✓ Izvedeno
<p>Nordijske države: 30.6.-1.7. Predstavitev Slovenije na 1. etapi Tour de France - Copenhagen, Danska.</p>	✓ Izvedeno
<p>ZDA in Kanada: 1.3. ETOA - European Travel Marketplace Nord America. 16.-20.3. ASTA River Cruise Expo. 8.4. Workshop v Dallasu. 25.-28.4. Seatrade Cruise Global v Miamiju. 13.-19.8. Virtuoso v Las Vegasu. 21.7. Virtuoso webinar. 10.11. Virtuoso webinar. 12.12. Signature webinar. 29.11.-2.12. USTOA konferenca v Austinu.</p>	✓ Izvedeno
<p>ZAE: 1.1.-31.3. Predstavitev Slovenije na svetovni razstavi EXPO v Dubaju. 9.2. Workshop v Dubaju (na EXPO). 1.3. Workshop v Dubaju (na EXPO).</p>	✓ Izvedeno
<p>Izrael: 29.-30.3 IMTM v Tel Aviv.</p>	✓ Izvedeno
<p>ŠTUDIJSKE TURE TO/TA</p>	
<p>Nemčija in Švica: Pridobitev nemških in švicarskih TA in TO za udeležbo na SIW 2022.</p>	✓ Izvedeno

Sodelovanje s FIT Reisen (specializiran TO), maj. Izvedba študijskega potovanja VDK, 16.11. in 23.11. Izvedba študijskega potovanja agentov Wallisser Reisen, Švica, 27.11.-3.12.	
Avstrija: 29.6.-1.5. Študijska tura TA in TO na SIW 2022. Vabljenje avstrijskih TA in TO na SPA-CE.	✓ Izvedeno
Italija: 29.6.-1.5. Študijska tura TA in TO na SIW 2022. Vabljenje italijanskih TA in TO na SPA-CE. 29.10. Travel Open Day Slovenija.	✓ Izvedeno
Španija, Francija: 6.3.-9.3. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
Hrvaška in Srbija: 11.-14.04. Študijska tura TO in TA. 02.-06.11. Študijska tura TO in TA. 23.-27.11. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
ZDA in Kanada: 27.3.-31.3. Študijska tura TO in TA. 27.5.-1.6. Študijska tura za TO in TA.	✓ Izvedeno
ZAE: 18.-21.3. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
POSLOVNI NOVIČNIKI	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Digitalno oglaševanje produkta Zdravje in dobro počutje preko družbenih omrežij in Google orodij na vseh ključnih ciljnih trgih (MY WAY na tujih trgih).	✓ Izvedeno Oglaševanje produkta Zdravje in dobro počutje v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest in TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).
Promocijske aktivnosti in informiranje domačih in tujih končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info, s posebno segmentirano ponudbo za goste, ki primarno skrbijo za zdravje in dobro počutje.	✓ Izvedeno Priprava in/ali posodobitev vsaj 13 zgodb pristajalnih strani za promocijo produkta Zdravje in dobro počutje na turističnih straneh portala v 6-ih jezikovnih različicah. Vsebine smo usklajevali s produktnim združenjem in s ponudniki direktno. V letu 2022 smo na portalu slovenia.info objavili 34 posebnih ponudb produkta Zdravje in dobro počutje v 6-ih jezikih portala ter 9 samo v slovenskem jeziku. 1.041.473 obiskovalcev portala slovenia.info je v letu 2022 obiskalo vsebine produkta Zdravje in dobro počutje.
Promocijske aktivnosti in informiranje ciljnih skupin na izbranih družbenih omrežjih (B2C: Facebook, Instagram, Twitter, Pintrest, YouTube; Poslovni: LinkedIn, Poslovni Twitter).	✓ Izvedeno Redno komuniciranje in oglaševanje produkta na kanalih FB, IG, TW, LIN.
Promocija preko mesečnega e-novičnika »Stories from Slovenia« (4 jeziki).	✓ Izvedeno V mesečnem novičniku »Stories from Slovenia« smo izpostavili vsaj eno tematiko produkta Zdravje in dobro počutje.

<p>Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022 (junij-december 2022).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Promocija produkta Zdravje in dobro počutje v nemških medijih Gesundheit.de, Spiegel.de, Wunderweib.de, Wetteronline, SZ Wohlfühlen Magazin, Freundin; avstrijskih medijih KleineZeitung.at, DiePresse.com, Wienerin, Der Standard, Falstaff – Reisen ter Gesund & Leben; italijanskih medijih Viaggi.Corriere.it., VanityFair.it, Iodonna.it, National Geographic Traveller, F, Grazia, Natural Style in Donna Moderna; v madžarskih medijih Hvg.hu, Femcafe.hu, MarieClaire.hu, Noklapja.hu in Utazomajom.hu; poljskih medijih Newsweek, Travel Magazine in Newsweek Traveller; čeških medijih All4camper.com, Idnes.cz in Novinky.cz; slovaškem mediju Aktuality.sk; francoskem mediju Le Figaro in španskem mediju El Mundo (priloga Viajes); hrvaških medijih Jutarnji.hr, Jutarnji, Gloria.hr, LIKE ! Putovanja magazin, 24sata.hr, Miss7.hr, MissMama.hr, MissZdrava.hr; srbskih medijih Elle.rs, Elle, Sensa, Kurir.rs ter ameriškem mediju CNN.</p>
<p>Študijska potovanja avstrijskih novinarjev (individualna in skupinska) z namenom približati konkretno ponudbo Slovenije kot atraktivne destinacije za zdravje in dobro počutje.</p> <p>Študijska potovanja nemških in švicarskih novinarjev (individualna in skupinska) z namenom približati konkretno ponudbo Slovenije kot atraktivne destinacije za zdravje in dobro počutje.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V sklopu produkta Zdravje in dobro počutje smo organizirali 2 individualna in eno skupinsko potovanje (skupaj 9 novinarjev) z avstrijskega trga. Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Die Presse, Krone Zeitung, Kleine Zeitung, Wien Magazin, Hotel Magazin, TIP, Kunst & Wellness, ...).</p> <p>Iz Nemčije in Švice je bilo skupaj izvedenih 6 študijskih potovanj novinarjev, od tega 2 skupinski in 4 individualna, z mediji kot so: Augsburger Allgemeine, der Tagesspiegel idr.</p>
<p>Študijska potovanja tujih novinarjev po Sloveniji, s ciljem približati konkretno ponudbo Slovenije kot edinstvene destinacije za zdravje in dobro počutje.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V sklopu produkta Zdravje in dobro počutje smo organizirali 4 študijska potovanja za 9 novinarjev, ki so pokrivala 3 različne trge (Madžarska, Češka in države Beneluksa). Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: L'Officiel, Arteskrant.</p>
<p>Promocija preko e-novičnika »News from Slovenia« (v angleškem jeziku) za tuje medije z izpostavitvijo novosti ponudbe zdravja in dobrega počutja.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V sklopu novičnika »News from Slovenia« smo poslali 20 novic z izpostavitvijo ponudbe zdravja in dobrega počutja.</p>
<p>Objava člankov v spletni platformi Visit Europe Guides, ki na atraktiven način nudi vpogled v različne možnosti potovanja po državah članicah EU.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Objava članka v Visit Europe Guides z naslovom Slovenian natural spas – the land of healthy waters.</p>
<p>Distribucija tiskane publikacije Zdrave vode na promocijskih dogodkih STO doma in v tujini, ter dostopnost elektronske verzije zainteresirani publiki.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Vsebinska predstavitev produkta v novih izdajah krovnih publikacij STO.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>

	Priročnik za potovalne agente, Priročnik za novinarje, Turistični zemljevid Slovenije.
Oddaja s turistično vsebino v sodelovanju z RTV Slovenija Na lepše.	✓ Izvedeno
Produktno oglaševanje na kolesih na Dunaju (avgust-oktober).	✓ Izvedeno Izvedeno na avstrijskem trgu.
Produktno oglaševanje na »infoscreenu« (pomlad- jesen).	✓ Izvedeno Izvedeno na avstrijskem trgu.
Produktno oglaševanje na digitalnih zaslonih v avstrijskih turističnih agencijah (julij, avgust, september).	✓ Izvedeno Izvedeno na avstrijskem trgu.
Produktno oglaševanje na portalu avstrijskih železnic MyRail Tour (maj-junij).	✓ Izvedeno Izvedeno na avstrijskem trgu.
Video produkcija.	✓ Izvedeno Produkcija prvoosebne video zgodbe produkta Zdravje in dobro počutje z Alenko Artnik, svetovno rekorderko v potapljanju na vdih.
RAZVOJNE AKTIVNOSTI	RAZVOJNE AKTIVNOSTI
Vzpostavitev modela rednega merjenja turističnega prometa in učinkov znotraj turistične panoge.	Vzpostavljen je bil sistem zbiranja podatkov o turističnem prometu na mesečni ravni in podatkov o zasedenosti kapacitet.
Pregled globalnih trendov na področju produkta Zdravje in dobro počutje.	Pripravljena predstavitev ključnih globalnih trendov v obliki strnjene poročila.
Uresničevanje vizije trajnostnega prehoda.	Na podlagi aktivnosti po pogodbi so bili strani s strani združenja redno obveščeni o aktivnostih povezanih z Zeleno shemo slovenskega turizma in drugih trajnostnih projektih.

Mesta in kultura

Turistični produkt Kultura ima pomemben vpliv tako na prepoznavnost države, kot na prihodek iz naslova turizma. Kultura predstavlja osnovni motiv za potovanje domačih in tujih turistov, hkrati pa se lepo povezuje s produktom ponudbe mestnih doživetij ter ostalimi turističnimi produkti Slovenije, kar prinaša dodano vrednost za turista, ki obišče Slovenijo. V sklopu ponudbe turističnega produkta Mesta in kultura ima posebno mesto tudi ponudba slovenskih zgodovinskih mest. Na območju zgodovinskih mest je 80 % najkvalitetnejši kulturnih spomenikov in 70 % vseh kulturnih institucij v Sloveniji: kulturnih dvoran, gledališč, galerij in likovnih razstavišč ter muzejev. Hkrati so nekatera zgodovinska mesta; Idrija, Škofja Loka in Ptuj, kot edina v Sloveniji, uvrščena na UNESCO seznam kulturne dediščine, kar predstavlja znamenitosti izjemnega kulturnega ali naravnega pomena.

Na področju trženja in razvoja slovenskega turizma za produkt Mesta in kultura smo zasledovali naslednje cilje:

- prilagoditev novim tržnim razmeram z diverzifikacijo ponudbe in razvojem novih prilagojenih turističnih produktov in doživetij, ki vključujejo kulturne vsebine in ponudbo mestnih središč za zahtevnejšega gosta,
- povečanje prepoznavnosti Slovenije kot destinacije kulturnega turizma, zgodovinskih posebnosti in UNESCO dediščine,
- zagotavljanje atraktivne ponudbe 365 dni v letu s poudarkom na nižji turistični sezoni in preusmerjanju turističnih tokov v času glavne turistične sezone na manj prepoznane destinacije/mesta,

- tesnejše povezovanje med destinacijami in ponudniki kulturnih vsebin ter krovnim združenjem zgodovinskih mest ter posredniki ponudbe, z namenom skupnega trženja kulturnega turizma.

Ključni trgi izvajanja aktivnosti: Slovenija, DACH, Italija, Madžarska, Češka, Francija, Španija, Beneluks, ZDA, Nordijske države, Združeno kraljestvo.

Za produkt Mesta in kultura smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti ob zasledovanju zastavljenih ciljev. V letu 2022 smo v ta produkt investirali 1.125.000 EUR.

Preglednica 6: Načrtovane in izvedene aktivnosti za produkt Mesta in kultura

NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
SEJMI, BORZE, WORKSHOPI	
Slovenija: 29.5.-1.6. SIW.	✓ Izvedeno
Nemčija, Švica: 22.-23.2. Virtualni dogodek FWV Counter Days. 17.3. ITB Berlin - Digital Business Day. 5.4. Workshop Zürich. 26.-27.4. Borze RDA Köln in B2B dogodek za TO in TA. 25.-29.4. FTI Roadshow (München, Mainz, Dortmund, Leipzig, Berlin). 22.-24.6. Dogodki ob dnevu državnosti (München, Stuttgart, Berlin), v Stuttgartu butični dogodek s predstavitvijo Alpske Slovenije. 5.-6.9. Roadshow luxury edition. 19.-23.10. Fraknfurtski knjižni sejem (sodelovanje na slovenski stojnici in ob aktivnosti). 16.-20.11. TC Leipzig in dogodek za B2B javnost 17.11.	✓ Izvedeno
Avstrija: 20.1. Predstavitev Slovenije v organizaciji Pachmann Reisen v Kulturnem domu Korotan na Dunaju. 27.1. Webinar za avstrijske TA in TO. 22.-23.2. Virtualn FWV Counter Days. 8.-10.3. Roadshow (predstavitev produktov in novosti avstrijskim TA in TO) v mestih Graz in Linz. 15.3. Workshop na Dunaju. 1.-3.4. Freizeit v Celovcu. 12.4. Workshop v Salzburgu. 31.5. Izvedena predstavitev na odprtju razstave Antona Perka na Dunaju. 21. in 23.6. Predstavitev Slovenije v okviru proslave ob državnem prazniku v Celovcu in na Dunaju. 6.7. Predstavitev v okviru letnega sprejema avstrijskih TA in TO ter novinarjev v organizaciji Corps Touristique na Dunaju. 30.11. Predstavitev Slovenije TA in TO na Avstrijskem Štajerskem v Grazu. 1.12. Predstavitev Slovenije na adventnem koncertu komornega orkestra Univerze v	✓ Izvedeno

<p>Ljubljani v Karlskirche na Dunaju. 15.12. Predstavitve Slovenije na adventnem koncertu Vite Mavrič v Korotanu.</p>	
<p>Italija: 22.2. Virtualni workshop Feel Slovenia Business Date. 11.3. Tiskovna konferenca v Bolzanu ob vzpostavitvi nove letalske povezave med Slovenijo in Bolzanom, Pizo in Napolijem. 15.3. Webinar Slovenia (on-line). 17.3. Tiskovna konferenca Napoli. 18.-20.3. Predstavitve Slovenije na poslovnem sejmu BMT Napoli. 21.3. Food and Travel Awards 2022. 1.-3.4. Sejem Liberalemente Bologna. 6.4. Workshop Slovenia v Padovi - v Villa Foscari v Padovi. 8.4. Tiskovna konferenca NFT Milano. 10.4 – 12.4. Sejem BIT Milano. 3.5. – 5.5. Milano marketing Festival – predstavitve aktivnosti NFT Slovenija. 7.-8 .5. Sejem Roma Travel Show. 20.6. Predstavitve na dnevu državnosti RIM – Hotel Cavalieri. 21.6. Predstavitve v Firencah za TO in TA. 7.7. Predstavitve v okviru dogodka Forbes Portopiccolo (Trst). 14.7.-17.7. Ulisse Fest Lonely Planet 2022. 7.9. in 8.9. Workshop Stampa ADUTEI. 2.-4.10. Brescia forum Futura Expo. 6.10. Izvedba Sejma Barcolana 54. 12.- 14.10. Sejem TTG Travel Experience Rimini. 27.- 29.10. Travel Open Day v Sloveniji.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Madžarska, Češka, Poljska, Slovaška: 18.-20.3. Holiday World v Pragi. 20.4. Workshop v Pragi. 21.4. Workshop v Varšavi. 1.5. Predstavitve Slovenije na letnem dogodku madžarske turistične industrije v Budimpešti. 27.9. Workshop v Budimpešti. 29.11. Predstavitve Slovenije v Bratislavi. 30.11. Predstavitve Slovenije ob koncert ob zaključku Plečnikovega leta na Praškem gradu.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Benelux: 24.-27.2. Vakantiesalon v Bruslju. 29.9.-3.10. Gostovanje Selectour kongresa v Sloveniji. 22.-24.11. Predstavitve Slovenije na Roadshow Benelux Aviareps Rotterdam, Antwerp, Luxemburg. 13.12. Workshop v Amsterdamu.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Španija, Francija: 19.-23.1. FITUR v Madridu. 14.4. Workshop v Parizu. 20.-22.9. TOP Resa v Parizu. 14.-15.9. SEAttrade Cruise Med v Malagi.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Združeno Kraljestvo: 4.4. in 11.4. New Deal Europe v Londonu.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>

26.-27.9. Connections v Londonu (luxury). 28.-29.9. Connections v Londonu. 25.10. Virtuoso EMEA v Londonu. 3.-4.11. ETOA Global European Marketplace v Londonu. 7.-9.11. World Travel Market v Londonu.	
Hrvaška in Srbija: 17.5. Workshop v Zagrebu. 10.5. Predstavitev Slovenije v Beogradu. 12.10. Worskhop v Beogradu.	✓ Izvedeno
Nordijske države: 30.6.-1.7. Predstavitev Slovenije na 1. etapi Tour de France - Copenhagen, Danska.	✓ Izvedeno
ZDA in Kanada: 1.3. ETOA - European Travel Marketplace Nord America. 16.-20.3. ASTA River Cruise Expo. 8.4. Workshop v Dallas. 25.-28.4. Seatrade Cruise Global v Miamiu. 13.-19.8. Virtuoso v Las Vegasu. 21.7. Virtuoso webinar. 10.11. Virtuoso webinar. 12.12. Signature webinar. 29.11.-2.12. USTOA konferenca v Austinu.	✓ Izvedeno
ZAE: 1.1.-31.3. Predstavitev Slovenije na svetovni razstavi EXPO v Dubaju. 9.2. Workshop v Dubaju (na EXPO). 1.3. Workshop v Dubaju (na EXPO).	✓ Izvedeno
Izrael: 29.-30.3. IMTM v Tel Avivu.	✓ Izvedeno
Azijski trgi: 21.-22.6. Partnerships in European Tourism with China. 23.11. Mongolska delegacija.	✓ Izvedeno
ŠTUDIJSKE TURE TO/TA	
Nemčija in Švica: 29.5.-1.6. Pridobitev nemških in švicarskih TA in TO za udeležbo na SIW 2022.	✓ Izvedeno
Avstrija: 29.5.-1.6. Študijska tura TA in TO na SIW 2022. 25.-27.11. Študijska tura TA in TO.	✓ Izvedeno
Italija: 29.5.-1.6. Študijska tura TA in TO na SIW 2022. 29.10. Travel Open Day-Študijska tura TA in TO.	✓ Izvedeno
Španija, Francija: 6.3.-9.3. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
Hrvaška in Srbija: 11.-14.4. Študijska tura TO in TA. 2.-6.11. Študijska tura TO in TA. 23.-27.11. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
ZDA in Kanada: 27.3.-31.3. Študijska tura TO in TA. 27.5. -1.6. Študijska tura za TO in TA. 1.-3.9. Študijska tura predsednika USTOA.	✓ Izvedeno
ZAE: 18.-21.3. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
POSLOVNI NOVIČNIKI	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI

<p>Digitalno oglaševanje produkta Mesta in kultura preko družbenih omrežij in Google orodij na vseh ključnih ciljnih trgih (MY WAY na tujih trgih).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Oglaševanje produkta Mesta in kultura v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn in TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Performance Max, Discovery).</p>
<p>Promocijske aktivnosti in informiranje domačih in tujih končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info, s posebno segmentirano ponudbo za goste, ki preživljajo prosti čas v urbanem življenjskem slogu.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Priprava in/ali posodobitev vsaj 18 zgodb pristajalnih strani za promocijo produkta Mesta in kultura na turističnih straneh portala 6-ih jezikovnih različicah. Določene vsebine smo usklajevali z združenjem Zgodovinskih mest Slovenije in s ponudniki direktno.</p> <p>V letu 2022 smo na portalu slovenia.info objavili 19 posebnih ponudb produkta Mesta in kultura v slovenskem ali 6-ih jezikih portala. 739.092 obiskovalcev portala slovenia.info je v letu 2022 obiskalo vsebine produkta označene s tagom »culture«.</p>
<p>Promocijske aktivnosti in informiranje ciljnih skupin na izbranih družbenih omrežjih (B2C: Facebook, Instagram, Twitter, Pintrest, YouTube; Poslovni: LinkedIn, Poslovni Twitter).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Redno komuniciranje in oglaševanje na FB, IG, TW, LIN.</p>
<p>Promocija preko e-novičnika »Stories from Slovenia« (4 jeziki).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V mesečnem novičniku »Stories from Slovenia« smo izpostavili vsaj eno tematiko produkta Mesta in kultura.</p>
<p>Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022 (junij-december 2022).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Promocija produkta Mesta in kultura (advertoriali, slikovni oglasi) v nemških in švicarskih medijih Wetteronline, Migros-impulse.ch, Das Erbe unserer Welt (priloga National Geographic), Annabelle; avstrijskih medijih Der Standard, Kulturzeitung 80, Falter in Cercle Diplomatique; italijanskih medijih Viaggi.Corriere.it., SiViaggia.it., Touring Club, Bell'Europa, Magazine Il Sole 24 ORE, Meridiani; poljski reviji Travel Magazine; v francoskem mediju Le Figaro; v španskem mediju El Mundo (in prilogi Viajes); britanskih medijih Wanderlust in Luxury Magazine; ameriškem mediju CNN.</p>
<p>Projekti vplivnostnega marketinga.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Študijska potovanja avstrijskih novinarjev (individualna in skupinska) z namenom približati konkretno ponudbo Slovenije kot atraktivne destinacije s poudarkom na produktu Mesta in kultura oziroma zgodovinska mesta.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V sklopu produkta Mesta in kultura smo organizirali 5 individualnih in 2 skupinski potovanja (skupaj 14 novinarjev) z avstrijskega trga. Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Die Presse, Krone Zeitung, Kleine Zeitung, Kurier, Wien Magazin, Hotel Magazin, TIP, Kunst & Wellness, A la Carte, ...</p>
<p>Študijska potovanja nemških in švicarskih novinarjev (individualna in skupinska) z namenom približati konkretno ponudbo Slovenije</p>	<p>V sklopu produkta Mesta in kultura smo organizirali 11 individualnih in 2 skupinski potovanja iz nemškega in švicarskega trga. Najodmevnejši</p>

kot atraktivne destinacije s poudarkom na produktu Mesta in kultura oziroma zgodovinskih mest.	mediji na študijskih potovanjih so bili: ARTE TV, FAZ, die Welt in drugi.
Študijska potovanja tujih novinarjev po Sloveniji, s ciljem približati ponudbo Slovenije kot atraktivne »city-break« destinacije s poudarkom na zgodovinskih mestih.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V sklopu produkta Mesta in kultura smo organizirali 14 študijskih potovanj za 22 novinarjev, ki so pokrivala 6 različnih trgov (Madžarska, Češka in Slovaška, Združeno kraljestvo, Francija, države Beneluksa ter ZDA in Kanada). Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Transavia, Nat Geo Traveller, The Times, Travellina...</p>
Promocija preko e-novičnika »News from Slovenia« (v angleškem jeziku) za tuje medije z izpostavitvijo produkta Mesta in kultura.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V sklopu novičnika »News from Slovenia« smo poslali 42 novic z izpostavitvijo produkta Mesta in kultura. Dodatno pa smo pripravili in poslali 2 sporočili za javnost z novostmi o produktu Mesta in kultura.</p>
Objava člankov v spletni platformi Visit Europe Guides, ki na atraktiven način nudi vpogled v različne možnosti potovanj po državah članicah EU.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Objava treh člankov v Visit Europe Guides: o velikonočnih tradicijah v Sloveniji, o čebelah in o najstarejši trti na svetu.</p>
Distribucija tiskanih publikacij Mesta kulture & Doživetja kulture na promocijskih dogodkih STO doma in v tujini ter dostopnost elektronske verzije zainteresirani publiki.	<p>✓ Izvedeno</p>
Vsebinska predstavitev produkta v novih izdajah krovnih publikacij STO.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Priročnik za potovalne agente, Priročnik za novinarje, Turistični zemljevid Slovenije.</p>
Produktno oglaševanje na kolesih na Dunaju (avgust-oktober).	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedeno na avstrijskem trgu.</p>
Produktno oglaševanje na »infoscreenu« (pomlad- jesen).	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedeno na avstrijskem trgu.</p>
Produktno oglaševanje na digitalnih zaslonih v avstrijskih turističnih agencijah (julij, avgust, september).	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedeno na avstrijskem trgu.</p>
Produktno oglaševanje na portalu avstrijskih železnic MyRail Tour (maj-junij).	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedeno na avstrijskem trgu.</p>
TV in radio oglaševanje.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedeno na nemškem, avstrijskem trgu.</p>
Oddaja s turistično vsebino v sodelovanju z RTV Slovenija Na lepše TV in radijsko oglaševanje s poudarkom na produktu Mesta in kultura.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Predstavitve produkta v koprodukcijskih sodelovanjih z mediji z najvišjim nacionalnim dosegom v kampanji Moja Slovenija. Izvedba študijske ture za medije (Obala in zimske aktivnosti).</p>
Video produkcija.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Produkcija prvoosebne video zgodbe za produkt kultura z Noahom Charneyem. Video je bil namenjen in uporabljen tudi za objavo naziva</p>

	Slovenije – častne gostje na knjižnem sejmu v Frankfurtu 2023.
RAZVOJNE AKTIVNOSTI	RAZVOJNE AKTIVNOSTI
Vzpostavitev modela rednega merjenja obiskanosti kulturnih spomenikov/ustanov in učinkov znotraj turistične panoge.	✓ Izvedeno Vzpostavljen sistem beleženja turističnega obiska kulturnih znamenitosti in kulturnih ustanov. V prvi fazi je bila za potrebe vzpostavitve sistema spremljave obiskanosti pripravljena analiza stanja oz. popis kulturnih znamenitosti in ustanov, kjer je možno in smiselno meriti obisk. Izvedena analiza stanja je osnova za zasnovo vnosnih preglednic, v katere se bodo podatki vnašali na redni časovni osnovi.
Pregled globalnih trendov na področju produkta Mesta in kultura.	✓ Izvedeno Pripravljena predstavitev ključnih globalnih trendov v obliki strnjene poročila.

Gastronomija

Gastronomija je izredno pomembna za spodbujanje lokalnega, regionalnega in nacionalnega ekonomskega razvoja, gastronomski turisti pa so običajno dobri gostje, bolj okoljsko ozaveščeni in z več interesa za spoznavanje tujih kultur.

Akcijski načrt razvoja in trženje gastronskega turizma Slovenije 2019 – 2023 kot ključne cilje razvoja in trženja gastronomije opredeljuje:

- dvig mednarodne prepoznavnosti,
- zagotavljanje trajnosti in
- ustvarjanje dodane vrednosti.

Z namenom doseganja ciljev smo v letu 2022 nadaljevali z izvajanjem sledečih razvojnih in promocijskih aktivnosti:

- sodelovanje z gastronomskim vodnikom Michelin Guide,
- sodelovanje z gastronomskim vodnikom Gault & Millau Slovenija,
- promocijska podpora Tednu Restavracij,
- sodelovanje pri organizaciji in izvedbi mednarodno odmevnih dogodkov v Sloveniji (European Food Summit),
- vzpodbujanjem ponudnikov k pridobitvi znaka »Slovenia Green Cuisine«,
- podpora revitalizaciji znamke Gostilna Slovenija,
- spodbujanje povezovanja gastronomije z drugimi turističnimi produkti (npr. kulturo, aktivnostmi na prostem itd.) in oblikovanje edinstvenih gastronomskih doživetij,
- mreženje ter predstavitve Slovenije na mednarodno odmevnih dogodkih v tujini,
- urednikovanje produktnega nacionalnega portala za gastronomijo Taste Slovenia v slovenskem in angleškem jeziku,
- vključevanje gastronomije v študijske ture za slovenske in tuje medije,
- izvajanje vseh drugih aktivnosti, opredeljenih v Akcijskem načrtu razvoja in trženja gastronskega turizma Slovenije 2017 – 2023,
- krepitev prepoznavnosti Slovenije kot gastronske destinacije preko vseh komunikacijskih kanalov in aktivnosti STO.

Aktivnosti produkta Gastronomija so podrobneje predstavljene v poglavju Trženjska infrastruktura.

Ključni trgi izvajanja aktivnosti: Slovenija, DACH, Italija, Francija, Španija, Beneluks, ZDA, Poljska, Madžarska, Češka, Nordijske države, Združeno kraljestvo.

Za produkt Gastronomija smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti ob zasledovanju zastavljenih ciljev. V letu 2022 smo v ta produkt investirali 1.014.800 EUR.

Preglednica 7: Načrtovane in izvedene aktivnosti za produkt Gastronomija

NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
SEJMI, BORZE, WORKSHOPI	
Slovenija: 29.5.-1.6. SIW.	✓ Izvedeno
Nemčija in Švica: 17.3. ITB Berlin - Digital Business Day. 5.4. Izvedba Workshopa Zürich. 7.4. Sodelovanje v Experience Connect (predstavitev Slovenije s poudarkom na »sustainability«, »digitalization«). 26.-27.4. Borza RDA Köln in B2B dogodka za TO in TA. 25.-29.4. Izvedba FTI Roadshowa (München, Mainz, Dortmund, Leipzig, Berlin). 22.-24.6. Dogodki ob dnevu državnosti (München, Stuttgart, Berlin), v Stuttgartu butični dogodek s predstavitvijo Alpe Slovenije. 5.-6.9. Izvedba Roadshow luxury edition. 13.10. Izvedba 4 Hands Dinner (Maison Mainesse Zürich s chefoma T. Kavčičem in B. Plsekem). 16.-20.11. Izvedba TC Leipzig in dogodka za B2B javnost 17.11.	✓ Izvedeno
Avstrija: 20.1. Predstavitev Slovenije v organizaciji Pachmann Reisen v Kulturnem domu Korotan na Dunaju. 27.1. Webinar za avstrijske TA in TO. 22.-23.2. Virtualni FVW Counter Days. 8.-10.3. Roadshow (predstavitev produktov in novosti avstrijskim TA in TO) v mestih Graz in Linz. 15.3. Workshop na Dunaju. 12.4. Workshop v Salzburgu. 31.5. Izvedena predstavitev na odprtju razstave Antona Perka na Dunaju. 21. in 23.6. Predstavitev Slovenije v okviru proslave ob državnem prazniku v Celovcu in na Dunaju. 6.7. Predstavitev v okviru letnega sprejema avstrijskih TA in TO ter novinarjev v organizaciji Corps Touristique na Dunaju. 3.10. Izvedena prezentacija Slovenije v okviru predpremiere dokumentarnega filma o Sloveniji »Slovenija – utrip divjine«. 12.-13.11. Woman Beauty Salon Prive v Palači Coburg na Dunaju. 12.-13.11. Sejem Photo + Adventure v Voensendorfu. 30.11. Predstavitev Slovenije TA in TO na Avstrijskem Štajerskem v Grazu. 1.12. Predstavitev Slovenije na adventnem koncertu komornega orkestra Univerze v Ljubljani v Karlskirche na Dunaju.	✓ Izvedeno

<p>15.12. Predstavitve Slovenije na adventnem koncertu Vite Mavrič v Korotanu.</p> <p>Italija 22.2. Virtualni workshop Feel Slovenia Business Date. 11.3. Tiskovna konferenca v Bolzanu ob vzpostavitvi nove letalske povezave med Slovenijo in Bolzanom, Pisto in Napolijem. 21.3. Food and Travel Awards 2022. 1.-3.4. Sejem Liberamente Bologna. 10.4. – 12.4. Sejem BIT Milano. 29.4. Sejem Verona Fiere – Vinitaly – Predstavitve Orange Wine. 7.-8.5. Sejem Roma Travel Show. 20.6. Predstavitve na dnevu državnosti RIM – Hotel Cavalieri. 21.6. Predstavitve v Firencah za TO in TA. 7.7. Predstavitve v okviru dogodka Forbes Portopiccolo (Trst). 14.7.-17.7. Ulisse Fest Lonely Planet 2022. 7.9. in 8.9. Workshop Stampa ADUTEI. 1.10. Podelitev nagrad na Food and Travel Italia Awards 2022 v Pugli. 2.-4.10. Brescia forum Futura Expo. 12.- 14.10. Sejem TTG Travel Experience Rimini. 27.- 29.10. Travel Open Day v Sloveniji.</p> <p>Madžarska, Češka, Poljska, Slovaška: 18.-20.3. Holiday World v Pragi. 20.4. Workshop v Pragi. 21.4. Workshop v Varšavi. 1.5. Predstavitve Slovenije na letnem dogodku madžarske turistične industrije v Budimpešti. 27.9. Workshop v Budimpešti. 29.11. Predstavitve Slovenije v Bratislavi. 30.11. Predstavitve Slovenije ob koncertu ob zaključku Plečnikovega leta na Praškem gradu.</p> <p>Benelux: 24.-27.2. Vakantiesalon v Bruslju. 29.9-3.10. Gostovanje Selectour kongresa v Sloveniji. 22.-24.11. Predstavitve Slovenije na Roadshow Benelux Aviareps Rotterdam, Antwerp, Luxemburg. 13.12. Workshop v Amsterdamu.</p> <p>Španija, Francija: 19.-23.1. FITUR v Madridu. 14.4. Workshop v Parizu. 20.-22.9. TOP Resa v Parizu. 14.-15.9. SEATrade Cruise Med v Malagi.</p> <p>Združeno Kraljestvo: 4.4. in 11.4. New Deal Europe v Londonu. 26.-27.9. Connections v Londonu (luxury). 28.-29.9. Connections v Londonu. 25.10. Virtuoso EMEA v Londonu. 3.-4.11. ETOA Global European Marketplace v Londonu. 7.-9.11. World Travel Market v Londonu.</p> <p>Hrvaška in Srbija: 17.5. Workshop v Zagrebu. 10.5. Predstavitve Slovenije v Beogradu. 12.10. Worskhop v Beogradu.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>✓ Izvedeno</p> <p>✓ Izvedeno</p> <p>✓ Izvedeno</p> <p>✓ Izvedeno</p> <p>✓ Izvedeno</p>
--	---

Nordijske države: 30.6.-1.7. Predstavitev Slovenije na 1. etapi Tour de France - Copenhagen, Danska.	✓ Izvedeno
ZDA in Kanada: 1.3. ETOA - European Travel Marketplace Nord America. 16.-20.3. ASTA River Cruise Expo. 8.4. Workshop v Dallasu. 25.-28.4. Seatrade Cruise Global v Miamiju. 13.-19.8. Virtuoso v Las Vegasu. 21.7. Virtuoso webinar. 10.11. Virtuoso webinar. 12.12. Signature webinar. 29.11.-2.12. USTOA konferenca v Austinu.	✓ Izvedeno
ZAE: 1.1.-31.3. Predstavitev Slovenije na svetovni razstavi EXPO v Dubaju. 9.2. Workshop v Dubaju (na EXPO). 1.3. Workshop v Dubaju (na EXPO).	✓ Izvedeno
Izrael: 29.-30.3. IMTM v Tel Avivu.	✓ Izvedeno
Azijski trgi: 21.-22.6. Partnerships in European Tourism with China. 23.11. Mongolska delegacija.	✓ Izvedeno
ŠTUDIJSKE TURE TO/TA	
Nemčija in Švica: 29.5.-1.6. Pridobitev nemških in švicarskih TA in TO za udeležbo na SIW 2022.	✓ Izvedeno
Avstrija: 18.-20.5. Študijska tura TO in TA -AMA v Slovenijo. 29.5.-1.6. Študijska tura TO in TA na SIW 2022. 25.-27.11. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
Italija: 1.10. Podelitev nagrad na Food and Travel Italia Awards 2022 v Pugli. 29.10. Travel Open Day Slovenija – Lipica.	✓ Izvedeno
Španija, Francija: 6.3.-9.3. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
Hrvaška in Srbija: 11.-14.4. Študijska tura TO in TA. 2.-6.11. Študijska tura TO in TA. 23.-27.11. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
ZDA in Kanada: 27.3.-31.3. Študijska tura TO in TA. 27.5.-1.6. Študijska tura za TO in TA.	✓ Izvedeno
ZAE: 18.-21.3. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
POSLOVNI NOVIČNIKI	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Digitalno oglaševanje produkta Gastronomija preko družbenih omrežij in Google platformi na vseh ključnih ciljnih trgih (MY WAY na tujih trgih).	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produkta Gastronomija v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn in TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Performance Max, Discovery).

<p>Promocijske aktivnosti in informiranje domačih in tujih končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info ter TasteSlovenia.si s posebno segmentirano ponudbo za goste, ki preživljajo prosti čas ob gastronomskih užitekkih.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Spletno stran Taste Slovenia smo nadgradili s preko 50-imi novimi vsebinami, pridobljenih je bilo preko 50 videov za nadaljnjo uporabo in preko 550 fotografij.</p> <p>Na slovenia.info smo posodobili vsaj 13 vsebin na temo gastronomije v 7-ih jezikih. Vsebine smo obogatili in povezovali tudi z vsebinami, ki so objavljene na TasteSlovenia.si.</p> <p>V letu 2022 smo na portalu slovenia.info objavili 19 posebnih ponudb produkta Gastronomija v slovenskem ali 6-ih jezikih portala.</p> <p>1.284.501 obiskovalcev portala slovenia.info je v letu 2022 obiskalo vsebine na temo gastronomije.</p>
<p>Promocijske aktivnosti in informiranje ciljnih skupin na izbranih družbenih omrežjih (B2C: Facebook, Instagram, Twitter, Pintrest, YouTube; Poslovni: LinkedIn, Poslovni Twitter).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Redno komuniciranje in oglaševanje na FB, IG, TW, LIN.</p>
<p>Promocija preko e-novičnika »Stories from Slovenia« (4 jeziki) in gastronomskega novičnika (2 jezika).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Poslanih je bilo 6 gastronomskih novičnikov (vsak drugi mesec).</p> <p>V mesečnih novičnikih »Stories from Slovenia« smo izpostavili 13 vsebin na temo produkta Gastronomija.</p>
<p>Promocija preko e-novičnika »News from Slovenia« (v angleškem jeziku) za tuje medije z izpostavitvijo gastronomskih novosti.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V sklopu novičnika »News from Slovenia« smo poslali 54 novic z izpostavitvijo gastronomske ponudbe in novosti ter dodatna 3 sporočila za javnost.</p>
<p>Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022 (junij-december 2022).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Promocija produkta Gastronomija (advertoriali, bannerji, slikovni oglasi) v nemških medijih Travel Channel* Ad Alliance Netzwerk, Food & Travel magazine; v avstrijskih medijih Falstaff, Der Standard; italijanskih medijih Viaggi.Corriere.it, Gamberorosso.it, Giallo Zafferano, Food and Travel Italia; poljskem mediju Travel magazine; francoskem mediju le Figaro; španskem mediju El Mundo; britanskih medijih Olive and Olive magazine; ameriškem mediju CNN.</p>
<p>Študijska potovanja avstrijskih novinarjev (individualna in skupinska) z namenom približati konkretno ponudbo Slovenije kot atraktivne destinacije na področju gastronomskega turizma in dodatno ob dogodku European Food Summit.</p> <p>Študijska potovanja nemških in švicarskih novinarjev ter vplivnežev (individualna in skupinska) z namenom približati konkretno ponudbo Slovenije kot atraktivne destinacije na področju gastronomskega turizma; in dodatno ob dogodku European Food Summit.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V sklopu produkta Gastronomija smo organizirali 4 individualna in eno skupinsko potovanje ter 3 za EFS (skupaj 11 novinarjev) z avstrijskega trga. Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Die Presse, Kleine Zeitung, Weekend, Reise Aktuell, A la Carte, Mein Sonntag, TAI.</p> <p>V sklopu produkta Gastronomija smo organizirali 8 individualnih in 3 skupinska potovanja ter 2 novinarja za EFS iz nemškega in švicarskega trga. Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Kulinarik.de, Tagblatt der Stadt Zürich, ZDF, Hessen TV.</p>

<p>Študijsko potovanje za tuje novinarje in vplivneže, specializirane za področje gastronomije in dodatno ob dogodku European Food Summit.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V sklopu produkta Gastronomija smo organizirali 13 študijskih potovanj za 32 novinarjev, ki so pokrivala 7 različnih trgov (Hrvaška in Srbija, Madžarska, Češka in Slovaška, Združeno kraljestvo, Francija, ZDA in Kanada ter države Beneluksa). Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Arte Gastronomy, Viajeros Cuatro, Afar Magazine, De Standaard Magazine.</p> <p>V okviru dogodka European Food Summit 2022 smo v Sloveniji med 4. in 7. novembrom 2022 gostili 32 uglednih novinarjev, specializiranih za gastronomijo, iz 16 držav. Novinarji so se udeležili različnih kulinarčnih dogodkov v okviru EFS. V nedeljo, 6.11., smo zanje pripravili študijska potovanja I Feel Slovenia Day Trips, kjer so spoznavali kulinarčne zgodbe navdihujočih slovenskih kuharskih mojstrov in lokalnih pridelovalcev.</p>
<p>Kulinarčni dogodki in novinarske konference s predstavitvijo slovenske gastronomije.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Distribucija tiskane publikacije Okusiti Slovenijo na promocijskih dogodkih STO doma in v tujini ter dostopnost elektronske verzije zainteresirani publiki.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Vsebinska predstavitev produkta v novih izdajah krovnih publikacij STO.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Priročnik za potovalne agente, Priročnik za novinarje, Turistični zemljevid Slovenije.</p>
<p>TV oddaja Na lepše.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Produktno oglaševanje na kolesih na Dunaju (avgust-oktober).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedeno na avstrijskem trgu.</p>
<p>Produktno oglaševanje na »infoscreenu« (pomlad-jesen).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedeno na avstrijskem trgu.</p>
<p>Produktno oglaševanje na digitalnih zaslonih v avstrijskih turističnih agencijah (julij, avgust, september).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedeno na avstrijskem trgu.</p>
<p>Produktno oglaševanje na portalu avstrijskih železnic MyRail Tour (maj-junij).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedeno na avstrijskem trgu.</p>
<p>TV in radijsko oglaševanje s poudarkom na produktu Gastronomija.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedeno na trgu Nemčije, Švice, Avstrije. Slovenija - predstavitev produkta v koprodukcijskih sodelovanjih z mediji z najvišjim nacionalnim dosegom v kampanji Moja Slovenija. Izvedba študijske ture za medije (Obala in zimske aktivnosti).</p>
<p>Video produkcija.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Produkcija 30 kratkih videov z nosilci znaka Slovenia Green Cuisine.</p>
<p>RAZVOJNE AKTIVNOSTI</p>	<p>RAZVOJNE AKTIVNOSTI</p>
<p>Vzpodbijanje trajnostne gastronomije z vključitvijo v ZSST in pridobitvijo znaka Slovenia Green Cuisine.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V letu 2022 je znak Slovenia Green Cuisine prejelo 18 novih ponudnikov; skupno je tako v</p>

	Zeleni shemi 58 restavracij in drugih gostinskih ponudnikov.
Koordinacija projekta ERG 2021.	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V letu 2022 smo izvajali redne aktivnosti v sklopu ERG 2021, se udeleževali srečanj članov platforme ERG (spletno in v živo) ter sodelovali pri koordinaciji in promociji skupnih projektov (WFGC – World Food Gift Challenge, EYCA – European Young Chef Award, Food Film Menu in Top Websites for Foodie Travelers).</p>

4.1.2. Aktivnosti po trgih

DOMAČI TRG

Domači trg je v letu 2022 ustvaril 5.506.772 oziroma 35,34 % vseh prenočitev. Aktivnosti in komunikacijo na domačem trgu smo prilagajali trenutnim razmeram. Poudarek je bil na vsebinskem digitalnem marketingu in komunikaciji s končnim kupcem (B2C), kjer smo z vrhunskimi vsebinami oziroma zgodbami nagovarjali ciljne segmente s konkretnimi produkti in doživetji. Hkrati se je krepilo sodelovanje s poslovnimi javnostmi (B2B). V letu 2022 smo na domačem trgu realizirali sredstva v višini 571.949 EUR oziroma 7 % sredstev za domači trg in tuje trge.

Na slovenskem trgu je STO tudi v letu 2022 skupaj s številnimi partnerji izvajala osrednjo vseslovensko motivacijsko kampanjo Moja Slovenija, ki je tudi v letu 2022 zabeležila odlične rezultate, ved drugim več kot 1,4 milijona objav s ključnikoma #mojaslovenija in #ifeelSlovenia. Kampanjo so v koprodukcijem sodelovanju podprle vse večje slovenske medijske hiše, ki so v več kot 200-tih prispevkih predstavljale bolj ali manj znane kotičke Slovenije in spodbujale prebivalce k raziskovanju in dopustovanju doma.

Shema 3: Kampanja Vzemi si čas.Moja Slovenija



Prvič je bilo izvedeno sodelovanje s Slovenskimi železnicami, in sicer je bil na svetovni dan turizma, 27.septembra, na tire postavljen poseben vlak I feel Slovenia, ki kroži po celi Sloveniji. S sodelovanjem STO želi spodbujati trajnostno mobilnost. Sodelovanje je bilo nadgrajeno ob DST 2022, saj so vsi udeleženci dobili možnost brezplačnega prevoza z vlakom iz celotne Slovenije na prizorišče v Laško. Na relaciji Ljubljana – Laško pa je vozil vlak I feel Slovenia.

Slika 2: Kampanja Moja Slovenija in vlak I feel Slovenia



V letu 2022 smo pričeli s koordinacijo nacionalne promocijske kampanje za dvig ugleda poklicem v turizmu in gostinstvu, ki jo izvajamo v sodelovanju z MGTŠ, TGZS, OZS in SRIPT, katerih predstavniki sestavljajo tudi ožjo operativno skupino, ki odloča o vseh korakih v kampanji. Pripravljena je bila kreativna rešitev »Ustvarjam doživetja«, ki je ob enem tudi glavni slogan kampanje. Prvi del kampanje se je v lanskem letu zgodil na platformi TikTok @turizemjezakon, s katero nagovarjamo ciljno skupino mladih in na inovativen, šaljiv, zabaven in poučen način predstavljamo različne poklice. V času od junija do konca leta 2022 smo predstavili 8 poklicev in s 54 objavami ustvarili 2,3 milijona ogledov. Povprečno je vsaka objava dosegla 41.900 posameznikov, najuspešnejša objava, ki je primerjala prvi in tisoči dan na delovnem mestu barista, pa je dosegla kar 598.900 ljudi. Vse objave skupaj so zbrale 98.200 všečkov, pod njimi se je nabralo več kot 500 komentarjev. Ob tem smo načrtovali in zagnali vzpostavitev spletnega mesta Kariera v turizmu, ki bo objavljeno v začetku leta 2023.

Slika 3: Kampanja Ustvarjam doživetja



Na domačem trgu smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti.

Preglednica 8: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Slovenija

SLOVENIJA	
▶ 2022: 35,34 % prenočitev ▶ 14,7 % manj prenočitev glede na leto 2021	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Kampanja za domači trg Moja Slovenija za nagovarjanje domačih gostov, da dopustujejo doma,	✓ Izvedeno

<p>z vključitvijo vseh 35 vodilnih destinacij, produktivnih združenj in vseh vidnejših institucij slovenskega turizma ter prav tako ključnih slovenskih medijev.</p>	
<p>Koprodukcija z mediji.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V okviru kampanje Moja Slovenija smo v letu 2022 izvedli koprodukcijo vsebin z medijskimi hišami z nacionalnimi dosegi, ki so vsebovali samostojne prispevke in oddaje (PROPLUS – 28 oddaj na POP TV in Kanalu A, Planet TV – 19 oddaj Planet na obisku). Dodatno smo izvedli koprodukcijsko sodelovanje z najbolj poslušano radijsko postajo: Radio 1 – popoldne z Gustinčičem in Klepačem vsak delovnik v juliju, napovedniki že v juniju, dodatno tudi zimska sezona z obiskom 5 smučišč med zimskimi počitnicami. Dodatno smo v vsebine dodali tudi izpostavitve poklicev v turizmu.</p>
<p>Nacionalna promocijska kampanja za dvig ugleda poklicem v turizmu in gostinstvu.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Koordinacija nacionalne kampanje za dvig ugleda poklicem v turizmu in gostinstvu (koordinacija partnerjev, vodenje sestankov ožje operativne skupine (6), usklajevanje pričakovanj in izvedbe na terenu). Vodenje TikTok profila za predstavitev poklicev v turizmu, priprava kreativne kampanje »Ustvarjam doživetja«, koordinacija produkcije vsebin za platformo TikTok, sodelovanje z izvajalcem, širjenje uporabe kreativne rešitve med partnerji. Priprava spletne strani www.karieravturizmu.si, spletno platformo, ki bo ponujala celovite informacije glede obravnavane tematike, načrtovana objava v začetku leta 2023, v 2022 pripravljeni oblikovni predlogi in postavljen CMS za vnos vsebin, pripravljene vsebine postavitev le-teh v CMS.</p>
<p>Portal slovenia.info - trženjska platforma v slovenskem jeziku.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Osvežena je bila pristajalna stran kampanje za ciljno skupino B2C in pa tudi pristajalna stran na poslovnem delu slovenia.info. Turistično gospodarstvo je prispevalo preko 130 paketnih ponudb, ki smo jih na spletni strani komunicirali za možnost rezervacije. Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v slovenskem jeziku ter redno posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v slovenskem jeziku. Portal slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 693.107 obiskovalcev iz Slovenije (na drugem mestu za Italijani), 6,8 % več kot leta 2021.</p>
<p>Pošiljanje novičnika v slovenskem jeziku na bazo slovenskih kontaktov.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Poslali smo 12 novičnikov Zgodbe iz Slovenije in 6 novičnikov Gastronomske zgodbe iz Slovenije.</p>

Partnersko sodelovanje pri pripravi tedenske oddaje z osrednjo turistično vsebino v »prime-time« terminu na RTV Slovenija - oddaja Na lepše.	✓ Izvedeno
Sejem Alpe Adria.	× Odpovedano s strani organizatorja
Udeležba na sejmu MOS.	✓ Izvedeno
Študijska potovanja slovenskih medijev.	✓ Izvedeno Izvedeni dve študijski turi: junij na Obali, december na temo zimska doživetja.

PRIMARNI EVROPSKI TRGI

**Nemčija, Avstrija, Italija, Švica,
Madžarska, Češka, Slovaška,
Poljska, Beneluks, Francija, Španija,
Združeno kraljestvo**

Aktivnosti in komunikacijo na primarnih evropskih trgih smo prilagajali trenutnim razmeram na posameznem trgu. Poudarek je bil na vsebinskem digitalnem marketingu in komunikaciji s končnim kupcem (B2C), kjer smo z vrhunskimi vsebinami oziroma zgodbami nagovarjali ciljne segmente s konkretnimi produkti in doživetji. Hkrati se je krepilo sodelovanje s poslovnimi javnostmi (B2B). V letu 2022 smo na primarnih evropskih trgih realizirali sredstva v višini 7.032.060 EUR oziroma 86 % sredstev za domači trg in tuje trge.

Nemčija

Na nemškem trgu smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti.

Preglednica 9: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Nemčija

NEMČIJA	
► 2022: 17,8 % prenočitev (1. mesto med tujimi) ► 67,9 % več prenočitev glede na leto 2021	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
Izvedba Busmail Workshopa Augsburg, 22.2. Izvedena predstavitev na virtualnem sejmu FVW Counter Day, 22.-23.2. Udeležba na IMM (int.media marketplace) dogodka z mediji, Berlin, 7.3. Butični dogodek, izvedba in predstavitev Panonske Slovenije ter wellbeing za TO in TA, Berlin, 8.3. Izvedba novinarske konference (online) ob ITB Berlin, 10.3. (skupaj z MGRT, NC Planica in Ilko Štuhec). ITB Berlin - Digital Business Day, 17.3.	✓ Izvedeno Izvedenih je bilo več predstavitev za B2B javnost kot so samostojne predstavitve s STG in v okviru destinacijskih predstavitev za strokovno javnost (TO in TA, strokovni mediji in drugi odločevalci v potovalni industriji) ter tudi za širšo B2C javnost. Odpovedani so bili sejmi CMT Stuttgart, free München in borza ITB Berlin, ki jih organizatorji zaradi slabše epidemiološke slike niso izvedli v živo.

<p>Sodelovanje v Experience Connect (predstavitev Slovenije s poudarkom na »sustainability«, »digitalization«), 7.4. Izvedba borze RDA Köln in B2B dogodka za TO in TA, 26.-27.4. Izvedba FTI Roadshows (München, Mainz, Dortmund, Leipzig, Berlin), 25.-29.4. Dogodki ob dnevu državnosti (München, Stuttgart, Berlin), v Stuttgartu butični dogodek s predstavitev Alpske Slovenije, 22.-24.6. Izvedba sejma Caravan Salon Düsseldorf, 27.8.-4.9. Dogodek in promocija slovenskega turizma v Kölnu ob Evropskem prvenstvu v košarki, Eurobasket (1.-13.9., Köln, Berlin). Sodelovanje na dogodku Travelbook Award, september. Izvedba Roadshow luxury edition, 5.-6.9. Sodelovanje na Frankfurtskem knjižnem sejmu (častni naziv Sloveniji v letu 2023), 19.-23.10. Sodelovanje na sejmu RC Erfurt, 28.-31.10. Sodelovanje na sejmu Reiseclub Cottbus, 4.-6.11. Izvedba TC Leipzig 16.- 20.11. in dogodka za B2B javnost 17.11.</p>	
<p>Snemanje in zasnova podkastov v nemškem jeziku (3 od 5 epizod). Oglaševanje na portalu alpenerleben.de. Oglaševanje na turističnem portalu weg.de (OTA). Oglaševanje v Travelbook.de nov/dec 2022. Oglaševanje na turističnem portalu Urlaubsguru (OTA), nov/dec 2022. Sodelovanje v Aviareps adventnem digitalnem koledarju, december 2022.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedene digitalne aktivnosti za strokovno B2B javnost.</p>
<p>Pošiljanje »Trade« novičnikov – kvartalno, v nemškem jeziku, januar-december.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI</p>	<p>PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI</p>
<p>Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Spletno oglaševanje produktov Poslovna srečanja in dogodki, Aktivna doživetja na prostem, Zdravje in dobro počutje, Mesta in kultura ter Gastronomija v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).</p>
<p>Vsebinske večkanalne kampanje v partnerstvih z večjimi, globalnimi medijskimi partnerji s ciljanjem nemškega trga.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Negovanje odnosov z nemškimi mediji, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Poslanih 12 novičnikov za medije, številni mailingi (direktni odgovori na novinarska vprašanja) ter izvedenih več dogodkov za medije, kot so IMM in ITB tiskovna konferenca, kjer smo virtualno gostili 156 predstavnikov nemških medijev.</p>

Promocijske aktivnosti in informiranje nemških končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info	✓ Izvedeno Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v nemškem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v nemškem jeziku. Osvežili smo tudi 7 pristajalnih strani globalne digitalne kampanje v nemškem jeziku. Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 686.898 obiskovalcev iz Nemčije.
Novičniki v nemškem jeziku za nagovarjanje potencialnih obiskovalcev iz Nemčije.	✓ Izvedeno Poslali smo 12 mesečnih novičnikov »Stories from Slovenia« v nemškem jeziku in 4 mailinge z aktualnimi informacijami v povezavi s Covid- 19 v nemškem jeziku.
Objave na družbenih omrežjih v nemškem jeziku.	✓ Izvedeno Redno komuniciranje in oglaševanje na FB, IG, TW, LIN za sledilce v nemškem jeziku. Promocija produktov Aktivna doživetja na prostem, Zdravje in dobro počutje, Mesta in kultura ter Gastronomija z »online advertoriali« na večjih splošnih in specializiranih vsebinskih portalih v okviru Globalne digitalne kampanje od junija do konca novembra 2022.
Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.	✓ Izvedeno Med julijem in decembrom 2022 objave v nemških in švicarskih medijih: Gesundheit.de, Wunderweib.de, Spiegel.de, Wetteronline, SZ Wohlfuhlen Magazin, freundin, Migros-impulse.ch, Das Erbe Unserer Welt, Annabelle, Outdooractive, DAV Panorama, ADFC, Travel Chanel, Food & Travel magazine.
Slovenia's Geography of Adventure – kampanja za promocijo Slovenije kot dežele aktivnih doživetij na kanalih National Geographic.	✓ Izvedeno Nemčija eden ključnih trgov kampanje.
Oglaševanje na TV kanalu ZDF (20s spot s produktno vsebino) maj – junij, doseg 54 milijonov posameznikov. Radio oglaševanje Antenne Bayern, junij. Oglaševanje v sodelovanju z Lufthanso, maj-junij, oktober-november. Oglaševanje (oddaja) Klassik Radio, maj. Oglaševanje v prilogi Süddeutsche Zeitung, maj. Oglaševanje Reisemagazine Adac, maj. Oglaševanje Handelsbaltt, april. Oglaševanje die Welt, april in oktober. Oglaševanje v prilogi Bild Nord, november. Oglaševanje (oddaja) na Radiu Harmony, Hessen, november.	✓ Izvedeno
Podpora nemškim TV ekipam za uredniške vsebine ter radijskim oddajam za prispevke o Sloveniji ter organizacija študijskih potovanj novinarjev in vplivnežev.	✓ Izvedeno Izvedenih je bilo 22 študijskih potovanj, na katerih smo gostili 40 novinarjev in vplivnežev.
RAZVOJNE AKTIVNOSTI	RAZVOJNE AKTIVNOSTI
Pridobivanje obstoječih analiz in prognoz s poudarkom na nakupnih navadah, gibanju trga in interesu ciljnih skupin.	✓ Izvedeno

Avstrija

Na avstrijskem trgu smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti.

Preglednica 10: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Avstrija

AVSTRIJA	
► 2022: 8,8 % prenočitev (3. mesto med tujimi) ► 104,2 % več prenočitev glede na leto 2021	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
<p>20.1. Predstavitve Slovenije v organizaciji Pachmann Reisen v Kulturnem domu Korotan na Dunaju. 13.-16.1. – Ferien Messe 2022. 27.1. Webinar za avstrijske TA in TO. 22.-23.2. Virtual FVW Counter Days. 8.-10.3. Roadshow (predstavitve produktov in novosti avstrijskim TA in TO) v mestih Graz in Linz. 15.3. Workshop na Dunaju. 1.-3.4. Freizeit v Celovcu. 1.-3.4. Urlaub & Camping Wels. 12.4. Workshop v Salzburgu. 28.4. Workshop MICE KnoWhere. 23.5. Izvedena predstavitve Slovenije na avstrijski trgovski zbornici. 31.5. Izvedena predstavitve na odprtju razstave Antona Perka na Dunaju. 9.-12.6. Tiroler Fruehjahrsmesse. 21.-23.6. Izvedena predstavitve Slovenije v okviru proslave ob državnem prazniku v Celovcu in na Dunaju. 6.7. Izvedena predstavitve v okviru letnega sprejema avstrijskih TA in TO ter novinarjev v organizaciji Corps Touristique na Dunaju. 18.9. Aufsteirern v Grazu. 29.9.-3.10. Herbstmesse Graz. 3.10. Izvedena prezentacija Slovenije v okviru predpremiere dokumentarnega filma o Sloveniji »Slovenija – utrip divjine«. 19.-23.10. Caravan Salone Wels. 24.10. Izvedena predstavitve na festivalu oranžnih vin na Dunaju. 8.-9.11. BTB v Voensendorfu. 12.-13.11. Woman Beauty Salon Prive v Palači Coburg na Dunaju. 12.-13.11. Photo + Adventure v Voensendorfu. 30.11. Predstavitve Slovenije TA in TO na Avstrijskem Štajerskem v Grazu. 1.12. Predstavitve Slovenije na adventnem koncertu komornega orkestra Univerze v Ljubljani v Karlskirche na Dunaju. 15.12. Predstavitve Slovenije na adventnem koncertu Vite Mavrič v Korotanu.</p>	<p>✓ Izvedeno (sejem Ferien Messe 2022 je bil Odpovedan s strani organizatorja).</p>
Poslovni novičniki (4x letno).	✓ Izvedeno
Študijska potovanja predstavnikov TA in TO; organizirali bomo tudi »on-line« ali »on-site« izobraževanje za TA in TO ter jim nudili podporo pri pripravi programov.	✓ Izvedeno

PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem, Zdravje in dobro počutje, Mesta in kultura ter Gastronomija v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).
Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.	✓ Izvedeno Med julijem in decembrom 2022 objave v avstrijskih medijih: Falstaff, Falstaff – Reisen, Gesund & Leben, KleineZeitung.at, DiePresse.com, Wienerin, Der Standard, Outdooractive, Sport Activ, Berwelten, Bergauf magazin, Run Up magazin, Kulturzeitung 80, Falter, Cercle Diplomatique.
Slovenia's Geography of Adventure – kampanja za promocijo Slovenije kot dežele aktivnih doživetij na kanalih National Geographic.	✓ Izvedeno Avstrija eden ključnih trgov kampanje.
Oglaševanje v »off-line« medijih po ključnih produktih v tiskanih splošnih in specializiranih medijih ter na zunanjih oglaševalskih površinah.	✓ Izvedeno
TV in radio oglaševanje.	✓ Izvedeno
Negovanje odnosov z avstrijskimi mediji, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih in organizacija študijskih potovanj novinarjev, splošnih in specializiranih medijev, »press« novičniki (6x letno).	✓ Izvedeno
Promocijske aktivnosti in informiranje avstrijskih končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info.	✓ Izvedeno Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v nemškem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v nemškem jeziku. Osvežili smo tudi 7 pristajalnih strani globalne digitalne kampanje v nemškem jeziku. Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 464.319 obiskovalcev iz Avstrije.
Novičniki v nemškem jeziku za nagovarjanje potencialnih obiskovalcev iz Avstrije.	✓ Izvedeno Poslali smo 12 mesečnih novičnikov »Stories from Slovenia« v nemškem jeziku in 4 mailinge z aktualnimi informacijami v povezavi s Covid- 19 v nemškem jeziku.
Objave na družbenih omrežjih v nemškem jeziku.	✓ Izvedeno Redno komuniciranje in oglaševanje na FB, IG, TW, LIN.
Podpora avstrijskim TV ekipam za uredniške vsebine ter radijskim oddajam za prispevke o Sloveniji.	✓ Izvedeno
RAZVOJNE AKTIVNOSTI	RAZVOJNE AKTIVNOSTI

Pridobivanje razpoložljivih analiz o spremembah potovalnih navad avstrijskih gostov in njihovi potrošnji. Aktivno sodelovanje pri nastanku tržne študije združenja Corps Touristique o potovalnih navadah Avstrijcev.	✓ Izvedeno
---	------------

Italija

Na italijanskem trgu smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti.

Preglednica 11: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Italija

ITALIJA	
▶ 2022: 9,1 % prenočitev (2. mesto med tujimi) ▶ 159,2 % več prenočitev glede na leto 2021	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	NAČRTOVANE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
<p>22.2. Virtualni Workshop Feel Slovenia Business Date.</p> <p>11.3. Tiskovna konferenca v Bolzanu ob vzpostavitvi nove letalske povezave med Slovenijo in Bolzanom, Piso in Napolijem.</p> <p>15.3. Webinar Slovenia (on-line).</p> <p>17.3. Tiskovna konferenca Napoli.</p> <p>18.-20.3. Predstavitev Slovenije na sejmu BMT Napoli.</p> <p>21.3. Food and Travel Awards.</p> <p>1.-3.4. Sejem Liberamente Bologna.</p> <p>6.4. Workshop Slovenia v Padovi - v Villa Foscari.</p> <p>8.4. Tiskovna konferenca NFT Milano.</p> <p>10.4. – 12.4. Sejem BIT Milano.</p> <p>15.4. Tiskovna konferenca Giro d'Italia – Kobarid.</p> <p>29.4. Sejem Verona Fiere – Vinitaly – Predstavitev Orange Wine.</p> <p>3.5. – 5.5. Milano marketing Festival – predstavitev aktivnosti NFT Slovenija.</p> <p>4.5. Tiskovna konferenca Giro d'Italia – Dolina Soče v Milanu.</p> <p>7.-8.5. Sejem Roma Travel Show.</p> <p>8.5. –1.6. Sodelovanje na Giro-E.</p> <p>27.5. Giro d'Italia in Giro-E v Sloveniji.</p> <p>20.6. Predstavitev na dnevu državnosti RIM – Hotel Cavalieri.</p> <p>21.6. Predstavitev v Firencah za TO in TA.</p> <p>7.7. Predstavitev v okviru dogodka Forbes Portopiccolo.</p> <p>14.7.-17.7. Ulisse Fest Lonely Planet 2022.</p> <p>7.9. in 8.9. Workshop Stampa ADUTEI.</p> <p>23.9. Tiskovna konferenca Barcolana (Koper).</p> <p>1.10. Podelitev nagrad na Food and Travel Italia Awards 2022 v Pugli.</p> <p>2.-4.10. Brescia forum Futura Expo.</p> <p>6.10. Izvedba Sejma Barcolana.</p> <p>12.- 14.10. Sejem TTG Travel Experience Rimini 2022.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>

17.-20.10. Sejem IGTM-International Golf Travel Market. 27.- 29.10. Travel Open Day v Sloveniji.	
Vzpostavitev in krepitev novih partnerskih povezav na B2B področju tudi preko izvedbe dogodkov kot so predstavitve, workshopi, konference in poslovna srečanja ter turistični sejmi. V planu je tudi izvedba več gastronomskih predstavitev, namenjenih poslovni javnosti in novinarjem v severni in srednji Italiji.	✓ Izvedeno
Poslovni novičniki (4x letno).	✓ Izvedeno
Izvedba študijskih potovanj po Sloveniji za italijanske TO in TA, za ključne novinarje in vključitev Slovenije, slovenskih turističnih produktov in ponudnikov v glavne ključne turistične italijanske vsedržavne TV programe.	✓ Izvedeno Izvedenih je bilo 10 študijskih potovanj za 25 novinarjev.
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem, Zdravje in dobro počutje, Mesta in kultura ter Gastronomija v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).
Vsebinske večkanalne kampanje v partnerstvih z večjimi, globalnimi medijskimi partnerji s targetiranjem italijanskega trga.	✓ Izvedeno
Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.	✓ Izvedeno Med julijem in decembrom 2022 objave v italijanskih medijih: Viaggi.Corriere.it, VanityFair.it, Iodonna.it, National Geographic Trtaveler, F, Grazia, Natural Style, Donna Moderna, SiViaggia.it, Touring Club, Bell'Europa, Il Sole 24 ore, Meridiani, BikeItalia.it, Pleinair, Itinerari e Luoghi, 4Bicycle, Meridiani Montagne, Caravan e camper, Gamberorosso.it, Giallo Zafferano, Food & Travel Italia.
Slovenia's Geography of Adventure – kampanja za promocijo Slovenije kot dežele aktivnih doživetij na kanalih National Geographic.	✓ Izvedeno Italija eden ključnih trgov kampanje.
Negovanje odnosov z italijanskimi mediji, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih ter organizacija študijskih potovanj novinarjev splošnih in specializiranih medijev.	✓ Izvedeno
Promocijske aktivnosti in informiranje italijanskih končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info.	✓ Izvedeno Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v italijanskem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v italijanskem jeziku. Osvežili smo tudi 7 pristajalnih strani globalne digitalne kampanje v italijanskem jeziku.

	Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 1.152.282 obiskovalcev iz Italije.
Novičniki v italijanskem jeziku za nagovarjanje potencialnih obiskovalcev iz Italije.	✓ Izvedeno Poslali smo 12 mesečnih novičnikov »Stories from Slovenia« v italijanskem jeziku, 4 mailinge z aktualnimi informacijami v povezavi s Covid- 19 v italijanskem jeziku.
Objave na družbenih omrežjih v italijanskem jeziku.	✓ Izvedeno Redno komuniciranje in oglaševanje na FB, IG, TW, LIN za sledilce v italijanskem jeziku. Promocija produktov Aktivna doživetja na prostem, Zdravje in dobro počutje, Mesta in kultura ter Gastronomija z »online advertoriali« na večjih splošnih in specializiranih vsebinskih portalih je v okviru Globalne digitalne kampanje od junija do konca novembra 2022.
Oglaševanje v »off-line« medijih po ključnih produktih v tiskanih splošnih in specializiranih medijih ter na zunanjih oglaševalskih površinah.	✓ Izvedeno
TV in radio oglaševanje.	✓ Izvedeno TV oglaševanje na italijanskem trgu v mesecu juniju in juliju, predvajanje 4 različnih tematskih 15-sekundnih spotov, ki smo jih predvajali na petih različnih italijanskih TV kanalih od 27. junija do 18. julija. Predvajanih je bilo več kot 500 spotov, od tega 40 % v »prime time« terminih in zelo pomembnih oddajah z odlično gledanostjo. Skupna predvidena gledanost oddaj presega 70 mio gledalcev.
Podpora italijanskim TV ekipam za uredniške vsebine ter radijskim oddajam za prispevke o Sloveniji (Melaverde in Kilimangiaro).	✓ Izvedeno
RAZVOJNE AKTIVNOSTI	RAZVOJNE AKTIVNOSTI
Pridobivanje razpoložljivih raziskav in analiz o spremembah potovalnih navad italijanskih gostov in njihovi potrošnji, preverjanje interesa za Slovenijo kot turistično destinacijo in interesu ciljnih skupin. Aktivno sodelovanje pri nastanku tržne študije TTG o potovalnih navadah Italijanov.	✓ Izvedeno

Švica

Na švicarskem trgu smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje in promocijske aktivnosti.

Preglednica 12: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Švica

ŠVICA	
► 2022: 1,5 % prenočitev (18. mesto med tujimi) ► 117,9 % več prenočitev glede na leto 2021	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
Workshop in predstavitev slovenskega turizma, Zürich 5.4.	✓ Izvedeno

Študijska potovanja TO in TA	✓ Izvedeno Izvedeni sta bili 2 študijski potovanji organizatorjev potovanj in agentov (Pink Alpine in Walliser Reisen).
»Trade« novičniki v nemškem jeziku, 4 x letno.	✓ Izvedeno
MICHELIN »4-Hands Dinner« Zurich, 13.10., s Tomažem Kavčičem in Benjaminom Plsekom.	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem, Zdravje in dobro počutje, Mesta in kultura ter Gastronomija v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance max).
Vsebinske večkanalne kampanje v partnerstvih z večjimi, globalnimi medijskimi partnerji s targetiranjem švicarskega trga.	✓ Izvedeno
Negovanje odnosov s švicarskimi mediji, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih in organizacija študijskih potovanj novinarjev splošnih in specializiranih medijev.	✓ Izvedeno
Novičniki v nemškem ter italijanskem jeziku za nagovarjanje potencialnih obiskovalcev iz Švice.	✓ Izvedeno Poslali smo 12 mesečnih novičnikov »Stories from Slovenia« v nemškem in italijanskem jeziku, 5 mailingov z aktualnimi informacijami o aktualnih spremembah v povezavi s Covid- 19 v nemškem in italijanskem jeziku. 136-krat smo uredili posodobitve t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v nemškem jeziku in italijanskem jeziku, na turističnih straneh smo pripravili 52 novih vsebin in prenovili 67 obstoječih vsebin v nemškem in italijanskem jeziku. Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 83.874 obiskovalcev iz Švice.
Objave na družbenih omrežjih v nemškem in italijanskem jeziku.	✓ Izvedeno Redno komuniciranje in oglaševanje na FB, IG, TW, LIN v italijanskem in nemškem jeziku. Promocija produktov Aktivna doživetja na prostem, Zdravje in dobro počutje, Mesta in kultura ter Gastronomija z »online advertoriali« na večjih splošnih in specializiranih vsebinskih portalih je v okviru Globalne digitalne kampanje od junija do konca novembra 2022.
Oglaševanje v »off-line« medijih po ključnih produktih v tiskanih splošnih in specializiranih medijih ter na zunanjih oglaševalskih površinah.	✓ Izvedeno
Radio oglaševanje.	✓ Izvedeno
Izvedba celoletnega PR načrta (sporočila za medije, posredovanje informacij ipd.) na švicarskem trgu, poslanih je bilo 10 PR sporočil.	✓ Izvedeno
Podpora nemškim TV ekipam za uredniške vsebine ter radijskim oddajam za prispevke o	✓ Izvedeno

Sloveniji ter organizacija študijskih potovanj novinarjev in vplivnežev.	Izvedena so bila 4 študijskih potovanja (2 individualni in 2 skupinski), na katerih smo gostili 10 novinarjev in vplivnežev.
--	--

Madžarska

Na madžarskem trgu smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje in promocijske aktivnosti.

Preglednica 13: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Madžarska

MADŽARSKA	
► 2022: 5,1 % prenočitev (6. mesto med tujimi) ► 79,2 % več prenočitev glede na leto 2021	
NACRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
1.5. Predstavitev Slovenije na letnem dogodku madžarske turistične industrije. 27.9. Workshop v Budimpešti.	✓ Izvedeno
Izvedba študijskih potovanj za TO in TA v času SIW in novinarje po Sloveniji.	✓ Izvedeno
Poslovni novičniki (5 x letno).	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem, Zdravje in dobro počutje ter Gastronomija v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).
Negovanje odnosov z madžarskimi mediji, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih in organizacija študijskih potovanj novinarjev splošnih in specializiranih medijev.	✓ Izvedeno Iz Madžarske smo v sklopu 5 študijskih potovanj gostili 9 novinarjev in s tem pokrili 3 različne produkte (dve na produktu Mesta in kultura, ena na produktu Zdravje in dobro počutje in dve na produktu Gastronomija). Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: BBC Good Food Magazine, Kirandular, Travellina, Femina, Glamour Magazin.
Promocijske aktivnosti in informiranje madžarskih končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info.	✓ Izvedeno Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v angleškem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v angleškem jeziku. Osvežili smo tudi 6 pristajalnih strani globalne digitalne kampanje v madžarskem jeziku. Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 335,5 tisoč obiskovalcev iz Madžarske.
Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.	✓ Izvedeno

	Med julijem in decembrom 2022 objave v madžarskih medijih: Hvg.hu, Femcafe.hu, MarieClaire.hu, Noklapja.hu, Utozomajom.hu.
Novičniki v angleškem jeziku za tuje medije iz Madžarske.	✓ Izvedeno 138 naročnikov na News je iz Madžarske. V letu 2022 je bilo preko sistema Net Results poslanih 26 novičnikov »News from Slovenia« (poslanih na 3.630 naslovov, s povprečnim »open rate«-om: 18,65 %) in 52 sporočil za javnost (s povprečnim »open rate«-om 28,31 %).
Objave na družbenih omrežjih za madžarski ciljni trg.	✓ Izvedeno Priprava medijskih objav v madžarskem jeziku in oglaševanje za madž.ciljni trg /FB in IG.
Oglaševanje v »off-line« medijih po ključnih produktih v tiskanih splošnih in specializiranih medijih.	✓ Izvedeno

Češka, Poljska, Slovaška

Na češkem, poljskem in slovaškem trgu smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje in promocijske aktivnosti.

Preglednica 14: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Češka, Poljska, Slovaška

ČEŠKA, POLJSKA, SLOVAŠKA	
ČEŠKA ▶ 2022: 5,7 % prenočitev (5. mesto) ▶ 71,9 % več prenočitev glede na leto 2021 POLJSKA ▶ 2022: 3,6 % prenočitev (9. mesto) ▶ 84,6 % več prenočitev glede na leto 2021 SLOVAŠKA ▶ 2022: 1,9 % prenočitev (15. mesto) ▶ 74,7 % več prenočitev glede na leto 2021	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	NAČRTOVANE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
18.-20.3. Holiday World v Pragi. 20.4. Workshop v Pragi. 21.4. Workshop v Varšavi. 29.11. Predstavitev Slovenije v Bratislavi. 30.11. Predstavitev Slovenije ob koncertu ob zaključku Plečnikovega leta na Praškem gradu.	✓ Izvedeno
2.5.-5.5. Študijska tura za TO in TA iz Češke in Slovaške. 6.12. – 9.12. Študijska tura za TO in TA iz Češke in Slovaške.	✓ Izvedeno
Izvedba študijskih potovanj za TO in TA v času SIW in novinarje po Sloveniji.	✓ Izvedeno
Poslovni novičniki (5 x letno).	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem ter Zdravje in dobro počutje v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).

<p>Negovanje odnosov s češkimi, poljskimi in slovaškimi mediji, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih in organizacija študijskih potovanj novinarjev splošnih in specializiranih medijev.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>S češkega trga smo v sklopu 5 študijskih potovanj gostili 10 novinarjev in s tem pokrili 4 različne produkte (ena na produktu Zdravje in dobro počutje, ena na produktu Mesta in kultura, dve na produktu Aktivne počitnice na prostem in ena na produktu Gastronomija). Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Svet outdooru, Vino & Styl, Radio Zurnal, Studiokaravan, Camperguru.</p> <p>S Poljske smo v sklopu 1 študijskega potovanja gostili 6 novinarjev in s tem pokrili produkt Gastronomija. Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: National Geographic, WP.pl, Onet.pl, Vinisfera in Kaleidoscope.</p>
<p>Promocijske aktivnosti in informiranje čeških, poljskih in slovaških končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v angleškem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v angleškem jeziku.</p> <p>Osvežili smo tudi pristajalne strani globalne digitalne kampanje v češkem, poljskem in slovaškem jeziku – 6 strani v vsakem jeziku.</p> <p>Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 153,5 tisoč obiskovalcev iz Češke in 324,1 tisoč obiskovalcev iz Poljske.</p>
<p>Novičniki v angleškem jeziku za medije iz trgov Češka, Poljska in Slovaška.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>40 naročnikov na News je s Češke in 91 s Poljske. V letu 2022 je bilo preko sistema Net Results poslanih 26 novičnikov »News from Slovenia« (poslanih na 3.630 naslovov, s povprečnim »open rate«-om: 18,65 %) in 52 sporočil za javnost (s povprečnim »open rate«-om 28,31 %).</p>
<p>Objave na družbenih omrežjih za češki, poljski in slovaški ciljni trg.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Intenzivirano sodelovanje, kjer je bilo pripravljenih več objav v češkem jeziku in dodatno oglaševanje na tem trgu.</p>
<p>Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Med julijem in decembrom 2022 objave v čeških medijih Svet Outdooru, Velo, Lide & Hory, Camping, Cars & Caravans, All4Camper.com, Idnes.cz, Novinky.cz, slovaškem mediju Aktuality.sk in poljskih medijih Travel magazine, Newsweek in Newsweek Traveller.</p>
<p>Oglaševanje v »off-line« medijih po ključnih produktih v tiskanih splošnih in specializiranih medijih ter na zunanjih oglaševalskih površinah.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>

Beneluks

Na trgu držav Beneluksa smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje, promocijske aktivnosti in razvojne aktivnosti.

BENELUKS	
<p>NIZOZEMSKA ► 2022: 6,2 % prenočitev (4. mesto) ► 98,8 % več prenočitev glede na leto 2021 BELGIJA ► 2022: 3,3 % prenočitev (10. mesto) ► 74,9 % več prenočitev glede na leto 2021 LUKSEMBURG ► 2022: 0,1 % prenočitev (47. mesto) ► 44,0 % več prenočitev glede na leto 2021</p>	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	NAČRTOVANE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
<p>24.-27.2. Vakantiesalon v Bruslju. 29.9.-3.10. Gostovanje Selectour kongresa v Sloveniji. 22.-24.11. Predstavitev Slovenije na Roadshow Benelux Aviareps Rotterdam, Antwerp, Luxemburg. 13.12. Workshop v Amsterdamu.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Izvedba študijskih potovanj za TO in TA v času SIW in novinarje po Sloveniji.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Poslovni novičniki (5 x letno).</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
<p>Negovanje odnosov z belgijskimi, nizozemskimi in luksemburškimi mediji, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih in organizacija študijskih potovanj novinarjev splošnih in specializiranih medijev.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Promocijske aktivnosti in informiranje končnih uporabnikov iz Nizozemske, Belgije in Luksemburga preko spletne strani slovenia.info.</p>	<p>Iz držav Beneluksa smo v sklopu 10 študijskih potovanj gostili 13 novinarjev in s tem pokrili 4 različne produkte (dve na produktu Zdravje in dobro počutje, pet na produktu Aktivne počitnice na prostem, ena na produktu Mesta in kultura in dve na produktu Gastronomija). Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: De Zondag, De Standaard Magazine, AndC Magazine, La Libre.</p> <p style="text-align: center;">✓ Izvedeno</p> <p>Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v angleškem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v angleškem jeziku. Osvežili smo tudi 6 pristajalnih strani globalne digitalne kampanje v nizozemskem jeziku. Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 165,4 tisoč obiskovalcev z območja Beneluksa.</p>
<p>Novičniki v angleškem jeziku za tuje medije iz Nizozemske, Belgije in Luksemburga.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.</p>	<p style="text-align: center;">✓ Izvedeno</p> <p>V okviru kampanje izvedena promocija produkta »Outdoor« v nizozemskem spletnem mediju OpPad.nl.</p>

Slovenija's Geography of Adventure – kampanja za promocijo Slovenije kot dežele aktivnih doživetij na kanalih National Geographic.	✓ Izvedeno Nizozemska je eden ključnih trgov kampanje.
Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem, Zgodovinska mesta in kultura, Gastronomija v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).

Francija

Na francoskem trgu smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje in promocijske aktivnosti.

Preglednica 16: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Francija

FRANCIJA	
▶ 2022: 3,7 % prenočitev (8. mesto) ▶ 92,9 % več prenočitev glede na leto 2021	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	NAČRTOVANE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
14.4. Workshop v Parizu. 20.-22.9. TOP Resa v Parizu.	✓ Izvedeno
Izvedba študijskih potovanj za TO in TA v času SIW in novinarje po Sloveniji.	✓ Izvedeno
Poslovni novičniki (5 x letno).	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Negovanje odnosov s francoskimi mediji, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih in organizacija študijskih potovanj novinarjev splošnih in specializiranih medijev.	✓ Izvedeno S francoskega trga smo v sklopu 10 študijskih potovanj gostili 14 novinarjev in s tem pokrili 3 različne produkte (pet na produktu Aktivne počitnice na prostem, tri na produktu Mesta in kultura in dve na produktu Gastronomija). Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Le Figaro, L'Officiel, Peche Mouche, TF1, Transavia, ARTE in Geo Magazine.
Promocijske aktivnosti in informiranje francoskih končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info.	✓ Izvedeno Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v francoskem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v francoskem jeziku. Osvežili smo tudi 7 pristajalnih strani globalne digitalne kampanje v francoskem jeziku. Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 308,3 tisoč obiskovalcev iz Francije.
Novičniki v angleškem jeziku za novinarje iz Francije.	✓ Izvedeno

	137 naročnikov na News je iz Francije. V letu 2022 je bilo preko sistema Net Results poslanih 26 novičnikov »News from Slovenia« (poslanih na 3.630 naslovov, s povprečnim »open rate«-om: 18,65 %) in 52 sporočil za javnost (s povprečnim »open rate«-om 28,31 %).
Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.	✓ Izvedeno V okviru kampanje izvedena promocija v francoskem spletnem in tiskanem mediju Le Figaro.
Slovenia's Geography of Adventure – kampanja za promocijo Slovenije kot dežele aktivnih doživetij na kanalih National Geographic.	✓ Izvedeno Francija eden ključnih trgov kampanje.
Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem, Zgodovinska mesta in kultura in Gastronomija v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).

Španija

Na španskem trgu smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje in promocijske aktivnosti.

Preglednica 17: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Španija

ŠPANIJA	
▶ 2022: 1,6 % prenočitev (17. mesto) ▶ 114,7 % več prenočitev glede na leto 2021	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	NAČRTOVANE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
19.-23.1. FITUR v Madridu. 14.-15.9. SEATrade Cruise Med v Malagi.	✓ Izvedeno
Izvedba študijskih potovanj za TO in TA v času SIW in novinarje po Sloveniji.	✓ Izvedeno
Poslovni novičniki (5 x letno).	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Negovanje odnosov s španskimi mediji, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih in organizacija študijskih potovanj novinarjev splošnih in specializiranih medijev.	✓ Izvedeno S španskega trga smo gostili TV produkcijsko ekipo Senderos del Mundo, iz Arabskih Emiratov 4 novinarje, ki so pisali za medije Al Bayan, Al Khaleej in Al Itihad, ter z brazilskega trga zvezdnico in vplivnico Eslovenio Marques de Lima.
Promocijske aktivnosti in informiranje španskih končnih uporabnikov preko spletne strani slovenia.info.	✓ Izvedeno Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih

	vsebin v španskem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v španskem jeziku. Priprava 6 pristajalnih strani globalne digitalne kampanje v španskem jeziku.
Novičniki v angleškem jeziku za novinarje iz Španije.	✓ Izvedeno 104 naročnikov na News je iz Španije. V letu 2022 je bilo preko sistema Net Results poslanih 26 novičnikov »News from Slovenia« (poslanih na 3.630 naslovov, s povprečnim »open rate«-om: 18,65 %) in 52 sporočil za javnost (s povprečnim »open rate«-om 28,31 %).
Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.	✓ Izvedeno V okviru kampanje izvedena promocija v španskem spletnem in tiskanem mediju El Mundo in prilogi Viajes.
Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem, Zgodovinska mesta in kultura ter Gastronomija v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).

Združeno kraljestvo

Na trgu Združenega kraljestva smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje in promocijske aktivnosti.

Preglednica 18: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Združeno kraljestvo

ZDRUŽENO KRALJESTVO	
► 2022: 3,0 % prenočitev (12. mesto) ► 416,9 % več prenočitev glede na leto 2021	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	NAČRTOVANE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
4.4. in 11.4. New Deal Europe v Londonu. 26.-27.9. Connections v Londonu (luxury). 28.-29.9. Connections v Londonu. 25.10. Virtuoso EMEA v Londonu. 3.-4.11. ETOA Global European Marketplace London. 7.-9.11. World Travel Market v Londonu.	✓ Izvedeno
Izvedba študijskih potovanj za TO in TA v času SIW in novinarje po Sloveniji.	✓ Izvedeno
Poslovni novičniki (5 x letno).	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI

<p>Negovanje odnosov z mediji iz UK, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih in organizacija študijskih potovanj novinarjev splošnih in specializiranih medijev.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Iz Združenega kraljestva smo v sklopu 11 študijskih potovanj gostili 19 novinarjev in s tem pokrili 3 različne produkte (pet na produktu Aktivne počitnice na prostem, tri na produktu Mesta in kultura in tri na produktu Gastronomija). Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: The Sun, Daily Mail, Easy Jet Traveller, Lonely Planet, Afar Magazine, Nat Geo Traveller.</p>
<p>Promocijske aktivnosti in informiranje uporabnikov iz Združenega kraljestva preko spletne strani slovenia.info.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v angleškem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v angleškem jeziku. Osvežili smo tudi 7 pristajalnih strani globalne digitalne kampanje v angleškem jeziku. Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 153,5 tisoč obiskovalcev iz Združenega kraljestva.</p>
<p>Novičniki v angleškem jeziku za novinarje iz Združenega kraljestva.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>256 naročnikov na News je iz UK. V letu 2022 je bilo preko sistema Net Results poslanih 26 novičnikov »News from Slovenia« (poslanih na 3.630 naslovov, s povprečnim »open rate«-om: 18,65 %) in 52 sporočil za javnost (s povprečnim »open rate«-om 28,31 %).</p>
<p>Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>V okviru kampanje promocija v britanskih medijih Wanderlust, Luxury Magazine, Olive in Olive Magazine.</p>
<p>Slovenia's Geography of Adventure – kampanja za promocijo Slovenije kot dežele aktivnih doživetij na kanalih National Geographic.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Združeno kraljestvo je eden ključnih trgov kampanje.</p>
<p>Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem, Zdravje in dobro počutje, Zgodovinska mesta in kultura ter Gastronomija v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).</p>

SEKUNDARNI EVROPSKI TRGI

Hrvaška in Srbija

Na hrvaškem in srbskem trgu smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje in promocijske aktivnosti. V letu 2022 smo na sekundarnih evropskih trgih realizirali sredstva v višini 184.440 EUR oziroma 2 % sredstev za domači trg in tuje trge.

Preglednica 19: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Hrvaška in Srbija

HRVAŠKA IN SRBIJA	
HRVAŠKA ► 2022: 4,9 % prenočitev (7. mesto med tujimi) ► 196,8 % več prenočitev glede na leto 2021	
SRBIJA ► 2022: 3,2 % prenočitev (11. mesto med tujimi) ► 114,6 % več prenočitev glede na leto 2021	
NACRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
17.5. Workshop v Zagrebu. 10.5. Predstavitev Slovenije v Beogradu. 12.10. Worskhop v Beogradu.	✓ Izvedeno
11.-14.4. Študijska tura TO in TA. 2.-6.11. Študijska tura TO in TA. 23.-27.11. Študijska tura TO in TA. 25.-27.5. Študijska tura TO in TA.	✓ Izvedeno
Izvedba študijskih potovanj za TO in TA v času SIW in novinarje po Sloveniji.	✓ Izvedeno
Poslovni novičniki (5 x letno).	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem ter Zdravje in dobro počutje v okviru Globalne digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).
Negovanje odnosov s hrvaškimi mediji, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih in organizacija študijskih potovanj novinarjev splošnih in specializiranih medijev.	✓ Izvedeno S hrvaškega in srbskega trga smo v sklopu 2 študijskih potovanj gostili 8 novinarjev in s tem pokrili 3 različne produkte (ena na produktih Zdravje in dobro počutje + Aktivne počitnice na prostem in ena na produktu Gastronomija). Najodmevnejši mediji na študijskih potovanjih so bili: Telegraf Srbija, Euronews Srbija, Danas, DIVA, Večernji in Elle.
Promocijske aktivnosti in informiranje uporabnikov iz Hrvaške in Srbije preko spletne strani slovenia.info.	✓ Izvedeno Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v angleškem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v angleškem jeziku.
Novičniki v angleškem jeziku za novinarje iz Hrvaške in Srbije.	✓ Izvedeno 64 naročnikov na News je s Hrvaške, 76 pa iz Srbije. V letu 2022 je bilo preko sistema Net Results poslanih 26 novičnikov »News from Slovenia«

	(poslanih na 3.630 naslovov, s povprečnim »open rate«-om: 18,65 %) in 52 sporočil za javnost (s povprečnim »open rate«-om 28,31 %).
Objave na družbenih omrežjih za hrvaški ciljni trg.	✓ Izvedeno Priprava objav v hrvaškem jeziku (prehodna) in oglaševanje na FB (pridobivanje novih prejemnikov novic).
Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.	✓ Izvedeno V okviru kampanje promocija v hrvaških in srbskih medijih Jutarnji.hr, Jutarnji, Gloria.hr, Like ! Putovanja magazin, 24sata.hr, Miss7.hr, MissMama.hr, MissZdrava.hr, Skijanje.hr, Elle.rs, Elle, Senda, Kurir.rs.

Nordijske države

Na trgu nordijskih držav smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje in promocijske aktivnosti.

Preglednica 20: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Nordijske države

NORDIJSKE DRŽAVE	
<p>DANSKA ▶ 2022: 0,7 % prenočitev (23. mesto) ▶ 175,2 % več prenočitev glede na leto 2021 FINSKA ▶ 2022: 0,3 % prenočitev (36. mesto) ▶ 273,1 % več prenočitev glede na leto 2021 NORVEŠKA ▶ 2022: 0,3 % prenočitev (38. mesto) ▶ 306,9 % več prenočitev glede na leto 2021 ŠVEDSKA ▶ 2022: 0,6 % prenočitev (25. mesto) ▶ 251,3 % več prenočitev glede na leto 2021</p>	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	NAČRTOVANE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
30.6.-1.7. Predstavitev Slovenije na 1. etapi Tour de France - Copenhagen, Danska.	✓ Izvedeno
Izvedba študijskih potovanj za TO in TA v času SIW in novinarje po Sloveniji.	✓ Izvedeno
Poslovni novičniki (5 x letno).	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Promocijske aktivnosti in informiranje uporabnikov iz nordijskih držav preko spletne strani slovenia.info.	✓ Izvedeno Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v angleškem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v angleškem jeziku. Osvežili smo tudi pristajalne strani globalne digitalne kampanje v danskem, finskem in švedskem jeziku – 5 strani v vsakem jeziku. Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 11,8 tisoč obiskovalcev iz Danske in 5,8 uporabnikov iz Finske.
Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.	✓ Izvedeno V okviru kampanje promocija v danskem mediju Politiken.

ODDALJENI TRGI

**ZDA, Kanada, ZAE,
Izrael, Azijski trgi**

Tudi na teh trgih je bil, podobno kot na ključnih, poudarek na vsebinskem digitalnem marketingu in komunikaciji s končnim kupcem (B2C). Tu smo krepili sodelovanje s poslovnimi javnostmi (segment B2B). Ravno tako smo aktivnosti in komunikacijo prilagajali trenutnim razmeram na posameznem trgu.

Na oddaljenih trgih smo izvajali in izvedli navedene aktivnosti pospeševanja prodaje in promocijske aktivnosti. V letu 2022 smo na oddaljenih trgih realizirali sredstva v višini 414.366 EUR oziroma 5 % sredstev za domači trg in tuje trge.

Preglednica 21: Načrtovane in izvedene aktivnosti za trg: Oddaljeni trgi

ODDALJENI TRGI	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	NAČRTOVANE AKTIVNOSTI
POSPEŠEVANJE PRODAJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE
SEJMI, BORZE, WORKSHOPI:	
1.3. ETOA - European Travel Marketplace Nord America. 16.-20.3. ASTA River Cruise Expo. 8.4. Workshop v Dallasu. 25.-28.4. Seatrade Cruise Global v Miamiu. 13.-19.8. Virtuoso v Las Vegasu. 21.7. Virtuoso webinar. 10.11. Virtuoso webinar. 12.12. Signature webinar. 29.11.-2.12. USTOA konferenca v Austinu. 1.1.-31.3. Predstavitev Slovenije na svetovni razstavi EXPO v Dubaju. 9.2. Workshop v Dubaju (na EXPO). 1.3. Workshop v Dubaju (na EXPO). 29.-30.3. IMTM v Tel Avivu. 21.-22.6. Partnerships in European Tourism with China. 23.11. Mongolska delegacija.	✓ Izvedeno
27.3.-31.3. Študijska tura TO in TA iz ZDA. 27.3.-31.3. Študijska tura TO in TA iz ZDA. 27.5.-1.6. Študijska tura za TO in TA iz ZDA. 1.-3.9. Študijska tura za predsednika USTOA iz ZDA. 18.-21.3. Študijska tura TO in TA iz UAE.	✓ Izvedeno
Izvedba študijskih potovanj za TO in TA v času SIW in novinarje po Sloveniji.	✓ Izvedeno
Poslovni novičniki (5 x letno).	✓ Izvedeno
PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI
Globalna digitalna kampanja na družbenih omrežjih in Google platformi.	✓ Izvedeno Spletno oglaševanje produktov Aktivna doživetja na prostem, Zdravje in dobro počutje, Zgodovinska mesta in kultura, Gastronomija v okviru Globalne

	digitalne kampanje 2022 od začetka meseca julija do konca meseca decembra na kanalih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, TikTok) ter na YouTube in Google kanalih (Search, Discovery, Performance Max).
Negovanje odnosov z mediji iz ZDA in Kanade, lansiranje zgodb in navduševanje o Sloveniji ter o posameznih produktih in organizacija študijskih potovanj novinarjev splošnih in specializiranih medijev.	✓ Izvedeno Iz ZDA in Kanade smo v sklopu 7 študijskih potovanj gostili 8 novinarjev na 2 različnih produktih (dve na produktu Mesta in kultura, tri na produktu Aktivne počitnice na prostem in dve na produktu Gastronomija). Najodmevnejši medij na študijskih potovanjih so bili The Times, Adventure Journal in Matador.
Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022.	✓ Izvedeno V okviru kampanje promocija v ameriškem spletnem mediju CNN.
Aktivnosti na portalu slovenia.info in novičniki v angleškem jeziku za nagovarjanje potencialnih obiskovalcev iz ZDA.	✓ Izvedeno Na portalu slovenia.info smo na turističnih straneh pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 obstoječih vsebin v angleškem jeziku. Redno smo posodabljali t.i. Covid stran z najaktualnejšimi informacijami v angleškem jeziku. Osvežili smo tudi 7 pristajalnih strani globalne digitalne kampanje v angleškem jeziku. Vsebine na portalu slovenia.info je v letu 2022 obiskalo 446,4 tisoč obiskovalcev iz ZDA.
Novičniki v angleškem jeziku za novinarje iz ZDA.	✓ Izvedeno 297 naročnikov na News je iz ZDA in Kanade. V letu 2022 je bilo preko sistema Net Results poslanih 26 novičnikov »News from Slovenia« (poslanih na 3.630 naslovov, s povprečnim »open rate«-om: 18,65 %) in 52 sporočil za javnost (s povprečnim »open rate«-om 28,31 %).

Na oddaljenih trgih smo skladno z zdravstvenimi okoliščinami in normalizacijo stanja v partnerskih povezavah s slovenskim turističnim gospodarstvom in s sosednjimi državami postopoma nadaljevali z aktivnostmi, predvsem od ponovne vzpostavitve letalskih povezav. Razvili smo privlačne in konkurenčne produkte, v sodelovanju z letalskimi družbami pa strateško zasnovali pritek turistov s teh trgov. Krepili smo aktivnosti preko digitalnih platform, namenjenih TO in TA segmentu (webinarji, virtualni dogodki). Partnersko smo sodelovali v mednarodnih združenjih, kot so ECTAA, ABTA, Connections, kot tudi na prekomorskih trgih (Virtuoso, Signature, USTOA, PATA). Okrepljena promocija Slovenije kot turistične destinacije je potekala v letu 2022 na ključnem globalnem dogodku leta, na EXPO Dubai.

SKUPNI PROJEKTI PROMOCIJE

V letu 2022 smo izvedli skupne projekte promocije - globalne borze v tujini, poslovne dogodke v Sloveniji, globalno promocijske projekte ter mednarodne športne dogodke v Sloveniji.

Preglednica 22: Skupni projekti promocije

SKUPNI PROJEKTI PROMOCIJE	
NAČRTOVANE AKTIVNOSTI	IZVEDENE AKTIVNOSTI
<p>a) Globalne borze v tujini</p> <p>FITUR Madrid 9.1.-23.01. ITB Berlin 9.3.-13.3. IMEX Frankfurt 26.4.-28.4. TTG Rimini 12.10-14.10. WTM London 7.11.-9.11. IMEX America 11.10.-13.10. IBTM Barcelona 29.11.-1.12.</p>	<p>✓ Izvedeno (ITB je potekal v virtualni izvedbi)</p>
<p>b) Poslovni oziroma B2B dogodki v Sloveniji</p> <p>Conventa 24.8.-25.8. Conventa Crossower 25.8.-26.8. SIW 2022 29.5.-1.6. SPA-CE in ESPA 20.9.-23.9. Gostovanje ETC General meeting v Ljubljani 18.5.-20.5. Tafisa kongres v Portorožu 8.6.-12.6. Velo-city v Ljubljani 14.6.-17.6. World Future Verse Conference - Bled 29.9. Festival za 3. življenjsko obdobje 27.9.-29.9.</p>	<p>✓ Izvedeno (vključno z dodatnimi dogodki, z izjemo SITE ISE, ki je bil s strani organizatorjev prestavljen na 2023)</p>
<p>c) Globalni promocijski projekti</p> <p>EXPO Dubai 1.10.21 - 31.3.22</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>d) Mednarodni športni dogodki v Sloveniji</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>STO je okrepila vlogo in sodelovanje pri mednarodno prepoznavnih športnih dogodkih doma in v tujini s ciljem promocije Slovenije kot turistične destinacije in predstavitve nacionalne in turistične znamke I feel Slovenia široki javnosti, medijem in strokovni javnosti.</p> <p>V letu 2022 smo podprli približno 60 mednarodnih športnih dogodkov v Sloveniji, od tega 10 največjih mednarodnih športnih dogodkov ranga svetovna in evropska prvenstva (Svetovno prvenstvo v odbojki za moške, Evropsko prvenstvo v rokometu za ženske, Svetovno prvenstvo v hokeju na ledu – divizija I, skupina A, Svetovno prvenstvo v letenju s toplozračnimi baloni, itd.) in preko javnega poziva 50 športnih dogodkov nižjega ranga (svetovni, evropski pokali, kvalifikacije za svetovna in evropska prvenstva, lige prvakov, mednarodni rekreativni športni dogodki, itd.).</p>

4.1.3. Komunikacijska orodja

Za vsak trg smo pripravili komunikacijski splet različnih orodij tržnega komuniciranja. Nadaljevali smo z usmeritvijo v vsebinski digitalni marketing.

VSEBINSKI DIGITALNI MARKETING

V letu 2022 se je STO s ciljem večanja prepoznavnosti ključnih produktov Slovenije osredotočala na predstavitev in promocijo ključnih turističnih produktov izbranim ciljnim skupinam preko vrhunskih vsebin. Nadaljevali smo usmeritev v vsebinski marketing, ki se je osredotočal na potrebe ciljnih skupin, s katerimi smo komunicirali, in je v kombinaciji z naprednimi tehnologijami in digitalnimi orodji bil ključen za uresničevanje komunikacijskih ciljev Slovenije kot turistične destinacije.

Oblikovan je bil krovni letni uredniški koledar za leto 2022, ki je uporabno in učinkovito orodje upravljanja vsebin, in je služil kot platforma za usklajevanje vsebin z destinacijami in produktivni združenji ter znotraj različnih digitalnih načinov promocije STO, s ciljem, da smo na vseh nivojih komunicirali čim bolj usklajeno in ustvarjali večje komunikacijske učinke. Tako smo pripravili 41 novih in prenovili 59 obstoječih vsebin, zgodb v šestih jezikih na uradnem slovenskem turističnem portalu www.slovenia.info. Omenjene vsebine smo komunikacijsko podprli s pošiljanjem mesečnega novičnika »Stories from Slovenia« in sicer poleg angleške različice tudi ločeno za italijanski trg ter za nemško govoreče trge. Pošiljali smo novičnik Zgodbe iz Slovenije, s katerim smo nagovarjali domači trg. Vsaka dva meseca smo poslali gastronomski novičnik, ki je podpiral vsebine, objavljene na gastronomskem portalu TasteSlovenia.si. V letu 2022 smo nadaljevali s podrobnim spremljanjem aktualnih ukrepov v povezavi s stanjem koronavirusa v Sloveniji z namenom zagotavljanja ažurnih informacij o vstopnih pogojih v Slovenijo in vseh ostalih informacijah, ki so bile pomembne za načrtovanja potovanja v Slovenijo. V ta namen smo redno posodabljali pristajalno stran (več kot 100-krat), ki je ponujala aktualne informacije na uporabniku prijazen in jasen način v 6-ih jezikovnih različicah. V prvi polovici leta 2022 smo nadaljevali z obveščanjem uporabnikov o najbolj aktualnih spremembah v povezavi s Covid-19 in tako poslali 12 posebnih obvestil (4-krat) v angleškem, nemškem in italijanskem jeziku. Navedena stran z aktualnimi informacijami je bila v letu 2022 ena izmed najbolj obiskanih strani na slovenia.info; obiskalo jo je več kot 230.000 obiskovalcev. Poleg te strani so bile v letu 2022 najbolj obiskane še pristajalne strani digitalne kampanje, domača stran portala, stran o novih nastanitvah v letu 2022 in stran z informacijami o prihodu v Slovenijo z avtomobilom.

Shema 4: Obiskanost www.slovenia.info v letu 2022 (primerjava z l. 2021, vir podatkov: Google Analytics 4)

Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022				
Total users	Views	Sessions	Event count	Engagement rate
6,095,539	14,017,453	8,460,998	111,453,974	61.35%
↑ 2,594,061	↑ 60.2%	↑ 367.3%	↑ 36.6%	↑ 313.2%

Pri produkciji novega fotografskega in video gradiva za bogatenje vsebine Mediateke smo se osredotočili na vrhunske, sodobne »vizuale«, ki podpirajo zgodbo Slovenije kot zelene butične destinacije za 5-zvezdična doživetja. S privlačnimi »vizualik« podkrepimo besedila v interaktivnih člankih oziroma zgodbah, te pa so podlaga za objave po vseh digitalnih kanalih STO. Osredotočamo se predvsem na pripravo prilagojenih vsebin za potrebe ciljanega in

personaliziranega nagovarjanja obiskovalcev portala s ciljem povečevanja zadovoljstva vsebin, ki obiskovalca v pretežni meri zanimajo.

Oglaševalske kampanje

Oglaševalske kampanje zajemajo pretežno digitalne kampanje kot pomemben del trženjskih usmeritev STO, z uporabo sodobnih, tehnoloških digitalnih orodij in sicer v dveh večjih sklopih. Prvi sklop zajema vsebinske večkanalne kampanje v partnerstvih z večjimi, globalnimi medijskimi partnerji. Drugi sklop predstavlja globalna digitalna kampanja, ki zajema vse bližnje in določene oddaljene trge in temelji na dvigovanju prepoznavnosti, ugleda in verjetnosti izbire Slovenije za turistično destinacijo preko različnih oblik oglaševanja - družbena omrežja (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, TikTok), Google platforma (YouTube, Search oglasi, Discovery, Performance Max). V okviru Globalne digitalne kampanje 2022 smo ustvarili 13.200 oglasov z 12 jezikovnimi različicami, dosegli 595.059.842 prikazov Facebook, Instagram, Twitter, YouTube Masthead oglasov, 69.908.273 ogledov YouTube in TikTok videov, 63.309 klikov na LinkedIn in Pinterest oglase ter 4.772.907 klikov na Search, Discovery in Performance Max oglase. Za Globalno digitalno kampanjo smo prejeli SoMO Borac zlato nagrado za najboljšo globalno digitalno kampanjo Twitter Amplify Tour de France ter objavo te kampanje kot primer dobre prakse na uradni spletni strani Twitterja – marketing.twitter.com. Sodelovali smo pri projektu Evropske potovalne komisije (ETC) »EU invites the curious« za promocijo produktov Aktivna doživetja na prostem ter produkta Mesta in kultura - junij in julij 2022 - na trgu Severne Amerike.

Shema 5: Globalna digitalna kampanja na ciljnih trgih



Tudi v letu 2022 je tako kot predhodno leto potekalo oglaševanje glede na sezono in glede na zaznani motiv uporabnikov po posameznem ciljnim trgu, usmerjeno na promocijo glavnih produktov slovenskega turizma, vključeni pa so bili tudi konkretni paketi s strani turističnega gospodarstva. Kreativna kampanje temelji na komunikacijski platformi I feel Slovenia - MY WAY, ki na emocionalen način nadgrajuje pozicijo Slovenije kot aktivne, zelene in zdrave destinacije in jo približa obiskovalcem, ki iščejo personalizirane izkušnje in doživetja po meri posameznika. STO je k sodelovanju pri kampanjah povabila tudi destinacije in slovensko turistično gospodarstvo, skladno z namenom in cilji posamezne načrtovane digitalne kampanje.

Klasično oglaševanje (televizijsko oglaševanje, tiskani mediji – »lifestyle« revije, specializirani mediji in drugi vplivni mediji, zunanje oglaševanje) smo izvajali kot dopolnitev digitalnemu

komuniciranju, s poudarkom na promociji glavnih produktov na bližnjih ter nekaterih oddaljenih trgih. V letu 2022 je bila izvedena kampanja za promocijo ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih. Oglaševanje je potekalo v obliki spletnih »advertorialov«, posebnih pristajalnih strani (»hub« vsebin) v spletnih medijih ter v obliki »advertorialov« in slikovnih oglasov v tiskanih medijih. Vsebine so predstavljale Slovenijo kot atraktivno, a varno destinacijo za aktivne počitnice na prostem, oddih v mestnih in kulturnih središčih ter zgodovinskih mestih, počitnice v termah ter gastronomska razvajanja. Objavljene so bile v 100 medijih na trgih Nemčije, Švice, Avstrije, Italije, Francije, Španije, Nizozemske, Združenega kraljestva, Danske, ZDA in Kanade, Hrvaške, Srbije, Madžarske, Češke, Pojske in Slovaške.

V letu 2022 se je z novimi aktivnostmi nadaljevala dvoletna kampanja za promocijo Slovenije kot dežele aktivnih doživetij na kanalih National Geographic »Slovenia's Geography of Adventure«. Ta se je z namenom predstavitve Slovenije kot izjemne destinacije za aktivne počitnice v objemu neokrnjene narave odvila na sedmih trgih: Slovenija, Italija, Avstrija, Nemčija, Francija, Nizozemska in Združeno kraljestvo. V okviru 2. faze kampanje je bil posnet 3-minutni video »Slovenia's Geography of adventure«, ki je v okviru kampanje dosegel 1,5 milijona ogledov. Pripravljene so bile tri spletne zgodbe, ki so skupno dosegle 150 tisoč ogledov. Objave na družbenih omrežjih National Geographica so zabeležile 193 tisoč odzivov. Skupno so elementi kampanje zabeležili 35,9 milijonov prikazov.

Slika 4: Primeri oglasov in »advertorialov« iz kampanje promocije ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih in specializiranih tiskanih medijih v letu 2022



Medijska partnerstva

V letu 2022 smo sodelovali z globalnimi vplivnimi znamkami oziroma medijskimi partnerji, kot so National Geographic, Lonely Planet, Conde Nast Traveller, Eurosport, Michelin, Gault&Millau, 50 Best Discovery, Google Arts&Culture in drugi.

Družbena omrežja

Pri objavah na družbenih omrežjih Feel Slovenia sistematično uporabljamo prijeme vsebinskega marketinga in prepoznavamo izjemno pomembno vlogo posameznih kanalov pri promociji slovenskega turizma ter navduševanju uporabnikov za obisk Slovenije. Razvili smo lasten stil komuniciranja, ki vključuje privlačne »vizuale« in v letu 2022 so bili v kategoriji »Inovacija« z

zlatom na Golden City Gate mednarodno nagrajeni »Posnetki v živo na FB in IG kanalu FeelSlovenia«.

Na aktivnih kanalih družbenih omrežij (Facebook, Twitter, Instagram, poslovni Twitter, LinkedIn, Pinterest, Youtube, TikTok in Tik Tok za promocijo poklicev) nas spremlja več kot 960.000 sledilcev, v letu 2022 smo pripravili več kot 7.400 objav (več kot 30.000 uporabnikov je bilo napotenih na krovni portal iz organskih objav) in elementov »Stories« objav. Zaradi objektivnih okoliščin na družbenih omrežjih WeChat in Weibo, ki pokrivata kitajski ciljni trg, ne komuniciramo aktivno; prav tako so bile opuščene aktivnosti na V Kontakte, ruskem družbenem omrežju. Na kanalih družbenih omrežij je bilo prejetih 3,7 milijona interakcij (všečkov, komentarjev, delitev, shranitev) na objave. Poudarek je bil na spodbujanju dvosmerne komunikacije in pripravi kampanj (Moja Slovenija, TDF, Tour of Slovenia, foto natečaji in nagradni kvizi). V skladu s cilji komuniciranja se je v letu 2022 izvajalo tudi plačljivo (t.i. sponzorirano) oglaševanje za izpostavitve ključnih promocijskih aktivnosti.

V skladu z vsemi tehničnimi možnostmi platform ter sodobnimi trendi na področju digitalnega komuniciranja v turizmu imajo STO kanali družbenih omrežij svojevrsten »storytelling«, ki je ciljno prilagojen vsaki platformi posebej. S konsistentnimi objavami, ki jih združuje »hashtag #ifeelsLOVEnia«, avtentičnimi vsebinami in emocionalno noto ter uporabo visoko-kakovostnih fotografskih in video vsebin, konsistentno komuniciramo prepoznavnost in ugled Slovenije kot turistične destinacije pod znamko I Feel Slovenia. V jedru naših aktivnosti na družbenih omrežjih ostaja povezovanje z uporabniki in krepitev dvosmerne komunikacije. Redno se uporablja ključnike za označevanje objav vezanih na ključne produkte slovenskega turizma kot so #sloveniaoutdoor, #tasteslovenia, #sloveniaculture, #slovenianature, #sloveniaspas, #sloveniagreen in #sloveniameetings.

Shema 6: Družbena omrežja STO v letu 2022



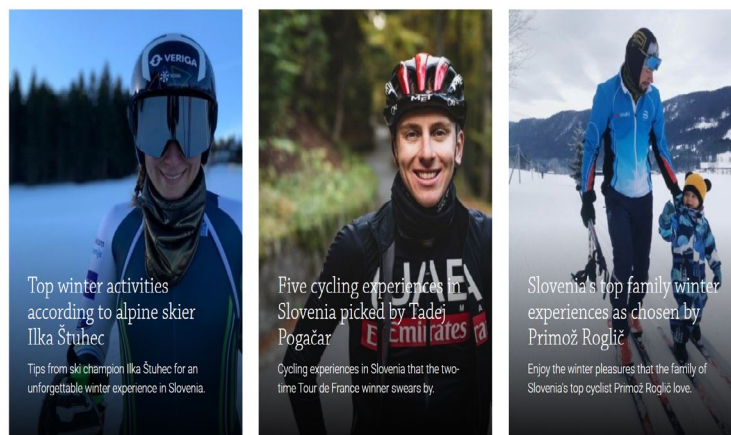
Študijska potovanja za novinarje

V letu 2022 smo ponovno izvedli številna študijska potovanja za tuje medije. Skupaj s predstavništvi na Dunaju, v Munchnu in v Milanu smo izvedli več kot 97 študijskih potovanj, v sklopu katerih smo gostili več kot 201 tujega novinarja in spletnega vplivneža. Zabeležili smo več kot 2166 objav v tujih medijih v vrednosti skoraj 535 milijonov evrov in dosegom preko 7 milijard ljudi (podatek za objave na trgih Avstrije, Nemčije, Švice, Italije, Francije, Belgije, Nizozemske, Velike Britanije in Madžarske).

Promocija Slovenije v partnerstvu s športniki, ambasadorji slovenskega turizma

V letu 2022 smo sodelovali z vrhunskimi športniki Primožem Rogličem in njegovim klubom Jumbo Visma, Tadejem Pogačarjem, Ilko Štuhec, ponovno smo vzpostavili sodelovanje z Luko Dončičem, prvič pa smo sodelovanje sklenili z Janjo Garnbret. Aktivnosti z ambasadorji so se nanašale predvsem na področje deljenja objav o Sloveniji na družbenih omrežjih, snemanja promocijskih videov, promocije Slovenije kot destinacije za športne priprave, pri izvedbi aktivacijskih kampanj, podkastov in sodelovanje pri pripravi zgodb za slovenia.info. Dodana vrednost sodelovanja z ambasadorji v sklopu digitalnega marketinga je predvsem v tem, da prek tovrstnih vsebin gradimo odnos s sledilci tako preko športnikovih kot na naših lastnih kanalih. Povezave z ambasadorji smo gradili tudi na izbranih, mednarodno odmevnih športnih dogodkih v Sloveniji ter dogodkih v tujini, na katerih smo izpostavljali Slovenijo kot turistično destinacijo.

Slika 5: Zgodbe na slovenia.info z ambasadorji slovenskega turizma



POSLOVNE BORZE IN SEJMI V ORGANIZACIJI STO

V letu 2022 smo izvedli sejme in borze v organizaciji STO - v živo/virtualno/hibridno, kot je razvidno iz spodnje tabele.

Preglednica 23: Sejmi in borze v organizaciji STO v letu 2022

Datum	Načrtovani dogodek	Mesto	Država	Splošni sejem/ borza	Izvedeni dogodek
13.1.-16.1.2022	Ferienmesse	Dunaj	Avstrija	Splošni sejem	× Odpovedan s strani organizatorja
15.1.-23.1.2022	CMT	Stuttgart	Nemčija	Splošni sejem	× Odpovedan s strani organizatorja
19.1.-23.1.2022	FITUR	Madrid	Španija	Borza	✓ Izvedeno

16.2.-20.2.2022	F.R.E.E.	München	Nemčija	Splošni sejem	× Odpovedan s strani organizatorja
9.3.-13.3.2022	ITB	Berlin	Nemčija	Borza	✓ Virtualno
9.6.-12.6.2022	Tiroler Fruhjahrsmesse	Innsbruck	Avstrija	Splošni sejem	✓ Izvedeno
18.3.-20.3.2022	Holiday World	Praga	Češka	Splošni sejem	✓ Izvedeno
18-20.3.2022	BMT	Napoli	Italija	Borza	✓ Izvedeno
1.4.- 3.4.2022	Freizeit	Celovec	Avstrija	Splošni sejem	✓ Izvedeno
1.4.-3.4.2022	Urlaub & Camoing Messe Wels	Wels	Avstrija	Splošni sejem	✓ Izvedeno
10.4.- 12.4.2022	BIT	Milano	Italija	Borza	✓ Izvedeno
26.4.-28.4.2022	Seatrade	Miami	ZDA	Borza	✓ Izvedeno
26.4.-28.4.2022	IMEX	Frankfurt	Nemčija	Kongresna borza	✓ Izvedeno
26.4.-27.4.2022	RDA	Köln	Nemčija	Borza	✓ Izvedeno
20.9.-22.9.2022	IFTM Top Resa	Pariz	Francija	Borza	✓ Izvedeno
26.8.-4.9.2022	Caravan Salon	Düsseldorf	Nemčija	Splošni sejem	✓ Izvedeno
13.9.-15.9.2022	Seatrade Med Cruise	Malaga	Španija	Borza	✓ Izvedeno
29.9.-3.10.2022	Herbstmesse Graz	Graz	Avstrija	Splošni sejem	✓ Izvedeno
12.10.-14.10.2022	TTG Rimini	Rimini	Italija	Borza	✓ Izvedeno
11.10.-13.10.2022	IMEX America	Las Vegas	ZDA	Kongresna borza	✓ Izvedeno
17.10.-20.10.2022	IGTM	Rim	Italija	Borza	✓ Izvedeno
19.-23.10.2022	Caravan Salon	Wels	Avstrija	Splošni sejem	✓ Izvedeno
12.-13.11.2022	Photo+Adventure	Voesendorf	Avstrija	Splošni sejem	✓ Izvedeno
8.-9.11.2022	BTB borza	Voesendorf	Avstrija	Borza	✓ Izvedeno
7.11.-9.11.2022	WTM	London	VB	Borza	✓ Izvedeno
29.11.-1.12.2022	IBTM	Barcelona	Španija	Kongresna borza	✓ Izvedeno
16.11.-22.11.2022	TC	Leipzig	Nemčija	Splošni sejem	✓ Izvedeno

Slika 6: WTM London 2022



Izvedena je bila turistična poslovna borza na oddaljenih trgih s poudarkom na komunikaciji z organizatorji potovanj in letalskimi družbami, kjer sodelujemo z najeto stojnico.

Preglednica 24: Turistične poslovne borze na oddaljenih trgih s poudarkom na komunikaciji z organizatorji potovanj, kjer sodelujemo z najeto stojnico (B2B) v letu 2022

Datum	Naziv dogodka	Mesto	Država	Vrsta	Izvedeni dogodek
8.-9.2.2022	IMTM	Tel Aviv	Izrael	Borza/sejem	✓ Izvedeno

NADALJEVANJE POSPEŠEVANJA PRODAJE IN DIGITALIZACIJA NA KLJUČNIH B2B PODROČJIH

V letu 2022 je STO ob izvedbi digitalnih projektov na B2B področju, ki jih je razvila kot alternativna orodja komuniciranja v času pandemije (FEEL SLOVENI@ On-line treningi, FEEL SLOVENI@ webinarji in FEEL SLOVENI@ Business Date), pričela s ponovno organizacijo in izvedbo borznih, sejmskih in poslovnih dogodkov v živo. V letu 2022 je STO prvič zakorakala na področje »metaverse« oz. »blockchain« s tem, ko je lansirala prvo serijo NFT-jev na borzah BIT Milano in WTM London. Prav tako se je udeležila številnih predstavitev, simpozijev, novinarskih konferenc doma in v tujini s predstavitvijo povezovanja tehnologije veriženja blokov in turizma.

V letu 2022 je STO izvedla 127 dogodkov v tujini, med drugim FITUR Madrid, BIT Milano, Vakantiesalon Bruselj, ITB Berlin (virtual), IMTM Tel Aviv, Imex ZDA, WTM London, IBTM World Barcelona, TTG Rimini, IFTM Top Resa Pariz itn. Obenem smo izvedli preko 25 študijskih tur za tuje TO in TA. Med ključne dogodke leta štejemo predstavitev Slovenije na EXPO Dubai. Vsak mesec je zaznamovala predstavitev ene od štirih makro regij, predstavili so se ključni produkti slovenskega turizma. STO je na slovenskem paviljonu poskrbela za celostno promocijo Slovenije kot turistične destinacije, prav tako pa organizirala 4 tematske workshope. Osrednji poslovni dogodek STO je potekal 9. februarja ob t.i. nacionalnem dnevu Slovenije.

Slika 7: EXPO Dubai



Feel Sloveni@ On-Line treningi

FEEL SLOVENI@ On-line treningi »My way of escaping to Slovenia« so zasnovani kot spletna izobraževalna platforma za tuje B2B uporabnike, to je za tuje organizatorje potovanj in turistične agencije (TO in TA) iz celotnega sveta oziroma spletni izobraževalni kanal za posredovanje poglobljenih informacij v privlačni, igrivi obliki (pristop igrifikacije) in stroškovno učinkovita alternativa osebnim stikom. Z inovativnimi, kreativnimi in interaktivnimi vsebinami on-line treningov smo tuje organizatorje potovanj in turistične agencije tekom celotnega leta vabili, da poglobijo znanje o Sloveniji ter tako postanejo »I Feel Slovenia specialist«. Skozi igro se tako Slovenija predstavlja kot zelena, varna, aktivna in edinstvena destinacija.

Slika 8: FEEL SLOVENI@ On-line treningi »My way of escaping to Slovenia«



VIRTUOSO in Signature – ZDA, Kanada, Avstralija, NZ, Azija

Slovenija je vrsto let članica Virtuosa, vodilnega turističnega in potovalnega združenja s področja luksuznega in butičnega turizma, ki združuje 17.500 elitnih turističnih agentov (»Virtuoso Advisors«) iz več kot 1000 turističnih agencij, ki pokrivajo vse celine in se nahajajo v 50-ih državah. Največ, 70% agencij oz. članic, prihaja iz ZDA. Poleg aktivne promocije v okviru Virtuosa, smo v lanskem letu izvajali aktivno promocijo tudi med ameriškimi člani drugega najmočnejšega združenja, Signature.

Slovenska »incoming« borza »SIW on Boutique Tour 2022«

Slovenska turistična borza – »SIW on Boutique Tour 2022«, največji poslovni dogodek slovenskega turizma, je gostila 253 podjetij, od tega 120 tujih iz 24-ih držav. Udeleženci borze so bili predvsem iz evropskih trgov, krepki pa se zanimanje za Slovenijo tudi s prekomorskih trgov, predvsem iz ZDA. Drugič zapovrstjo je slovenska turistična borza pod nazivom »SIW on Boutique Tour« tuje in domače udeležence gostila na poslovnih dogodkih, ki se prepletajo z neformalnimi srečanji in edinstvenimi doživetji na študijskih turah v slovenskih makro destinacijah z Ljubljano kot izhodiščno točko. Največ tujih udeležencev je prišlo iz Italije (16), Avstrije (15), Nemčije (10), Belgije (9), Češke (8), Velike Britanije (7), Nizozemske (4), Madžarske (6) in Francije (5). Borze se udeležujejo tudi predstavniki turističnih agencij in organizatorjev potovanj iz Hrvaške, Danske, Finske, Švedske, Poljske, Slovaške, Švice ter ZDA (17) Izraela (4), Kanade, Argentine, Koreje in Združenih arabskih emiratov.

Udeleženci borze so 30. in 31. maja 2022 spoznavali Slovenijo na osmih enodnevnih študijskih potovanjih v makro destinaciji po lastni izbiri. Tekom dogodka so tako spoznavali dve različni destinaciji, v sklopu katerih so v popoldanskem delu programa potekali tudi sestanki ena na ena.

Slika 9: Slovenska turistična borza »SIW on Boutique Tour 2022«



Ključni B2B dogodki STO v letu 2022

V nadaljevanju so predstavljeni ključni B2B dogodki STO v letu 2022.

Preglednica 25: Ključni B2B dogodki v letu 2022

Datum	Načrtovani dogodek/vsebina	Država	Izvedeni dogodek
13.1.	Workshop v Dubaju (EXPO)	ZAE	✓ Izvedeno
27.1.	Webinar v Avstriji	Avstrija	✓ Izvedeno
9.2.	Workshop v Dubaju (EXPO)	ZAE	✓ Izvedeno
22.2.	Feel Slovenia Business Date – Italija	Italija	✓ Izvedeno
1.3.	Workshop v Dubaju (EXPO)	ZAE	✓ Izvedeno
11.3.	Tiskovna konferenca v Bolzanu (leti Bolzano-Maribor)	Italija	✓ Izvedeno

15.3.	Webinar Slovenija – Italija	Italija	✓ Izvedeno
15.3.	Workshop na Dunaju	Avstrija	✓ Izvedeno
Marec	Roadshow Avstrija	Avstrija	✓ Izvedeno
1.3.	ETOA - European Travel Marketplace Nord America	ZDA	✓ Izvedeno
16.-20.3.	ASTA River Cruise Expo v Budimpešti	Madžarska	✓ Izvedeno
17.3.	Tiskovna konferenca v Napoliju (leti Napoli-Maribor)	Italija	✓ Izvedeno
4.4.	New Deal Europe	ZK	✓ Izvedeno
6.4.	Workshop v Padovi (Villa Foscari)	Italija	✓ Izvedeno
8.4.	Poslovna konferenca in Workshop v Dallasu 2022	ZDA	✓ Izvedeno
8.4.	Tiskovna konferenca NFT – Milano	Italija	✓ Izvedeno
12.4.	Workshop v Salzburgu	Avstrija	✓ Izvedeno
14.4.	Workshop v Parizu	Francija	✓ Izvedeno
15.4.	Tiskovna konferenca Giro d'Italia – Kobarid	Italija	✓ Izvedeno
20.4.	Workshop v Pragi	Češka	✓ Izvedeno
21.4.	Workshop v Varšavi	Poljska	✓ Izvedeno
25.-28.4.	Seatrade Cruise Global - Miami	ZDA	✓ Izvedeno
28.4.-1.5.	t.i. Brunch z novinarji in TO in TA v Budimpešti	Madžarska	✓ Izvedeno
3.5.	Milano marketing festival	Italija	✓ Izvedeno
4.5.	Predstavitev Slovenije (Dolina Soče) na tiskovni konferenci Giro d'Italia v Milanu	Italija	✓ Izvedeno
10.5.	Predstavitev za TO in TA ter novinarska konferenca v Beogradu	Srbija	✓ Izvedeno
12.-14.5.	ICCA Venues International Workshop v Ljubljani	Slovenija	✓ Izvedeno
17.5.	Workshop in novinarska konferenca Zagreb	Hrvaška	✓ Izvedeno
27.5.	Giro d'Italia 2022 - etapa Slovenija	Slovenija	✓ Izvedeno
29.5.-1.6	Slovenska incoming borza (SIW)	Slovenija	✓ Izvedeno
9.6.	ETOA - City Fair	Globalni virtualni dogodek	✓ Izvedeno
21.6.	Predstavitev TO/TA Firenze (leti Firenze-Maribor)	Italija	✓ Izvedeno
21.-22.6.	Partnerships in European Tourism	Kitajska	✓ Izvedeno
30.6-1.7.	Predstavitev Slovenije na 1. etapi Tour de France v Copenhagnu	Danska	✓ Izvedeno
13.-19.8.	Virtuoso Travel Week	ZDA	✓ Izvedeno
21.7.	1.Webinar Virtuoso	ZDA	✓ Izvedeno
10.11.	2.Webinar Virtuoso	ZDA	✓ Izvedeno
14.-15.9.	SEAttrade Cruise Med v Malagi	Španija	✓ Izvedeno
26.9.-27.9.	Connections v Londonu (luxury)	ZK	✓ Izvedeno

28.9.-29.9.	Connections v Londonu	ZK	✓ Izvedeno
27.9.-29.9.	Festival za 3. življenjsko obdobje	Slovenija	✓ Izvedeno
29.9.-3.10.	Predstavitev Slovenije in gostovanje belgijskega kongresa Selectair	Belgija/ Slovenija	✓ Izvedeno
29.9.-1.10	World Future Verse Conference - Bled	Slovenija	✓ Izvedeno
6.10.	Predstavitev TO/TA na sejmu Barcolana 54	Italija	✓ Izvedeno
5.10.	Dogodek ob 10-letnici Alpe Adria Trail	Tromeja (Slovenija, Avstrija, Italija)	✓ Izvedeno
27.9.	Workshop v Budimpešti	Madžarska	✓ Izvedeno
25.10.	Virtuoso EMEA v Londonu	ZK	✓ Izvedeno
12.10.	Workshop v Beogradu	Srbija	✓ Izvedeno
27.10.	Predstavitev TO/TA Travel Open Day	Italija	✓ Izvedeno
22.-24.11.	Workshop za države Beneluks	Beneluks	✓ Izvedeno
3.-4.11.	The Global European Marketplace v Londonu- ETOA	ZK	✓ Izvedeno
Okt. – Nov. 2022	Roadshow Nemčija	Nemčija	✓ Izvedeno
23.11.	Mongolska delegacija v Sloveniji	Kitajska/ Slovenija	✓ Izvedeno
November 2022	BTB Borza avtobusnih prevoznikov v Voensendorfu	Avstrija	✓ Izvedeno
29.11.	Dogodek za TO/TA v Bratislavi	Slovaška	✓ Izvedeno
30.11.	Koncert ob zaključku Plečnikovega leta na Praškem gradu	Slovaška	✓ Izvedeno
12.12.	Signature webinar	ZDA	✓ Izvedeno
29.11.-2.12.	USTOA Annual conference & marketplace v Austinu	ZDA	✓ Izvedeno
13.12.	Workshop v Amsterdamu	Nizozemska	✓ Izvedeno

Globalna partnerstva in druge globalne B2B aktivnosti

Slovenija je bila aktivna v mednarodnih združenjih kot so ECTAA, ABTA, Connections kot tudi na prekomorskih trgih v okviru Virtuoso, Signature, USTOA, PATA, TCC center 17+1 (CEEC + Kitajska). Večletno partnerstvo z uglednimi mednarodnimi združenji utrjuje podobo Slovenije kot turistične destinacije, predvsem pa pripomore k izpostavitvi ali predstavitvi Slovenije v okviru njihovih prestižnih virtualnih dogodkov, webinarjev ali drugih butičnih srečanj z vplivneži.

Med ključna gostovanja ali partnerstva leta štejemo gostovanje letnega kongresa Selectair (29.9.-3.10.), belgijskega združenja za TO in TA v Sloveniji. Preko 100 članov je tako Slovenijo spoznalo v okviru letnega kongresa v Ljubljani, predvsem pa preko številnih več dnevniških študijskih tur po celotni državi. Kongres se je v Sloveniji sklenil z osrednjim večerom, posvečenem obeležitvi 40. obletnice tega pomembnega združenja .

V lanskem letu je Slovenija drugič zapovrstjo gostovala tudi eminentno #103 vodilno srečanje,

<p>SODELOVANJE Z LETALSKIMI DRUŽBAMI</p> <p>a) Redno sodelovanje z letalskimi družbami (Iberia, flydubai, Lufthansa itn.).</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedene marketinške aktivnosti z letalskimi družbami (na primer študijske ture v Sloveniji, workshopi v tujini, digitalna promocija).</p>
<p>MEDNARODNE NAGRADE</p> <p>a) Novi virtualni poslovni dogodki Feel Sloveni@ Business Date so bili nagrajeni kot zmagovalec na Conventa Best Event Awards.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
<p>NATEČAJ ZA NOVO STOJNICO SLOVENSKEGA TURIZMA</p>	
<p>SPODBUJANJE ORGANIZATORJEV POTOVANJ</p> <p>a) Objava javnega poziva za izvedbo trženjskih aktivnosti na tujih trgih s strani incoming TO in TA.</p> <p>b) Redni vnosi novih kontaktov TO in TA z dogodkov v CRM.</p> <p>c) Redna komunikacija s tujimi TO in TA in sodelovanje (v obliki webinarjev, skupnega marketinga, zagotavljanje foto, video materialov o Sloveniji ...).</p> <p>d) Spremljanje globalnih TO in TA.</p> <p>e) Letno sodelovanje z marketinškimi agencijami na področju B2B (Izrael, GCC, Češka in Slovaška).</p> <p>f) Letno sodelovanje s Slovenia centrom Praga.</p>	<p>✓ Izvedeno</p>

Globalna promocija produktov

Preglednica 27: Globalna promocija produktov

Načrtovani dogodek/vsebina	Izvedeni dogodek/vsebina
<p>SODELOVANJE PRI PROJEKTU ALPE ADRIA TRAIL</p> <p>a) Celoletno sodelovanje s partnerji v projektu AAT (Koroška, Furlanija Julijska krajina, Slovenija).</p> <p>b) Izvedba številnih marketinških in razvojnih aktivnosti ter predstavitev AAT na dogodkih doma in v tujini: Special Journeys, NL (januar), sejem Alpe-Adria, SLO (januar), pohodniško-kolesarski workshop Kopenhagen, DK (marec), Eurobike Frankfurt, DE (junij), Caravan Salon Duesseldorf, DE (avgust/september), Caravan & Touristik Leipzig, DE (november), Festival alpinističnega filma v Pragi, CZ (november); ter na drugih dogodkih v organizaciji STO.</p> <p>c) Obeležitev 10-letnice sodelovanja s skupnim dogodkom na tromeji.</p> <p>d) Oglaševanje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • v tujini: kampanja partnerjev (Globetrotter): objava 2. teden januarja (Sky Channel 186, 1 x tedensko, 4 tedni), nato oddaje dosegljive na njihovi spletni strani in na Amazon Prime (v januarju), objava oglasa v Globetrotter Magazinu (ZK) v decembru; • v Sloveniji: Na Prostem, Planinski vestnik. <p>e) Študijske ture: Kronen Zeitung, Kurier, Globetrotter, Movimiento Lento, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung.</p>	<p>✓ Izvedeno</p> <p>Izvedene so bile vse načrtovane aktivnosti pri projektih Alpe Adria Trail in Alpe Adria Golf.</p>

<p>SODELOVANJE PRI PROJEKTU ALPE ADRIA GOLF</p> <p>a) Celoletno sodelovanje s partnerji v projektu Alpe Adria Golf (Koroška, Furlanija Julijska krajina, Slovenija).</p> <p>b) Skupna spletna stran.</p> <p>c) Skupni dogodki v tujini: IGTM (oktober).</p>	<p>✓ Izvedeno</p>
--	-------------------

Pospeševanje Slovenije kot letalske destinacije

Z namenom krepitve letalskega potniškega prometa s Slovenijo je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo tudi v letu 2022 ponovno objavilo Javni razpis za izboljšanje letalske povezljivosti Slovenije z evropskimi in tretjimi državami. Na razpis so se prijavi tuji letalski prevozniki, ki izvajajo letalske operacije na eno ali več letališč v Sloveniji.

Sočasno je STO dodatno vlagala v promocijo Slovenije kot turistične destinacije na t.i. strateških avio trgih s ciljem dodatne rasti in razvoja novih emitivnih tržišč (ZAE/GCC, Španija, Združeno kraljestvo...).

JAVNI RAZPISI IN POZIVI ZA SOFINANCIRANJE

Deležnikom v turizmu smo zagotovili podporo v obliki pozivov in razpisov za sofinanciranje; javni razpis za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2022, javni poziv za spodbujanje trženjskih aktivnosti receptivnih organizatorjev potovanj in turističnih agentov na tujih trgih, javni poziv poslovnim subjektom, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja v Sloveniji ter javni poziv v podporo organizatorjem mednarodnih športnih dogodkov v Sloveniji v letu 2022.

Javni razpis za vodilne destinacije

Z namenom krepitve promocije trajnostno naravnane turistične ponudbe in spodbujanja digitalne preobrazbe vodilnih destinacij smo v aprilu objavili Javni razpis za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2022, ki je bil nadaljevanje javnega razpisa iz predhodnega leta. Za sofinanciranje vodilnih destinacij je bilo namenjenih 1.200.000 evrov. Prijavilo se je 35 vodilnih destinacij, kar pomeni, vse vodilne destinacije v Sloveniji. Z upravičenci so bile podpisane pogodbe v skupni višini 1,2 mio evrov, realizacija je bila 96 odstotna.

Javni poziv za spodbujanje trženjskih aktivnosti receptivnih organizatorjev potovanj in turističnih agencij na tujih trgih

Na podlagi izvedenega poziva za trženjske aktivnosti za incoming TO in TA v višini 300.000 evrov je bilo izvedenih 55 dogodkov v tujini (virtualnih in v živo) in 33 študijskih potovanj turističnih agentov in organizatorjev potovanj iz Evrope in prekomorskih trgov (pretežno ZDA in Azija) v Sloveniji.

Javni poziv poslovnim subjektom, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja

Objavili smo Javni poziv poslovnim subjektom, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja v Sloveniji. Skupaj smo prejeli in pregledali 152 vlog prijaviteljev, sredstva je prejelo 79 prijaviteljev, ob tem je bilo aktivnih 114 vodnikov oziroma agencij z več vodniki, ki so praviloma vsakih trideset dni oddajali poročila. Razpoložljiva sredstva so vodniki porabili v vrednosti 281.428,80 evrov.

Javni poziv za organizatorje mednarodnih športnih dogodke v Sloveniji v letu 2022

STO je v ob koncu leta 2021 objavila javni poziv za organizatorje mednarodnih športnih dogodkov v Sloveniji v letu 2022, ki se je konec meseca novembra 2022, zaradi neporabljenih sredstev, podaljšal do konca meseca januarja 2023. Podprli smo približno 50 športnih dogodkov nižjega ranga od svetovnih in evropskih prvenstev, ki se obravnavajo izven javnega poziva (svetovni in evropski pokali, kvalifikacije za svetovna in evropska prvenstva, lige pravkov, mednarodni rekreativni športni dogodki, itd.). Do konca meseca decembra je bilo porabljenih 694.000 evrov z DDV, od predvidenih 850.000 evrov z DDV, do konca meseca januarja 2023 pa se načrtuje še poraba približno 17.000 evrov z DDV.

4.2. TRŽENJSKA INFRASTRUKTURA

Trženjska infrastruktura je temelj, na katerem gradimo promocijo in komunikacijo na tujih trgih. Razdeljena je na več področij: raziskave, razvoj in inovativnost, spletni portal, promocijsko gradivo ter destinacijska in produktna partnerstva pri trženju. Trženjsko infrastrukturo predstavlja tudi izobraževanje slovenskega turističnega gospodarstva, s katerim smo nadaljevali tudi v letu 2022.

V letu 2022 so aktivnosti STO že sledile smernicam novo nastalih Strategije slovenskega turizma 2022-2028 in Strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022-2026. Izvajali smo ključne aktivnosti za učinkovitejši razvoj in trženje slovenskega turizma, s poudarkom na intenzivnejših razvojnih aktivnostih na podlagi usmeritev nove turistične strategije, trajnostnega razvoja ter zelenega in digitalnega prehoda slovenskega turizma.

V letu 2022 smo kot člani delovne skupine intenzivno sodelovali pri nastajanju nove turistične strategije za obdobje 2022-2028 ter bili nosilec priprave Strategije digitalne transformacije slovenskega turizma 2022-2026. V luči nove turistične strategije in negotove ekonomske situacije, ki jo po minuli zdravstveni krizi zdaj zaznamujejo vojna med Rusijo in Ukrajino, močno povišane cene energentov ter visoka inflacija, smo pripravili ter uskladili čistopis dokumenta Program dela STO 2022-2023. Ravno tako smo pripravili zasnovo koncepta Novi kazalniki uspešnosti slovenskega turizma ter konceptualno zasnovo delavnice Novi evropski kazalniki uspešnosti turizma v okviru načrtovanega srečanja ETC GM, ki je poteleka meseca maja v Ljubljani. O globalnih trendih na področju turizma ter o potrebnih prilagoditvah destinacij in gospodarstva novim ekonomskim razmeram v svetu smo razpravljali na panelu Turizem v okviru Blejskega strateškega foruma ter na Dnevih slovenskega turizma novembra v Laškem.

4.2.1. Raziskave, razvoj, inovativnost in evropski projekti

Raziskave in analitika

Na področju raziskav smo v letu 2022 nadaljevali sodelovanje z mednarodnimi institucijami, ki spremljajo ekonomske učinke različnih kriz, ki vplivajo na turiste, oblikujejo napovedi glede okrevanja gospodarstva ter spremenjenih potovalnih navad. Pomembno je bilo predvsem sodelovanje z ETC in aktivna vloga pri oblikovanju novih politik in tržno raziskovalnih projektov.

Usklajeno nadaljnje spremljanje in tesno sodelovanje s Statističnim uradom Slovenije smo izvedli preko izvedbe raziskave Ankete o tujih turistih in Ankete o tujih potnikih v letih 2021 in 2022. Za prepoznavanje ugleda Slovenije med obiskovalci smo pridobili vpogled v merjenje družbenega slovesa Slovenije, ki informacije pridobiva z različnih spletnih platform in poda sliko o trenutnem stanju. Skupaj z združenji smo nadaljevali vzpostavljeni sistem redne spremljave gibanja turističnega prometa članov posameznih produktnih združenj. Od združenja Slovenia Outdoor smo, v obliki strnjene poročila, pridobili pregled globalnih trendov na področju produktov (aktivna doživetja na prostem). Dodatno smo skupaj z združenji, skozi informiranje njihovih članov, delali na uresničevanju trajnostne vizije slovenskega turizma, ki je pri sodelovanju v letu 2022 imelo dodatno težo.

Zagotovili smo merjenje učinkovitosti dogodkov v organizaciji STO z izvajanjem spletnih anket o zadovoljstvu udeležencev/deležnikov slovenskega turizma, ki so bile izvedene v sklopu večjih dogodkov (Zeleni dan, »SIW on Boutique Tour«, Dnevi slovenskega turizma) in za splošno zadovoljstvo deležnikov z delom STO.

Na poslovnih straneh slovenia.info smo posodobili dva »dashboard«-a, namenjena spremljanju turističnega prometa (BI) ter spremljali objave o ekonomskih, družbenih in okoljskih kazalnikih turizma domačih in tujih inštitucij (Banka Slovenije, WTTC, WEF) z namenom spremljanja doseganja ciljev ter mednarodne konkurenčnosti.

Shema 7: Interaktivno orodje: Analiza turističnega prometa in Tržni profili na spletni strani



V letu 2022 smo redno zbiranje, analizo ter posredovanje podatkov o turističnem prometu še močneje okrepili s stalnim spremljanjem situacije, vezane na razmere, s katerimi se soočamo, s pregledom potovalnih namer na bližnjih trgih, pregledom različnih raziskav, spremljanjem izjav

in raziskav domačih in mednarodnih institucij ter informiranjem slovenskega turističnega gospodarstva. Na podlagi tega smo izdelali različne scenarije gibanja in okrevanja turističnega prometa v prihodnjih letih. Tako kot leta poprej smo pripravili in objavili publikacijo Turizem v številkah, v slovenskem in angleškem jeziku. Tekom leta smo izvajali analize različnih podatkov in pripravljali infografike ter dinamične grafe za privlačnejši prikaz podatkov.

Vzpostavitev nacionalnega informacijskega središča (NOO)

V prvem delu leta 2022 je bil pripravljen dokument identifikacije investicijskega projekta vzpostavitve Nacionalnega informacijskega središča in priprava pogodbe št. C2130-22-080047 o dodelitvi sredstev za izvedbo ukrepa C3K11RA »Trajnostni razvoj slovenskega turizma – nadgradnja Zelene sheme«, ki je bila podpisana konec julija 2022. Že vmesnem času je potekala priprava razpisne dokumentacije, ki je bila po podpisu pogodbe objavljena. Prvo javno naročilo je zasledovalo »Razvoj prototipa z analizo podatkovnih virov, pripravo funkcionalne specifikacije, izvedbenega designa in arhitekturne sheme za bodoče Nacionalno informacijsko središče za merjenje učinkov turizma in usmerjanje turističnih tokov – Nadgradnja Zelene sheme slovenskega turizma v okviru Načrta za okrevanje in odpornost«.

V okviru Pogodbe št. C2130-22-080047 o dodelitvi sredstev za izvedbo ukrepa C3K11RA »Trajnostni razvoj slovenskega turizma - nadgradnja zelene sheme«, so opredeljeni kazalniki in načrtovane vrednosti, ki bistveno prispevajo k doseganju mejnika Q2 2024:

- Kazalnik št. 1: Podpisani pogodbi o zaposlitvah, načrtovana vrednost 30.9.2022, izvedeno 22.8.2022 in 25.8.2022, začetek dela 1.9.2022.
- Kazalnik št. 2: Pripravljena razpisna dokumentacija in izbran izvajalec za prototipno fazo nacionalnega informacijskega središča in sistema za management turističnih tokov - pričakovana vrednost 30.9.2022: Skladno s postopkom JN so bile 23.9.2022 podane ocene strokovne komisije. V fazi ocenjevanja in preverjanja ponudb je bil ponudnik za prototipno fazo vzpostavitve Nacionalnega informacijskega središča pozvan k dopolnitvam dokazil. Rok za dokazila je bil 30.9.2022. 18.10.2022 je bila prejeta revizija na odločitev o oddaji JN. Odgovor Državne revizijske komisije je postopek 22.11.2022 povrnil v fazo odločitve o izbiri, ki je bila sprejeta 23.11.2022. Na to odločitev je bil s strani neizbranega ponudnika, dne 5.12.2022, ponovno vložen zahtevek za revizijo. 22.12.2022 je STO ugodila vloženi reviziji in razveljavila JN. Pričakovana vrednost te faze se podaljša skladno s pravnim postopkom novega javnega naročila po postopku naročila male vrednosti.

Na MGRT je bil v oktobru naslovljen dopis »Zaprosilo za podaljšanje roka za izvedbo investicijskega projekta« - do 30.6.2026 (zaključek vseh aktivnosti programa NOO). V novembru je bil podan negativen odgovor s strani skrbnice pogodbe NOO na MGRT, glede podaljšanja projekta in mejnika Q2 2024, ki se izteče 30.6.2024. Obenem je bilo odobreno podaljšanje roka posameznih aktivnosti (kazalnikov) znotraj končnega roka za zaključek projekta Q2 2024 NOO. V decembru 2022 je bil sklenjen Dodatek k pogodbi številka 1, kjer je bila na novo opredeljena dinamika črpanja sredstev v okviru NOO, potekale pa so tudi aktivnosti za usklajevanje novega mejnika.

Projektna skupina v vmesnem času vzpostavlja ključne KPI. Pripravljen je nabor 16-ih ključnih KPI-jev ter zaznana nujnost dostopa do vira podatkov eTurizma, da bi dosegali objavo podatkov v realnem času. Na to temo so potekali sestanki z MGTŠ in ostalimi deležniki (MNZ, SURS in

AJPES) ter priprava vsebinskih obrazložitvev za nujnost dostopa do eTurizma, sledila pa je privolitev v spreminjanje pravnih podlag za dostop STO do podatkovnega vira eTurizem. Ožja skupina NOO je v drugem delu leta aktivno delala tudi na turističnih tokovih, raziskovanju alternativnih podatkovnih virov in obvodov za pridobivanje podatkov na nacionalni ravni.

Izobraževanje – akademija za trženje v turizmu

V letu 2022 smo nadaljevali z Akademijo za trženje v turizmu (ATT) - z Akademijo digitalnega marketinga, Management akademijo in modulom Uporabna znanja.

Slika 10: Akademija za trženje v turizmu – napovednik za vse tri module



V okviru Management akademije smo v luči uresničitve ukrepov iz nove Strategije slovenskega turizma 2022-2028 v septembru in oktobru (15. in 22. septembra ter 6. oktobra) v obliki treh celodnevni izobraževanj v živo direktorjem destinacijskih organizacij in produktnih združenj ponudili nova in uporabna znanja, potrebna za razvoj konkurenčnega in odpornega turizma prihodnosti na poti zelene in digitalne preobrazbe slovenskega turizma. Management akademije se je udeležilo 36 direktorjem/predstavniki vodilnih destinacij in produktnih združenj, na kateri je znanje in primere dobrih praks delilo 16 domačih in tujih predavateljev.

Slika 11: Akademija za trženje v turizmu – Management akademija in Uporabna znanja



Tekom enodnevnega spletnega izobraževanja v okviru modula Uporabna znanja smo 20. oktobra izvedli spletno izobraževanje, na katerem je 87 udeležencev spremljalo uporabne vsebine s področja »Upravljanja in digitalne preobrazbe kulturnih ustanov«. Devet domačih in tujih predavateljev je deležnikom ponudilo nova spoznanja, ki jim bodo v pomoč pri učinkovitem upravljanju obiskovalcev ter osredotočenem trženju. S primeri dobrih praks smo skušali poiskati odgovore na vprašanja, kako učinkovito združevati turistične in kulturne vsebine ter kako oblikovati strategijo digitalne preobrazbe za večjo učinkovitost poslovanja, boljšo izkušnjo gosta in ustvarjanje vrednosti za vse.

Akademija digitalnega marketinga je bila izvedena v mesecu oktobru in novembru. Izvedli smo tri celodnevne izobraževalne dogodke:

- Dan za zgodbarjenje skozi družbena omrežja in oglaševanje, 7. oktober,
 - Dan za vsebino, zgodbarjenje in znamčenje, 14. oktober,
 - Dan za prihajajoče tehnološke trende in podatke v destinacijskem marketingu, 21. oktober.
- 33 udeležencev, predstavnikov slovenskih destinacij, je pod mentorstvom strokovnih mentorjev Andraža Štalca in Tjaše Perhavec zaključilo letošnjo digitalno akademijo na posebnem zaključnem dnevu 18. novembra.

S programom izobraževanj nadaljujemo tudi v letu 2023. Izobraževalni program se bo navezal na ugotovitve in priporočila Strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022-2026 ter Strategije slovenskega turizma 2022-2028.

Inovativnost in butičnost

Z namenom doseganja strateške pozicije Slovenije kot zelene, butične destinacije za 5-zvezdična doživetja smo nadaljevali s spodbujanjem inovativnosti v turizmu in uvajanjem novih tehnologij. Na poziv za Edinstvena doživetja Slovenije - »Slovenia Unique Experiences« (SUE) smo v letu 2022 prejeli 26 prijav. V zbirko SUE se je v letu 2022 uvrstilo 12 novih doživetij, 5 se

jih je re-certificiralo. Nekatera doživetja niso bila ponovno re-certificirana ali jih strokovna komisija ni ponovno uvrstila v zbirko SUE; skupno je tako v zbirki 26 doživetij. Nagrado Sejalec 2022 je prejela Postonjska jama d.d. za doživetje Tajni prostori Hotela jama, naziv Sejalec finalist pa sta si prislužili doživetji Melodija gozda, prijavitelja Hike&Bike ter Mediteranska kuharska delavnica z Ireno Fonda podjetja Fonda.si d.o.o.. Objavo poziva za edinstvena doživetja načrtujemo tudi v letu 2023.

Strokovni dogodki

V okviru strokovnih dogodkov slovenskega turizma izpostavljamo aktualne teme in izzive globalnega in slovenskega turizma.

DNEVI SLOVENSKEGA TURIZMA (DST)

Dnevi slovenskega turizma (DST) so osrednji strokovni dogodek v turizmu. Dogodek DST je organiziran v skladu s strateško usmeritvijo krepiteve povezovanja pri razvoju in trženju slovenskega turizma z vsemi večjimi partnerskimi institucijami s področja turizma v Sloveniji. V letu 2022 je bil DST izveden v Thermani Laško, v Laškem med 14. in 17. novembrom. V okviru DST so se zvrstili pomembni dogodki, kot so plenarni del DST s podelitvijo najvišjih priznanj v turizmu, Gostinsko turistični zbor, prireditev Moja dežela – lepa in gostoljubna ter novost – dogodek IT Tour. Tematika plenarnega dela je potekala pod naslovom »Nekaj več in veliko bolje« - novi turistični strategiji na pot.

Slika 12: Dnevi slovenskega turizma 2022



Strokovni del Plenarnega dneva DST je orisal makroekonomsko okolje na nacionalni in globalni ravni v luči geopolitičnih izzivov, energetske krize ter druginje z vplivom na turizem. Naslovil je teme krepitev trajnostnega razvoja kot predpogoja za konkurenčnost podjetij ter pomen obvladovanja tveganj preko diverzifikacije ponudbe in iskanja poslovnih priložnosti v trajnostnem inoviranju. Gospodarska pričakovanja in turistična gibanja v obdobju povišane inflacije je predstavil glavni ekonomist Gospodarske zbornice Slovenije (GZS) Bojan Ivanc. Direktorica podjetja Quintaum dr. Andreja Kodrin je govorila o preživetju v dobi turbulenc oz. načrtnem grajenju odpornosti in trdoživosti poslovanja, o vplivu tehnologije na prihodnost turizma pa je spregovoril direktor Turističnega urada Malage v Španiji Jonathan Gómez Punzón. V moderiranem pogovoru so v.d. generalne direktorice Direktorata za turizem na MGRT Dubravka Kalin, direktor Turizma Bohinj Klemen Langus, direktorica Zavoda za turizem Šaleške

doline Alenka Kikec, predsednica uprave družbe Thermana Mojca Leskovar ter direktor agencije Extrem, experience marketing Simon Rožnik govorili o zasuku paradigme. Strinjali so se, da je slovenski turizem na področju trajnosti postavil dobre in trdne temelje, na podlagi katerih se lahko s prilagajanjem, drugačnim razmišljanjem, novimi produkti, aktivnim upravljanjem turističnih tokov in drugimi ukrepi odziva na spremenjene razmere v luči aktualnih izzivov.

STO in Olimpijski komite Slovenije (OKS) sta v sklopu DST podpisala sporazum o strateškem partnerstvu pri komunikaciji Slovenije kot športne turistične destinacije s poudarkom na prihajajočih olimpijskih igrah, ki bodo v Parizu leta 2024. Namen sporazuma je še bolj poenotena in intenzivna komunikacija na domačem in tujih trgih ter izvedba enotne nacionalne promocijske kampanje s športniki ambasadorji in olimpijci. Pomembno je tudi deljenje skupnih vrednot; spodbujanje aktivnosti v naravi, zdrav življenjski slog v vseh starostnih obdobjih, predstavitev Slovenije kot trajnostne destinacije za športna doživetja, prireditve in priprave. V okviru celovite komunikacije se posebna skrb namenja umestitvi nacionalne znamke I feel Slovenia.

PANEL TURIZEM V OKVIRU STRATEŠKEGA FORUMA BLED (BSF)

Strateški forum Bled (BSF) se je uveljavil kot ena najvidnejših mednarodnih konferenc na visoki ravni v naši regiji. Razvil se je v platformo za poglobljeno strateško razpravo med voditelji in odločevalci iz javnega in zasebnega sektorja o glavnih izzivih, s katerimi se srečujeta Evropa in svet v 21. stoletju. STO v sodelovanju z MGRT, Direktoratom za turizem ter Ministrstvom za zunanje zadeve v okviru letne krovne tematike BSF pripravi programsko zasnovo razprave na temo najbolj aktualnih izzivov v turizmu. Že osmi Panel turizem v okviru BSF je 30. avgusta potekal pod naslovom Nestabilnost kot edina konstanta. Po uvodnih nagovorih gospodarskega ministra Matjaža Hana in direktorice STO mag. Maje Pak je Zorica Urošević, izvršna direktorica Svetovne turistične organizacije UNWTO, v svoji predstavitvi spregovorila o izzivih, ki čakajo turizem v prihodnosti. Luís Araújo, predsednik Turizma Portugalske in Evropske potovalne komisije ETC, je opozoril na dejstvo, da turizem opredeljujejo enake vrednote, kot veljajo v Evropski uniji. Med udeleženci okrogle mize so bili Matevž Frangež, državni sekretar na MGRT, Violeta Bulc, podjetnica in svetovalka za razvojne strategije za podjetja, lokalno upravo in regionalne razvojne agencije, nekdanja evropska komisarka za promet, Terry Dale, direktor Združenja ameriških potovalnih agencij USTOA, Eric Drésin, generalni sekretar Združenja evropskih potovalnih agencij ECTAA, in Alessandra Priante, direktorica regionalnega oddelka za Evropo pri UNWTO.

ZELENI DAN SLOVENSKEGA TURIZMA

Zeleni dan slovenskega turizma je osrednji dogodek trajnostnega turizma v Sloveniji, ki ob svetovnem dnevu biodiverzitete poteka pod okriljem STO in Konzorcija Slovenia Green, v letošnjem letu tudi v sodelovanju s Centrom za podjetništvo in turizem Krško. Na dogodku se zberejo predstavniki turističnih destinacij in turističnih ponudnikov, ki delujejo v smeri trajnostnega razvoja v okviru Zelene sheme slovenskega turizma. Zeleni dan slovenskega turizma je sestavljen iz slavnostnega dela - podelitev priznanj nosilcem znaka Slovenia Green - ter strokovnega dela, ki v ospredje postavlja aktualne izzive na področju trajnosti in turizma. V letu 2022 je bil Zeleni dan ponovno organiziran v živo, 25. maja, na podlagi javnega poziva je bilo izbrano posestvo Tri lučke v Krškem. Na njem smo prvič podelili priznanje za naj zeleno koordinatorico - prejela ga je Sabina Seme iz Laškega - in za destinacijo, ki je bila najbolj uspešna pri izpolnjevanju gastronomskega modula - Bohinj. Razglašene so bile tri nove platinaste destinacije: Ljubljana, Laško ter Čatež in Brežice.

Slika 13: Zeleni dan slovenskega turizma



Strokovni del je bil posvečen tematiki zmanjševanja količine odpadkov, predvsem plastike za enkratno uporabo v turizmu. V skladu z letošnjo osrednjo tematiko so se Zelenega dneva udeležili strokovnjaki s področja krožnega gospodarstva in iz sveta turizma, ki so s prisotnimi delili svoje izkušnje in poglede: dr. Uroš Novak s Kemijskega inštituta, mag. Jožica Peljhan iz Infrastrukture Bled in udeleženci okrogle mize Luka Košir (Restavracija Grič), Ksenija Kragl (CPT Krško) ter Dejan Mastnak (Tri lučke). Ob koncu programa je bilo izvedeno zeleno doživetje - sajenje medovitih dreves v sodelovanju s Čebelarsko zvezo Krško in učenci čebelarskega krožka OŠ Jurija Dalmatina Krško.

Zelena shema slovenskega turizma

Krepili smo razvoj Zelene sheme slovenskega turizma (ZSST), kjer je število članov tudi v letu 2022 močno naraslo. Na dan 31.12.2022 je bilo destinacijam in ponudnikom podeljenih 273 znakov Slovenia Green. Samo v letu 2022 je bilo na novo podeljenih 69 znakov, med njimi:

- 4 znaki Slovenia Green Destination,
- 40 znakov Slovenia Green Accommodation,
- 1 znak Slovenia Green Travel Agency,
- 5 znakov Slovenia Green Attraction,
- 1 znak Slovenia Green Beach,
- 18 znakov Slovenia Green Cuisine.

Med štirimi destinacijami, ki so znak Slovenia Green pridobile prvič, sta zlata Krško in Portorož-Piran ter bronasta Murska Sobota in Šmarje pri Jelšah. Izpostaviti moramo tudi tri nove platinaste destinacije: Ljubljano, Laško ter Čatež in Brežice.

Smernice za nadaljnji razvoj ZSST je postavila tudi nova SST 2022-2028, ki je Zelene shemi namenila eno od desetih ključnih politik (Politika 4: Trajnost in ZSST). V letu 2022 smo nekatere izmed usmeritev že začeli uresničevati; 23. septembra je bilo na STO izvedeno prvo srečanje delovne skupine, na katero so bili vabljeni izbrani nosilci znaka Slovenia Green. Na njem smo poskušali opredeliti največje izzive in prioritete za prenovo sheme, ki bo v celoti stekla v letu 2023. Posebno pozornost smo namenili usposabljanju zelenih koordinatorjev. Zanje smo mesečno izvajali t. i. zelene urice, na katerih smo odgovarjali na vprašanja in predstavljali operativne spremembe v delovanju sheme. Izvedenih je bilo deset srečanj prek Zooma. V

decembru smo zasnovali in lansirali preizkus znanja za zelene koordinatorje, ki je umeščen na platformo z vsemi izobraževalnimi gradivi. Namenjen je izboljšanju poznavanja Zelene sheme, kar bo dolgoročno vsem olajšalo delo.

Potekal je postopen prehod na posodobljen standard Slovenia Green – sprememba je bila potrebna zaradi prenove mednarodnega standarda Green Destinations, ki ga v shemi uporabljamo. Nova verzija standarda zajema 84 kriterijev namesto 100.

Pomen in predviden nadaljnji razvoj ZSST smo predstavili na nekaj pomembnejših dogodkih:

- v okviru Akademije za trženje v turizmu je bila Politika 4: Trajnost in ZSST iz SST 2022-2028 22. septembra predstavljena udeležencem, večinoma direktorjem vodilnih destinacij in združenj,
- na Global Green Destinations Days, 26.-29. septembra v Atenah,
- na Global Sustainable Tourism Council, 12.-15. decembra v Seville.

Za razvoj ZSST sistematično skrbimo v okviru sodelovanja s Konzorcijem Slovenia Green. V letu 2022 smo skupaj izvedli več aktivnosti:

- priprava smernic za zelene dogodke – natančno je bil premišljen koncept implementacije zelenih dogodkov v ZSST, smernice so bile objavljene v marcu 2022 na poslovnih spletnih straneh slovenia.info,
- priprava šestih vsebinskih izhodišč za nove članke s trajnostno vsebino na portalu slovenia.info,
- podprli smo študijsko potovanje Konzorcija, ki je potekalo med 14. in 15. aprilom, glavni cilj je bila destinacija Moravske Toplice,
- razvoj produkta Slovenia Green Wellness Route – gre za kolesarski itinerar, ki povezuje destinacije in ponudnike z znakom Slovenia Green in tako tujim gostom na konkreten način predstavlja zeleno zgodbo Slovenije.

Poleg navedenih aktivnosti smo izvedli več predstavitev ZSST za slovensko in tujo strokovno javnost.

Druga prizadevanja na področju trajnosti

PARTNERSTVO PRI DOGODKU TRANSCEND 22

Slovenija je kot prva evropska država gostila letno konferenco uglednega ameriškega združenja Transformational Travel Council, ki se je odvijala v Solčavi med 9. in 12. oktobrom 2022. Osrednja tema dogodka je bilo povezovanje in sodelovanje v smeri trajnostne preobrazbe turizma. STO je pri dogodku sodelovala kot partner in s pomočjo tega krepila prepoznavnost in ugled Slovenije kot trajnostne destinacije. STO se je na dogodku aktivno vključila pri dveh delavnicah, namenjenih snovanju inovativnih doživetij v skladu z vizijo Slovenije in vizijo TTC. Dogodka se je udeležilo več kot 100 pomembnih tujih novinarjev, organizatorjev potovanj in turističnih agencij ter strokovnjakov potovalne industrije. Novinarji, prisotni na dogodku, ustvarjajo za globalno prepoznavne in prestižne medije, kot so National Geographic, Lonely Planet, Conde Nast, New York Times, BBC Travel, Forbes in mnoge druge. Poleg konference so se nekateri novinarji in organizatorji potovanj udeležili tudi pripravljenih študijskih potovanj po novi kolesarski poti Slovenia Green Wellness Route ter Jezerskem.

Slika 14: Dogodek Transcend 22



UNWTO »BEST TOURISM VILLAGES«

Tudi v letu 2022 je Svetovna turistična organizacija (UNWTO) organizirala izbor za »Best Tourism Villages by UNWTO«, na katerem je nagradila vasi in podeželske destinacije, ki s svojim delovanjem na področju turizma prispevajo k razvoju regije, v kateri se nahajajo, in pri tem ohranjajo bogato naravno in kulturno dediščino. Na izbor smo po predhodnem nacionalnem izboru, organiziranem s strani STO, prijaviili tri destinacije: Bohinj, Podčetrtek in Moravske Toplice. Med 32 nagrajencev iz 18-ih držav se je uvrstil Bohinj in prejel naziv »Best Tourism Village by UNWTO«, Gorenja vas - Poljane pa je bila uvrščena v t. i. »Upgrade programme«. Podelitev nagrad bo potekala 27. in 28. februarja 2023 v Savdski Arabiji.

Koordinacija vodilnih destinacij slovenskega turizma

Tako kot do sedaj je STO tudi v letu 2022 tesno sodelovala z vodilnimi destinacijami slovenskega turizma in jih vključevala v svoje aktivnosti. Skladno s SST 2022-2028 smo načrtali nadaljnje korake za participativni proces v sodelovanju s turističnimi deležniki za usklajevanje vsebine dela destinacijskih organizacij in nove strukture slovenskega turizma.

Gastronomija

SLOVENIJA – EVROPSKA GASTRONOMSKA REGIJA 2021

V letu 2022 smo nadaljevali z aktivnostmi projekta Slovenija - Evropska gastronomska regija 2021, in sicer:

- vabljenje ponudnikov k pridobitvi znaka Slovenia Green Cuisine in k vključitvi v Zeleno shemo slovenskega turizma; do konca leta 2022 je znak prejelo 19 novih gostinskih ponudnikov (skupaj 59 gostiln in turističnih kmetij),
- z iniciativo za izločitev plastike za enkratno uporabo iz gostinstva,
- izvedba dogodkov in koordinacije aktivnosti z ostalimi partnerji projekta ter komunikacijska podpora projekta preko kanalov STO.

V okviru projekta smo koordinirali skupne ERG projekte s projektnimi partnerji.

Slika 15: Skupni projekti ERG 2021 v letu 2022



ERG JOINT PROJECTS



EUROPEAN
YOUNG CHEF
AWARD



WORLD FOOD
GIFT CHALLENGE



FOOD FILM
MENU



TOP VISITOR
EXPERIENCE

Z namenom podpore in mednarodne prepoznavnosti lokalnim proizvajalcem, ki izdelujejo unikatne prehranske spominke in kuhinjske pripomočke, povezane s kulinarčno tradicijo regij, je mednarodna komisija na World Food Gift Challenge 2022 izmed štirih izdelkov na Menorci, 7. aprila, nagradila tudi slovenski izdelek "rozca" - inovativen pekač za peko buhtljev v kategoriji najboljša inovacija na področju tradicionalnega oblikovanja.

Slika 16: Nagrajen slovenski izdelek



V okviru mednarodnega tekmovanja mladih evropskih kuharskih mojstrov - European Young Chef Awards – EYCA 2022, ki ga je med 11. in 14. novembrom gostila Evropska gastronomska regija 2022 Trondheim-Trøndelag, je s cvičkovo obaro prepričljivo zasedla odlično 2. mesto Špela Kuhel, študentka gostinstva in turizma BIC Ljubljana, VSŠ.

SODELOVANJE Z MEDNARODNIMI GASTRONOMSKIMI VODNIKI

Nadaljevali in krepili smo sodelovanje z mednarodnimi gastronomskimi vodniki - Michelin Guide in Gault & Millau Slovenija. Septembra 2022 je bil razglašen tretji izbor slovenskih restavracij, uvrščenih v Michelinov vodnik. Ob razglasitvi dobitnikov Michelin Guide 2022 smo 8. septembra v Cankarjevem domu v Ljubljani izvedli slavnostno podelitev - »Sprejem chefov in medijev«. V tretji Michelinov vodnik je bilo vključenih 58 restavracij, od tega ena restavracija z dvema zvezdicama, devet restavracij z eno zvezdico (tri nove), 7 Bib Gourmand in 41 Michelin izbor (prej krožnik). Šest restavracij je prejelo zeleno zvezdico, Michelin priznanje za trajnost.

Slika 17: Slavnostna podelitev ob razglasitvi dobitnikov Michelin Guide 2022



Selekcijo najboljših restavracij in chefov, uvrščenih v vodnik, smo podprli z dodatnimi promocijskimi aktivnostmi (video, članki, dogodki v tujini). V letu 2022 so sledile objave člankov in videov iz leta 2021.

V sodelovanju z Michelin Guide smo 13. oktobra v Maisson Manesse v Zurichu izvedli »4 hands dinner« večerjo za turistične agente in organizatorje potovanj, digitalne vplivneže/influencerje in novinarje, ki pokrivajo področje kulinarike, potovanj in »lifestyle« vsebin (vsebin življenjskega sloga). Večerjo sta skupaj soustvarjala Tomaž Kavčič* (Pri Lojzetu) in Benjamin Plsek* (Maison Manesse).

Slika 18: Benjamin Plsek* in Tomaž Kavčič* - Večerja štirih rok v Zurichu



25. februarja je bila izvedena virtualna podelitve dobitnikov Gault&Millau Slovenija za leto 2022. V njem je predstavljenih 163 restavracij, 100 POP zbirališč in 77 vinskih kleti, 14 pivovarn ter 27

slovenskih živilskih produktov.

Slika 19: Gault&Millau Slovenija za leto 2022



Poleg video razglasitve Gault&Millau Slovenija 2022 je bilo napisanih in objavljenih tudi deset novinarskih člankov na temo najbolje ocenjenih restavracij/chefov oz. slovenske kulinarike, ki smo jih delili po komunikacijskih kanalih STO, na portalu slovenia.info in TasteSlovenia.si. Odkupili smo 1000 tiskanih vodnikov Gault&Millau Slovenija 2022, ki je vseboval 24 oglaševalskih strani in logotip I feel Slovenia na zadnji platnici ter pri nosilcih znaka Slovenia Green Cuisine pri vseh gostilnah/restavracijah. Tiskane vodnike smo razdelili na dogodkih in sejmih v Sloveniji in v tujini.

TEDEN RESTAVRACIJ

STO že od leta 2019 promocijsko podpira Teden restavracij skozi svoje kanale - družbena omrežja in na obeh portalih. V letu 2022 sta bila izvedena pomladni (25. marec – 3. april) in jesenski teden (14. - 23.oktober), oba z rekordnim številom opravljenih rezervacij, skupaj 110.000 obiskovalcev.

EVROPSKI SIMPOZIJ HRANE: FOOD FOR FUTURE'S GOOD - HRANA ZA BOLJŠI JUTRI

Evropski simpozij hrane (EFS) je eden najpomembnejših evropskih kulinarčnih dogodkov. Od 4. do 7. novembra so se zvrstili številni kulinarčni dogodki, vrhunec pa je bil ponedeljkov simpozij, ki ga je kot partner projekta podprla STO, in ki je pozival k dejanjem in spremembam za boljšo in trajnejšo prihodnost pod nazivom HRANA za boljši JUTRI. V okviru simpozija je STO v Sloveniji gostil kar 32 izjemnih predstavnikov tujih medijev in vplivnežev s področja kulinarike in trajnosti iz 16-ih držav. 4. novembra so tuji novinarji in govorniki na simpoziju obiskali Hišo Franko s chefinjo Ano Roš, 5. novembra pa so se udeležili »Gourmet Ljubljana Crawla«, edinstvenega kulinarčnega sprehoda po kulturnih hramih in znamenitostih mesta Ljubljana, kjer so jih s svojimi kreacijami razvajale kuharske mojstrice. Zvečer so nadaljevali z nepozabnimi kulinarčni avanturami na »Ljubljana Soul Chefs«, kjer so se vrhunski ljubljanski chefi združili v kuharske tandeme in ustvarili neponovljive jedi. V sklopu študijskih potovanj I Feel Slovenia, v organizaciji STO, so se udeleženci podali na štiri različne lokacije po Sloveniji na raziskovanje raznolike gastronomske ponudbe Slovenije ter se udeležili osrednjega dogodka EFS, strokovnega simpozija na Ljubljanskem gradu, kjer so prepoznavna imena iz sveta kulinarike podala svoj pogled na aktualno dogajanje v svetu kulinarike in razkrile številne inspirativne zgodbe, ki utirajo pot trajnosti v kulinariki. Simpozij se je zaključil z doživljajsko večerjo »experience dinner«, kjer so moči združili novi dobitniki Michelin zvezdic.

Slika 20: Evropski simpozij hrane (EFS)



Na temo gastronomije smo izvedli predstavitve in predavanja:

- spletna predstavitev Fakulteta za turizem - Univerza v Mariboru,
- spletno izobraževanje za člane OZS,
- spletno izobraževanje za gastronomske ponudnike na destinaciji Brda,
- spletno izobraževanje v organizaciji Zavoda za turizem Celje,
- predstavitev aktivnosti članom Zbornice kmetijsko-živilskih predelovalcev Slovenije,
- NavarTour Spain, Pamplona,
- Konferenca Dober tek Slovenija,
- Posvet o lokalni gastronomiji, Brdo pri Kranju,
- MOS v Celju: Slovenija - zelena gastronomska destinacija.

S sekcijo gostincev, ki deluje v okviru OZS, smo sodelovali pri dogodku Letno srečanje gostincev, 5. oktobra v Lipici. Promocijsko smo podprli tudi Global Chefs Challenge Abu Dhabi (30.5.-2.6.), Najboljši sommelier Slovenije 2022 (17.5.), s predstavitvami vinskega turizma na Materclass Brda in na Festivalu Modre Frankinje (24.5.) ter z oglasi in promocijo v sklopu OZS na DST s strokovnim predavanjem in z oglasom v JRE katalogu.

4.2.2. Podpora trženju

Portal slovenia.info

Osrednje turistično informacijsko spletno mesto slovenia.info je sodoben, tehnološko dovršen in vsebinsko bogat portal za promocijo slovenske turistične ponudbe. Vsebuje številne pristajalne strani v okviru navigacije Doživetja, Destinacije in Potovalni načrt, poleg tega pa kreiramo in objavljamo zgodbe, ki so smiselno umeščene med navigacijske vsebine.

Portal je v letu 2022 obiskalo več kot 6 milijonov uporabnikov, kar je 74 odstotkov več kot v letu 2021. Uporabniki so obiskali 14 milijonov strani, kar je 60 odstotkov več kot leto prej. Najbolj obiskane so bile pristajalne strani globalne digitalne kampanje, domača stran portala in stran z aktualnimi informacijami za potovanje v Slovenijo v zvezi s covidom 19. V letu 2022 smo pripravili 41 novih vsebin in prenovili 59 vsebin v 6 jezikovnih različicah. V sodelovanju z združenji, destinacijami in predstavniki turističnega gospodarstva smo čez leto oblikovno in vsebinsko nadgrajevali obstoječe vsebine na portalu, objavili smo več kot 450 turističnih

dogodkov in več kot 150 paketnih ponudb ter posodobili smo več kot 1.000 POI točk za interaktivni zemljevid. Skozi celo leto smo na portalu skrbeli tudi za podporo aktivnostim STO ob večjih dogodkih, študijskih potovanjih, komunikacijskih kampanjah in drugih promocijskih aktivnostih. Portal je deležen tudi stalnih tehničnih in oblikovnih nadgradenj ter optimizacije SEO za boljšo uvrščanje portala na mednarodnih iskalnikih. Pripravili smo številne zgodbe v podporo promocije Slovenije kot zelene in trajnostne turistične destinacije z izpostavljanjem dobitnikov znaka Slovenia Green.

Shema 8: Ključni KPI-ji portala v I. 2022 v primerjavi z I. 2021 (vir podatkov: Google Analytics 4)

Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022				
Total users	Views	Sessions	Event count	Engagement rate
6,095,539	14,017,453	8,460,998	111,453,974	61.35%
↑ 2,594,061	↑ 60.2%	↑ 367.3%	↑ 36.6%	↑ 313.2%

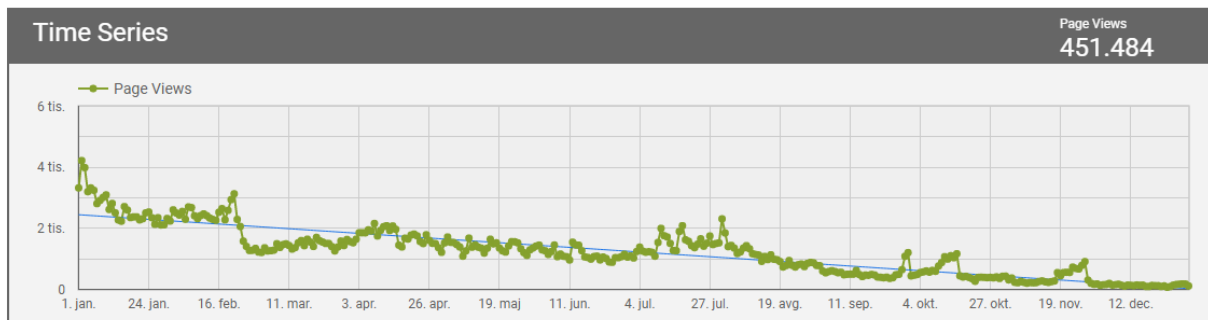
V letu 2022 smo nadgradili tudi predstavitev edinstvenih doživetij Slovenije. Oblikovno in tehnično smo prenovili krovno stran v 7 jezikih, ki omogoča možnost filtriranja seznama vseh doživetij glede na različne kriterije. Prav tako smo prenovili tudi strani posameznih doživetij, ki preko različnih elementov (fotogalerija, videoposnetki, itd.) omogočajo boljšo uporabniško izkušnjo, vzbujajo zanimanje za posamezno doživetje ter omogočajo enostavno pot do rezervacije doživetja pri turističnem ponudniku. V nadgradnjo je bilo vključenih 17 SUE doživetij v 7 jezikih, v drugi polovici leta 2022 pa smo dodali še 12 novih SUE doživetij (izbrani v sklopu poziva 2022). Celovita prenova se je nanašala tudi na prenovo izpisa različnih tipov novic, publikacij, posebnih ponudb ter turističnih in poslovnih dogodkov s postopkov prijave na dogodke.

V podporo športnega turizma smo pripravili in posodabljali pristajalne strani ob večjih športnih prireditvah (Dirka po Sloveniji, Giro d'Italia, Tour de France, olimpijske igre v Pekingu, SP v odbojki za moške, EP v rokometu za ženske, itd.) ter posodabljali zgodbe o športnikih, ambasadurjih slovenskega turizma kot so Luka Dončić, Primož Roglič, Tadej Pogačar, Janja Garnbret in Ilka Štuhec.

Predvsem v prvi polovici leta 2022 smo tudi na turističnih straneh portala veliko pozornosti usmerjali v ažurno urejanje pristajalne strani z objavo aktualnih informacij o stanju in ukrepih, povezanih s Covid-19. Stran je bila v letu 2022 več kot 100-krat posodobljena v 6 jezikih in je predstavljala eno najbolj obiskanih strani na portalu, na katero so obiskovalci portala v več kot 85-odstokih prišli preko organskega iskanja in direktnega obiska. Nadaljevali smo tudi z obveščanjem uporabnikov po mailu o aktualnih informacij v obdobjih, ko je prišlo do večjih sprememb na vsebini, ki so pomembne za načrtovanje obiska Slovenije v času pojava koronavirusa. Na bazo okoli 6.500 prijavljenih uporabnikov smo v letu 2022 poslali 4 mailinge v gleškem, nemškem in italijanskem jeziku. Povprečno odpiranje teh sporočil je bilo zelo visoko, skoraj 50-odstotno.

Shema 9: Obiskanost t.i. Covid strani v I. 2022 z aktualnimi informacijami o stanju in ukrepih, povezanih z načrtovanjem potovanja v Slovenijo

Key Metrics						
Users	Sessions	Pageviews	Page/Session	Bounces	New Users	Time on Page
234.007	234.704	451.484	1,92	34,78 %	183.129	00:01:15
↓ -62.1%	↓ -66.7%	↓ -65.5%	↑ 3.5%	↑ 1.0%	↓ -65.1%	↓ -15.4%

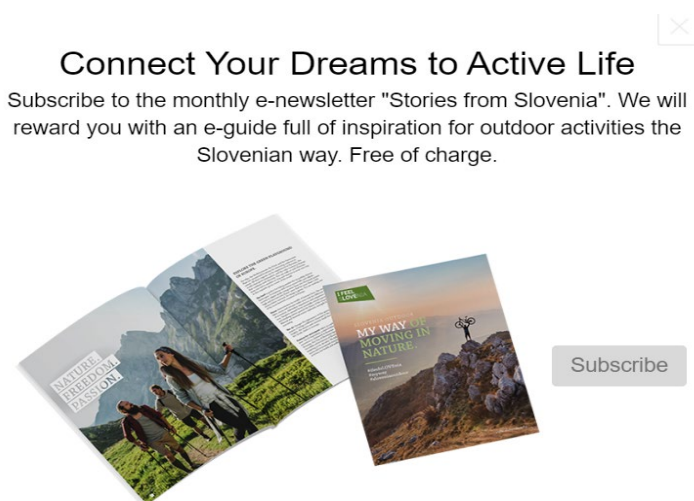


Skladno z najsodobnejšimi digitalnimi trendi smo www.slovenia.info stalno nadgrajevali, tako funkcionalnosti, izboljšave ključnih »KPI«-jev portala, kot tudi podobe spletnih strani v atraktivno spletno središče informacij.

Portal slovenia.info je v letu 2022 beležil doslej največje število obiskovalcev v zadnjih petih letih, odkar ima STO vzpostavljeno Google Analytics licenco.

V letu 2022 smo nadaljevali z avtomatizirano in personalizirano »e-mail« kampanjo za promocijo Slovenia Outdoor publikacije, s ciljem prejema publikacije in prijave na novice »Stories from Slovenia« v štirih tujih jezikovnih različicah. V okviru kampanje smo slovenskim obiskovalcem portala slovenia.info publikacijo pošiljali na dom v fizični obliki.

Slika 21: Primer prikaza angleškega pop-up obvestila obiskovalcu na slovenia.info kampanje Slovenia Outdoor



Z namenom, da vsebine portala vsebujejo tudi konkretne možnosti za rezervacijo počitnic v Sloveniji, smo pripravili javni poziv za oddajo ponudb za promocijo turističnih paketov na domačem in/ali tujih trgih. Na podlagi javnega poziva smo tekom leta uredili objavo 152 paketnih

ponudb (29 samo v slovenskem jeziku in 152 v šestih jezikih) ter jim umeščali na številne vsebinsko povezane pristajalne strani.

Slika 22: Primer integracije posebnih ponudb na strani Aktivne počitnice

Rezervirajte svoje doživetje

Privoščite si nepozabno aktivno doživetje v Sloveniji! Izberite in rezervirajte svoj odih že danes!



od 996,00 €

Bohinj za male in velike smučarje

Zimske počitnice
Št. oseb: 4 | Št. nočitev: 3
Ukanc
ALPIK Chalets - Bohinj ★★★★★



od 998,00 €

Jesensko zimski pohodniški paket

Aktivne počitnice
Št. oseb: 2 | Št. nočitev: 4
Kobarid



od 610,00 €

Sledenje zverem na Kočevskem - medvedu, risu in volku

Aktivne počitnice
Št. oseb: 4 | Št. nočitev: 2
Kočevje



od 527,00 €

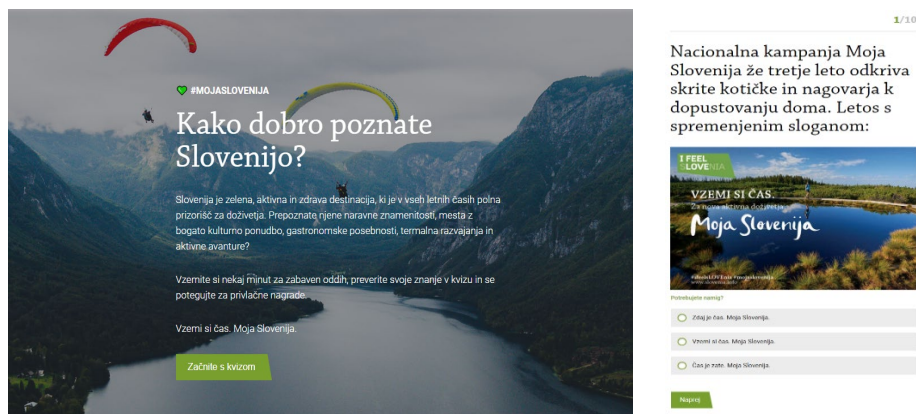
Biseri Zgornje Savinjske doline

Aktivne počitnice
Št. oseb: 2 | Št. nočitev: 3
Ljubno ob Savinji
Hotel Planinka ★★★★★

V podporo globalni digitalni kampanji smo osvežili obstoječe pristajalne strani v dvanajstih jezikih, na katere smo linkali iz oglasov globalne digitalne kampanje. Tekom leta smo skrbeli za ažurnost pristajalnih strani s posodabljanjem objavljenih informacij in zgodb, z menjavo fotografij ter vrstnega reda vsebin glede na letni čas ter drugimi aktivnostmi. V podporo promocije Slovenije na pomembnejših turističnih in poslovnih dogodkih smo pripravili dodatne pristajalne strani (primer: WTM London, SIW od Botique Tour, SIW, Dnevi slovenskega turizma 2022 ...). Nadaljevali smo aktivnosti preko komunikacijske platforme Green&Safe na poslovnih straneh za turistično gospodarstvo ter posodobili komunikacijska orodja ter priročnik odgovornih standardov slovenskega turizma na poslovnih straneh za turistično gospodarstvo. V letu 2022 se je za uporabo znamke Green&Safe registriralo okoli 60 turističnih ponudnikov, skupno je bilo do konca leta 2022 registriranih več kot 1.000 turističnih ponudnikov. Nadgradili smo tudi obrazec Media Form na angleških medijskih straneh, preko katerega zbiramo podatke o medijih, ki se zanimajo za študijska potovanja v Sloveniji.

Na portal smo vključevali še več uporabniških vsebin (UGC – »user generated content«) in s tem zviševali kredibilnost podanih uredniških vsebin; poleg obstoječih povezav z družbenimi omrežji, smo vključevali tudi možnost pregleda top Instagram Stories na vsebinsko povezanih vsebinah. Pripravili smo tudi nekaj interaktivnih kvizov na slovenia.info, preko katerih smo bolj interaktivno nagovarjali obiskovalce o ključnih informacijah Slovenije kot turistične destinacije (kolesarski kvizi, v kampanji Moja Slovenija) in to podprli z nagradnimi igrami.

Slika 23: Interaktivni nagradni kviz v sklopu kampanje Moja Slovenija



V skladu z usmeritvijo promocije petih ključnih produktov, smo nadgrajevali klasifikacijski sistem označevanja vsebin portala, kar nam omogoča spremljanje in analizo obiska vsebin po ključnih produktih in planiranje nadaljnjih aktivnosti v povezavi z orodjem za marketinško avtomatizacijo za spremljanje in načrtovanje učinkovitih kampanj.

V letu 2022 smo nadaljevali z analizo izbranih področij spletne strani slovenia.info s pomočjo orodja Semrush, ki ga uporabljamo za analizo spletnih mest in optimizacijo SEO aktivnosti. V orodje smo dodali targetirane ključne besede in iskali priložnosti za vsebinsko dopolnitev obstoječih strani, popravke mikro tekstov ter priložnosti za nove vsebine na spletnem mestu. Podatke smo nato preverjali tudi z orodjem Google Search Console in Google Analytics, da smo dobili vpogled v situacijo na iskalniku Google ter realiziran obisk na spletu. Na podlagi izvedenih SEO delavnic za pripravljalce vsebine in njihovega samostojnega izobraževanja se je kakovost vsebin povečala z vidika ustreznosti za iskanja na iskalniku Google. To potrjujejo tako vsebinske SEO analize objavljenih vsebin in podatki iz orodja Semrush, ki kažejo, da se je v celoti organski obisk zvišal za več kot 10%, predvsem pa se je št. različnih ključnih besed («long-tail») povečalo za 15%.

To je posledica objavljanja novih vsebin za ključne segmente (wellness, lifestyle, kultura in kulinarika), pri katerih se je na letni ravni organski obisk povečal kar za 50%, obisk vseh strani zgodb skupaj pa za 30%. Podatek iz Google Search Console kaže, da je večja raznovrstnost objavljenih vsebin (skupaj z medijsko odmevnostjo turistične destinacije Slovenija) za 25% povečala obseg prikazov v rezultatih iskanja na Google-u v letu 2022.

Doseženi rezultati:

- Portal slovenia.info je v letu 2022 obiskalo več kot 6 milijonov uporabnikov, kar je 74 odstotkov več kot v letu 2021.
- Uporabniki so lani obiskali 14 milijonov strani, kar je 60 odstotkov več kot leto prej. Najbolj obiskane so bile pristajalne strani digitalne kampanje, domača stran portala, stran z aktualnimi informacijami v zvezi s Covid-19 in varnostnimi priporočili za potovanje v Slovenijo, stran o novih nastanitvah v letu 2022 in stran z informacijami o prihodu v Slovenijo z avtomobilom.
- Največ uporabnikov portala www.slovenia.info v lanskem letu je bilo iz Italije, Slovenije, Nemčije in Avstrije, sledijo pa Poljska, Madžarska, Francija, Španija, ZDA in Velika Britanija.
- Še naprej se povečuje delež mobilnih uporabnikov portala, ki jih je bilo leta 2022 77 odstotkov, sledijo t.i. »desktop« uporabniki (18%), 5 odstotkov pa predstavljajo uporabniki, ki do portala dostopajo preko tablic.

- Organski obisk predstavlja 36% celotnega obiska strani portala www.slovenia.info in predstavlja skoraj 6 milijonov ogledov strani. 29% obiskov strani portala predstavlja obisk preko plačljivega oglaševanja (okoli 3,1 milijona obiskov strani).

Informacijska podpora

STO je postavila odlične temelje za komunikacijo z uporabniki in ciljno nagovarjanje, predvsem z uporabo orodja za t.i. marketinško avtomatizacijo. Ker je v digitalnem svetu število sporočil izredno visoko, je zelo pomembno, da potencialnega obiskovalca ujamemo ob pravem času, na pravem mestu in predvsem s pravim sporočilom. Orodje za marketinško avtomatizacijo Net Results nam omogoča, da povezujemo različne komunikacijske kanale in pretakanje določenih podatkov o aktivnostih uporabnika v urejen sistem podatkov. Na podlagi teh aktivnosti se izvaja e-mail marketing in prikazovanje relevantnih sporočil in vsebin (portal Slovenia.info, vsebine digitalnega oglaševanja) pravim zelenim ciljnim skupinam uporabnikov. Skrbimo smo tehnično povezljivost podatkov o uporabnikih med slovenia.info, platformo onlinetraining.slovenia.info in marketinško avtomatiziranim sistemom Net Results in CRM orodjem v skladu z upoštevanjem uredbe GDPR. Prav tako skrbimo, da se podatki iz različnih obrazcev za zajem podatkov o uporabnikih na Slovenia.info ustrezno prenašajo tudi v CRM in Net Results in nam omogočajo nadaljnjo ciljno komunikacijo v skladu s soglasji, ki so jih uporabniki podali. Vzpostavili smo tudi ustrezna pravila oziroma protokole za uvoz podatkov o poslovnih partnerjih, TO/TA, ki jih STO pridobiva na poslovnih dogodkih preko lastnih prijav ali preko prijav partnerske organizacije v tujini, da so podatki uporabljivi za nadaljnjo komunikacijo v skladu z uredbo GDPR.

V letu 2022 smo v sodelovanju s sodelavci STO pripravili koncept kampanj za avtomatizirano in personalizirano komunikacijo s tujimi poslovnimi partnerji po izvedbi poslovnih dogodkov. Prav tako smo pripravili prenovljen koncept t.i. »drip« kampanj za promocijo produkta aktivnih počitnic na prostem.

Tako domače kot tuje goste smo v letu 2022 nagovarjali k uporabi načrtovalca poti »Trip planner«, ki je integriran na portalu slovenia.info in uporabnikom ponuja možnost kreiranja personaliziranih predlogov za preživljanje prostega časa, počitnic oziroma pripravo načrta poti v Sloveniji (t.i. »itinerariji«). Načrtovalec poti avtomatično in enostavno zgenerira personaliziran načrt poti na podlagi vhodnih informacij, ki jih uporabnik poda. S pomočjo tega orodja je bilo ustvarjenih 10.522 itinerarijev s strani uporabnikov, 87% strani tujih in 13% s strani slovenski uporabnikov »Trip Planner«-ja.

Skrbeli smo za stalno tehnično vzdrževanje in gostovanje portala slovenia.info, prijavi in obdelali smo številne »taske« v aplikaciji za prijavo napak ali posodobitev (čez 220 zaključenih aktivnosti »taskov«). V okviru CMS-ja smo v sodelovanju z zunanjim izvajalcem pripravili številne izboljšave na področju urejanja vsebin ter izvedli usposabljanja za sodelavce, urednike posameznih vsebin na STO, posodobili navodila za urejanje vsebin za različne uredniške vloge in nudili stalno podporo sodelavcem ob objavah na turističnih, poslovnih in novinarskih straneh portal.

V portal je vključena plačljiva Google Suite 360 licenca vključitvijo nove Google Analytics 4, kar nam omogoča stalno in ažurno spremljanje obiskanosti vsebin, spremljanje izvedbe digitalnih kampanj, ki vodijo na Slovenia.info. Zaradi prehoda na Google Analytics 4 smo prenovili smo najbolj ključna Google Data Studio poročila za različne potrebe spremljanja učinkovitosti portala. Dodatno smo pripravili preko 150 interaktivnih Google Data Studio poročil za ponudnike

turističnih storitev objavljenih paketnih ponudb, ki so jih preko javnega poziva za oddajo paketnih ponudb oddali ponudniki ter jim posredovali za spremljanje obiskanosti in klikov paketnih ponudb.

Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma

V letu 2022 je STO skupaj z izvajalci konzorcija Centra poslovne odličnosti Ekonomske fakultete (CPOEF) Univerze v Ljubljani in družbe Horwath HTL pripravila Strategijo digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026, s katero so bili v sodelovalnem procesu postavljeni mejniki in zasnovani veliki premiki na področju digitalne preobrazbe turističnih destinacij in ponudnikov ter načrtane rešitve za izboljšano upravljanje digitalnega in trajnostnega turizma na nacionalni ravni.

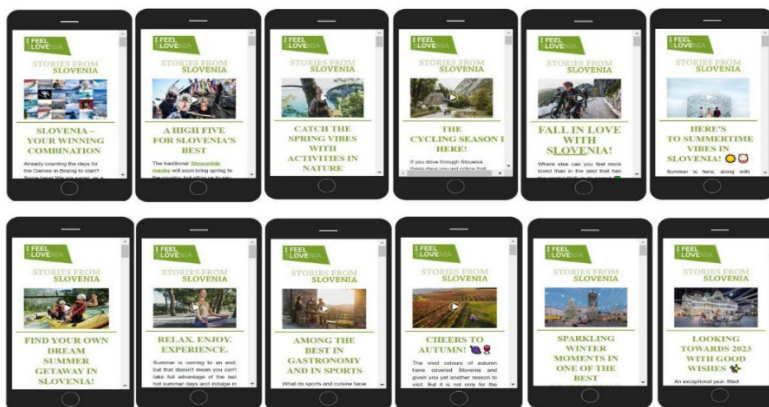
16. junija smo izvedli predstavitev Strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026 z naslovom »Digitalni preoboj za večjo in trajnostno vrednost slovenskega turizma«, ki se ga je udeležilo več kot 150 udeležencev. Dogodek je v okviru strokovnih predavanj in okrogle mize izpostavil cilje in ukepe strategije.

V okviru Dnevo slovenskega turizma smo 16. novembra izvedli dogodek IT-tour v sodelovanju s Strateško inovacijskim partnerstvom za turizem (SRIPT). Dogodka, ki je eden od ukrepov Strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma, se je udeležilo okoli 160 udeležencev. Dogodek je predstavljal priložnost za pridobitev novih znanj, izmenjavo izkušenj in spoznavanje uspešnih rešitev v slovenskem turizmu. Na dogodku je bilo predstavljenih 18 primerov dobre prakse s področja digitalizacije, ki so že uresničeni in lahko služijo kot zgled in navdih.

Novičniki »Stories from Slovenia«

Med ključnimi komunikacijskimi kanali, preko katerih STO o ponudbi, novostih in edinstvenih doživetjih slovenskega turizma obvešča splošno javnost, so mesečni novičniki »Stories from Slovenia«. Ob koncu leta 2022 smo zabeležili že več kot 100.000 prejemnikov novičnikov, ki jih mesečno pripravljamo in pošiljamo v štirih jezikih: slovenskem, angleškem, nemškem in italijanskem. Novičnike sestavljajo bogate in aktualne zgodbe ključnih produktov slovenskega turizma, ki jih pripravljamo skladno z uredniškim koledarjem, z vsebinami se odzivamo na aktualne in sezonske dogodke, izpostavljamo SUE doživetja, posebne ponudbe in druge zanimivosti.

Slika 24: »Naslovnice« mesečnih novičnikov »Stories from Slovenia« v letu 2022



Portal Taste Slovenia

Gastronomski produktni portal TasteSlovenia.si smo redno nadgrajevali z novimi vsebinami ter optimizirali uporabniške izkušnje z novimi vsebinskimi gradniki in foto materialom. V letu 2022 število uporabnikov na portalu znašalo 58.708 kar je 31 % več kot preteklo leto; obiskanost strani pa 134.409 kar je 13 % več kot leto poprej. Preko sistema Net Results je bilo poslanih tudi 12 gastronomskih novičnikov Gastronomske zgodbe iz Slovenije (6 v angleškem in 6 slovenskem jeziku).

Produkcija foto in video vsebin

V letu 2022 smo nadaljevali produkcijo vrhunskih sodobnih vsebin in vizualov, ki dodatno podkrepijo naša besedila v člankih in zgodbah na vseh komunikacijskih kanalih. Posneli smo dve video zgodbi na temo kulture, ki je bila uporabljena za napoved prevzema naziva Slovenij - častne gostje na knjižnem sejmu Frankfurt 2023, in zdravja ter dobrega počutja in pridobili vrhunske vizuale, ki ti dve zgodbi podpirata. V podporo projektu Slovenia Green Cuisine smo posneli 30 kratkih videov na temo trajnosti v gostinstvu s prejemniki znaka Slovenia Green Cuisine. Načrtovali smo produkcijo promocijskega videa z ambasadorjem slovenskega turizma, Primožem Rogličem na tematiko družinskih aktivnih počitnic, a smo jo bili, zaradi primoževe poškodbe in operacije, primorani prestaviti v leto 2023. V začetku leta smo v sodelovanju z William Reed (upravljalcem globalne gastronomske znamke The World's 50 Best) pripravili video 50 Hours in Ljubljana, video vodnik, ki uporabniku predstavi, gastronomsko-aktivne izkustvene možnosti obiska Ljubljane in Slovenije v 50 urah. V letu 2022 smo z video produkcijo izdatno pokrili komunikacijsko podporo vseh večjih športnih dogodkov. Za SP v odbojki smo izvedli video kviz The Ultimate Slovenian Quiz Challenge z Janom Kozamernikom in Rokom Možičem., promocijski video smo posneli z akrobatsko skupino Dunking Devils in člani košarkarske reprezentance za Eurbasket 2022, z rokometašicama Aljo Varagić in Barbaro Lazović ter košarkaricama Tejo Oblak in Tino Jakovina smo posneli edicijo The Ultimate Slovenian Quiz Challenge ob EP v rokometu za ženske, ki ga bomo opštimitizirali tudi za EP v košarki za ženske v letu 2023. Športno produkcijo smo zaključili zimsko različico video kviza The Ultimate Slovenian Quiz Challenge, v kateri z igro "planica pong" na SP v Planici 2023 vabita Robert Kranjec in Primož Roglič. V letu 2022 smo prvič posneli tudi format zgodbe t.i. Story z ambasadorico Janjo Garnbret in vrhunsko chefinjo Ano Roš v Hiši Franko ter doživetje na prostem z Janjo Garnbret in Tjašo Slemenšek, ki bo objavljeno v marcu 2023. Pridobili smo fotografije Dirke po Sloveniji in pa tudi Tadeja Pogačarja na sloviti Tour de France. Izvedli smo temeljito prenovno uporabo gradiv medijske knjižnice Mediateke. Prilagodili smo videe za TV oglaševanje na domačem trgu (4 produktni videi).

Slika 25: Nove foto vsebine in utrinek iz video kviza »The ultimate Slovenia Quiz Challenge«



Uredništvo in produkcija promocijskih publikacij

V letu 2022 je bil na področju uredništva in produkcije promocijskih publikacij poudarek na ustvarjanju vrhunskih vsebin tako za splošno kot poslovno javnost. Izdane so bile nove publikacije na krovni ravni, s splošno predstavitvijo Slovenije in tematske publikacije z vsebinami ključnih turističnih produktov slovenskega turizma, ki so nastajale v sodelovanju z deležniki slovenskega turističnega gospodarstva. Dodatno smo z namenom doseganja širšega kroga uporabnikov ohranjali interaktivne digitalne publikacije. Tiskane in digitalne publikacije so koherentno dopolnjevale druge promocijske aktivnosti STO na področju oglaševanja, digitalnega marketinga in pospeševanja prodaje. Iz Distribucijskega centra STO je bilo distribuiranih 250.000 tiskovin.

Slika 26: Nove izdaje promocijsko informativnih publikacij



Z namenom ohranjanja zaupanja v znamko I feel Slovenia ter ustreznega informiranja slovenskega turističnega gospodarstva v času krize po Covid-19 smo aktualno ohranjali vsebinsko komunikacijsko platformo »Green&Safe«. Za registracijo uporabo znamke in znaka, s katerim označujemo in poudarjamo visoke higienske standarde in protokole ter trajnostna priporočila, se je v letih 2021/22 odločilo več kot 1.250 turističnih ponudnikov in destinacij. V okviru platforme je bil ob koncu epidemije posodobljen strokovni priročnik Odgovorni potovalni standardi slovenskega turizma ter komunikacijske rešitve (letaki, plakati), skladno s splošnimi priporočili za varovanje zdravja.

Tekom leta so potekale aktivnosti priprave konceptualnih zasnov, identifikacija vsebin in uredništvo ter koordinacija produkcije novih izdaj in ponatisov promocijskih publikacij.

Preglednica 28: Izdane publikacije, ponatisi in jezikovne različice

PROJEKTI PROMOCIJSKIH PUBLIKACIJ	NAKLADA IN JEZIKOVNE RAZLIČICE
Priročnik za tuje novinarje in vplivneže Media Kit 2022	Tiskana izdaja v nakladi 2.000 izvodov v angleškem jeziku
Priročnik za potovalne agente in turistične agencije Travel Agent's Manual 2022	Tiskana izdaja v skupni nakladi 4.500 izvodov v angleškem in nemškem jeziku.
Vodnik Slovenija na prostem – Slovenia Outdoor (ponatis)	Tiskana izdaja v nakladi 6.000 izvodov v angleškem jeziku.
Splošni vodnik po Sloveniji	Tiskana izdaja v skupni nakladi 25.000 izvodov v slovenskem, angleškem, nemškem, italijanskem, francoskem, češkem, nizozemskem in španskem jeziku.
Pohodništvo v Sloveniji (partnersko sodelovanju z GIZ Aktivna Slovenija)	Tiskana izdaja v skupni nakladi 12.000 izvodov v slovenskem, angleškem in nemškem jeziku.
Kolesarski zemljevid Slovenije, v (partnersko sodelovanju z GIZ Aktivna Slovenija)	Tiskana izdaja v skupni nakladi 10.000 izvodov v slovenskem, nemškem in angleškem jeziku.
Slovenska naravna zdravilišča (v partnerskem sodelovanju s Skupnostjo slovenskih naravnih zdravilišč)	PDF izdaja v slovenskem, angleškem, nemškem, italijanskem in hrvaškem jeziku.
Priročnik Zelena pisarna prijazna Sloveniji	PDF izdaja strokovnega priročnika in paket komunikacijskih orodij v angleškem jeziku, ter produkcija projektnega videa.
Priročnik Pregled izbranih ukrepov in aktivnosti DPP in DOD	Tiskana izdaja v nakladi 100 izvodov v slovenskem jeziku.
Interaktivna digitalna publikacija Media Kit 2022	Digitalna različica v angleškem jeziku.
Interaktivna digitalna publikacija Travel Agent Manual 2022	Digitalna različica v angleškem jeziku.

Promocijska in prodajna linija izdelkov I feel Slovenia

Pri produkciji promocijskih izdelkov z znamko I feel Slovenia smo tudi v letu 2022 sledili trendom tako na področju sodobnega oblikovanja kot uporabe trajnostnih materialov. Promocijski izdelki podpirajo zgodbo zelene, aktivne in zdrave Slovenije in so oblikovano skladni s kreativno rešitvijo I feel Slovenia - MY WAY.

Poudarek je bil na pripravi kolekcije privlačnih promocijskih artiklov za poslovno javnost na temo aktivnosti na prostem kot krovne letne promocijske tematike in zagotavljanju artiklov za znamčenje na mednarodnih športnih dogodkih.

Slika 27: Promocijski artikel kot del znamčenja na mednarodnih športnih prireditvah



Tekom leta so potekale aktivnosti priprave konceptualnih zasnov, kreativnih grafičnih rešitev in dobav promocijskih artiklov, namenjenih splošni in poslovni javnosti ter za namen znamčenja športnih dogodkov.

Preglednica 29: Zasnovani in dobavljeni izdelki za splošno in poslovno javnost ter znamčenje dogodkov

Podporni promocijski artikli I feel Slovenia	<ul style="list-style-type: none"> ○ Promocijska vrečka IFS Classic (7.000 kom) ○ Promocijska vrečka Business IFS Black (5.000 kom) ○ Promocijska vrečka Business IFS NY (250 kom) ○ Kemični svinčnik v embalaži IFS (7.000 kom) ○ Ovratni trak IFS (15.000 kom)
Navijaški rekviziti za znamčenje nacionalne znamke IFS na mednarodnih športnih in drugih dogodkih	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ročna navijaška zastavica (50.000 kom) ○ Navijaški ploskalnik IFS (25.000 kom) ○ Moška in ženska majica IFS Classic (4.500 kom)
Promocijski izdelki za poslovno/splošno javnost	<ul style="list-style-type: none"> ○ Slovenski med v embalaži (1.000 kom) ○ Zeliščni čaj v embalaži (1.000 kom) ○ Opomnik za hidracijo IFS (400 kom) ○ Štajersko-prekmursko bučno olje (200 kom) ○ Ekstra deviško oljno olje Slovenske Istre (200 kom) ○ Večnamenska moška in ženska športna majica IFS (650 kom) ○ Športna jopa s kapuco IFS (200 kom) ○ Kozmetični izdelki iz Slovenije (270 kom) ○ Energijska ploščica s čokolado IFS (1.300 kom)

V letu 2022 je bil izveden javni poziv za izbor tržnika za ekskluzivno trženje izdelkov nacionalne znamke I Feel Slovenia, na osnovi česar je bila z izbranim ponudnikom sklejena podlicenčna pogodba za dobro petih let. Pripravili smo nadgradnjo komunikacijskih in kreativnih grafičnih rešitev prodajne linije artiklov: temeljna kolekcija I feel Slovenia in kolekcija I feel Slovenia My

way, koordinirali izbor izdelkov in lansiranje 15-ih izdelkov na trg ter vzpostavitev prodajne mreže po Sloveniji (več kot 50 prodajnih mest).

Slika 28: Primer kreativnega pristopa prodajne linije izdelkov I feel Slovenia My way

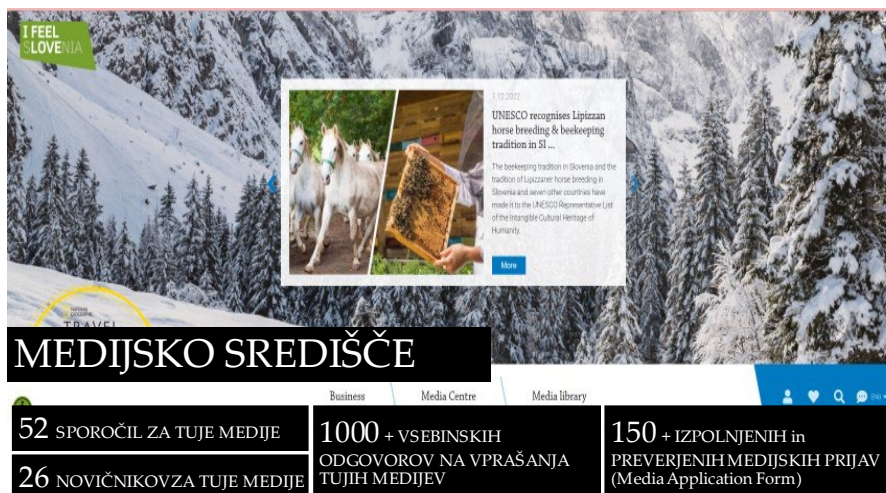


Podpora komunikacijskim projektom na tujih trgih

Vodilo komunikacijskih aktivnosti na področju odnosov s tujimi javnostmi so bile navdihujoče, zanimive in avtentične zgodbe. Pri načrtovanju in izvajanju aktivnosti na primarnih ciljnih trgih smo nadaljevali kontinuirano sodelovanje s profesionalnimi PR-agencijami (preko predstavništev v Nemčiji, Švici in Italiji, iz centrale STO pa na Madžarskem, Češkem, v Franciji, Belgiji, Nizozemski in Veliki Britaniji).

Stalno smo posodabljali in nadgrajevali vsebine na spletnem medijskem središču slovenia.info/press. Posredovali smo 1611 sporočil z vsebinskimi vprašanji, ki smo jih prejeli s strani tujih medijev. Dvakrat mesečno smo preko novičnika v angleškem jeziku »News from Slovenia« direktno obveščali tuje medije in s PR agencijami so-oblikovali sporočila za vsak ciljni trg. V spletnem medijskem središču v angleškem jeziku smo v kategoriji »News from Slovenia« v letu 2022 objavili 171 novičk, ki smo jih komunicirali v 26 novičnikih za tuje medije in na naših družbenih omrežjih. Poleg tega smo v novičnikih redno komunicirali B2C vsebine, objavljene na portalu, ki so bile primerne za komunikacijo s tujimi mediji. V letu 2022 smo na bazo tujih medijev poslali 52 sporočil za tuje medije.

Slika 29: Spletno medijsko središče



ŠTUDIJSKA POTOVANJA ZA TUJE MEDIJE

V letu 2022 smo ponovno izvedli številna študijska potovanja za tuje medije. Skupaj s predstavniki na Dunaju, v Münchnu in v Milanu smo izvedli več kot 97 študijskih potovanj v sklopu katerih smo gostili več kot 201 tujega novinarja in spletnega vplivneža. Zabeležili smo več kot 2166 objav v tujih medijih v vrednosti skoraj 535 milijonov evrov in dosegom preko 7 milijard ljudi (podatek za objave na trgih Avstrije, Nemčije, Švice, Italije, Francije, Belgije, Nizozemske, Velike Britanije in Madžarske). Zasnovali in izvedli smo analizo podatkov študijskih potovanj za tuje medije s pomočjo orodja Power BI - redno posodabljanje podatkov in vnosi v tabelo študijskih potovanj.

Slika 30: Najodmevnejše objave v tujih medijih z globalnim dosegom v letu 2022



NOVIČNIK »NEWS FROM SLOVENIA«

V letu 2022 je bilo preko sistema Net Results poslanih 26 novičnikov »News from Slovenia«; poslanih na 3.630 naslovov, povprečen »Open rate« 19 %. Julijski novičnik je bil specializirano namenjen novostim na področju nastanitve. Glede na vsebine so bili posamezni produkti v novičniku »News from Slovenia« zastopani tako - v eni novici je bilo lahko zastopanih več tematik, zato se spodnja števila ne ujemajo z dejanskim številom novic - Mesta in kultura 42;

Aktivna doživetja 65; Zdravje in dobro počutje 20; Narava 52; Trajnost 50; Gastronomija 54; MICE in aktivnosti STO 55.

Slika 31: Najbolj brane novice v letu 2022, poslane v novičniku »News from Slovenia«



SPOROČILA ZA JAVNOST ZA TUJE MEDIJE

V spletnem medijskem središču v angleškem jeziku smo v kategoriji “Press releases” v letu 2022 objavili 52 sporočil za javnost, s povprečnim “Open rate”-om 28,31 %. Tiste, ki so bili še posebno relevantni za tujo javnost, smo poslali tudi preko Net resultsa. Takšnih je bilo v letu 2022 34. Nekatero smo zaradi večje preglednosti poslali v obliki novičnika, pri čemer smo tematike, ki so bile v splošnem sporočilu za javnost zajete v enem besedilu, ki je bilo objavljeno na spletni strani, razdrobili v več manjših klikabilnih novičk in dodali B2C vsebine s portala (takšen primer so sporočila za javnost ob Svetovnem dnevu čebel, ob Zelenem dnevu slovenskega turizma, dirki Po Sloveniji, Dnevu slovenskega športa, ob Evropskem simpoziju hrane, novi UNESCO dediščini). Glede na vsebine so bili posamezni produkti v sporočilih za javnost zastopani tako - v eni novici je bilo lahko zastopanih več tematik, zato se spodnja števila ne ujemajo z dejanskim številom novic - Mesta in kultura 2; Aktivna doživetja, šport, ambasadorji 13; Narava in trajnost 7; Gastronomija 3; Aktivnosti & Dosežki STO 16.

Slika 32: Najbolj brana sporočila za javnost za tuje medije v letu 2022



PODKAST Feel Slovenia

Nadaljevali smo s pripravo vsebin za podkaste v angleškem jeziku s turistično vsebino pod naslovom Feel Slovenia podkast. Na spletni strani en-podcast.slovenia.info smo v letu 2022 začeli objavljati podkaste v angleškem jeziku, katerih gostitelj je Dr. Noah Charney, ameriški ekspanat, ki živi v Sloveniji. Objavili smo jih 12, zajeli pa smo različne tematike:

- Uvodni podkast, Slovenija z vidika tujcev, ki živijo tu,
- O smučanju z Ilko Štuhec,
- Predstavitvev Slovenia Unique Experience: Ribogojnica Fonda,
- Predstavitvev Slovenia Unique Experience: Oljarna Lisjak,
- Predstavitvev Slovenia Unique Experience: Garden Village Bled,
- O velikonočnih tradicijah v Sloveniji,
- O čebelah,
- O kolesarjenju z Ilko Štuhec,
- O najstarejši trti na svetu,
- O športni mentaliteti v Sloveniji in psihologiji za tem s Saro Isaković,
- O slovenskem kolesarskem fenomenu z novinarko Kate Wagner,
- O potovanjih kot o načinu osebne rasti (Transformational Travel Council).

Slika 33: Feel Slovenia podkast











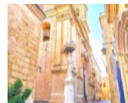





SE	Title	Publsh Date	Downloads
S1E1	The Expat's View of "the World's Best Country"	Jan 24, 2022 about 1 year old	812
S1E8	Cycling in Slovenia with Tour de France Champion Tadej Pogacar	Jun 13, 2022 8 months old	753
S1E7	A Bee's Eye View on Slovenia	May 17, 2022 9 months old	551
S1E6	Easter Traditions in Slovenia	Apr 15, 2022 10 months old	383
S1E2	Slovenian Skiing Success with Ilka Štuhec	Jan 24, 2022 about 1 year old	374
S1E5	Garden Village Bled: Active Getaway Among the Tree Tops	Mar 18, 2022 11 months old	331
S1E9	On World's Oldest Grapevine and Maribor	Aug 05, 2022 6 months old	288
S1E11	A Talk With Kate Wagner About Slovenian Cycling Phenomenon and Cyclists Tadej Pogacar and Primoz Roglic	Sep 22, 2022 4 months old	280
S1E4	How To Taste Olive Oil: A Visit to the Lijak Olive Mill	Mar 04, 2022 11 months old	249
S1E3	Fonda Fish Farm: the story of the best farmed fish in the world	Feb 17, 2022 12 months old	233
S1E11	Transformational Travel in the Logar Valley	Dec 09, 2022 about 2 months old	223
S1E10	Olympic Training for the Mind: A Conversation with Sara Isaković	Sep 22, 2022 4 months old	191



»VISIT EUROPE GUIDES«

V mesecu maju 2022 je spletno revijo Europe Magazine, ki jo je na svojem spletnem portalu objavljala Evropska potovalna komisija, nadomestila nova spletna platforma "Visit Europe Guides", ki na atraktiven način nudi vpogled v različne možnosti potovanj po državah članicah EU. Pripravili smo 12 člankov skladno s predlaganimi tematikami; pri člankih, vezanih na kulturo in mesta, smo vsebine pripravili v sodelovanju z Združenjem zgodovinskih mest, pri vsebinah, vezanih na zdravilišča, pa z Združenjem slovenskih naravnih zdravilišč.

Slika 34: Članki v »Visit Europe Guides«

<ol style="list-style-type: none"> 1. The best of Slovenia in 2022 – Great outdoors, active adventure and much more 2. Jewish Heritage in Slovenia 3. Spring in Slovenia – boutique accommodation upgrades & spring adventures 4. The Škofja Loka Passion Play – Easter traditions from Slovenia 5. Slovenia for the youngest – Europe’s natural playground 6. Visit Slovenia’s nature parks 7. The mighty seven – castles in Slovenian historical cities 8. When your heart skips a beat – the best outdoor adventures for young at heart 9. Exploring Slovenia’s handicrafts – Slovenian towns writing creative stories 10. A cup of coffee in Slovenia – top spots & experiences for coffee lovers 11. Slovenian natural spas – the land of healthy waters 12. Christmas season in Slovenia 	 <p>Highlights of Slovenia in 2023 Why Slovenia should be at the top of your list.</p>	 <p>Slovenia at Christmastime Festive atmospheres in historic towns!</p>	 <p>Slovenia's natural spas The land of healthy waters.</p>	 <p>A cup of coffee in Slovenia Try top spots and experiences for coffee lovers.</p>
	 <p>Exploring Slovenia's handicrafts Slovenian towns writing creative stories!</p>	 <p>Traveling to Europe with teens: our perfect quad! Here's how our family discovered that traveling with our sons is amazing!</p>	 <p>Your heart will skip a beat in Slovenia The best outdoor adventures for young at heart!</p>	 <p>The mighty seven Castles in historical Slovenian cities!</p>
	 <p>Visit Slovenia's nature parks Exceptional biodiversity in protected areas!</p>	 <p>Slovenia for the youngest Europe's natural playground.</p>	 <p>Europe's rich medieval past Historically Christmas about Europe! Explore the castles that dot its magnificent...</p>	 <p>Hear live music, see great art What's the best way to welcome the warm weather? By discovering a new favorite...</p>
	 <p>Wild Europe Europe is full of big adventures. Adventures so big, in fact, that they can't...</p>	 <p>European Hidden Treasure Could you imagine so much variety in Europe? From Finland to Austria or Fr...</p>	 <p>Pohorje Ultra Trail Pohorje Ultra Trail. Recreational sports and humanitarian events, with a multi...</p>	 <p>European Heritage Sites European Heritage Sites include archives, monuments, archeological sites, and plac...</p>

DOGODKI ZA TUJE MEDIJE

DOGODEK S TADEJEM POGAČARJEM V DUBAJU NA RAZSTAVI EXPO 2020

Na slovenskem paviljonu v okviru EXPO Dubai je v izvedbi STO potekal dogodek s Tadejem Pogačarjem, ambasadorjem slovenskega turizma in najboljšim kolesarjem na svetu. V okviru novinarske konference smo premierno predstavili promocijski film s Tadejem, ki je nastal v sodelovanju s STO ter priznanim fotografom Cirilom Jazbecem, in Slovenijo predstavlja kot deželo za aktivni oddih. Dogodka se je udeležilo več kot 20 tujih novinarjev in medijev, video je v prvem tednu imel več kot 50 tisoč ogledov.

Slika 35: Pogovor s Tadejem Pogačarjem na dogodku



DOGODEK V BUDIMPEŠTI ZA NOVINARJE

Tretjega maja je v Budimpešti potekala novinarska konferenca, kjer so predstavniki STO več kot 40-im novinarjem ključnih madžarskih medijev predstavili novosti v slovenskem turizmu. V okviru novinarske konference je bil podpisan sporazum o sodelovanju STO z madžarskim združenjem turističnih agencij in organizatorjev potovanj.

Slika 36: Novinarska konferenca v Budimpešti



DOGODEK V BEOGRADU ZA NOVINARJE

10. maja je v organizaciji STO v Beogradu potekala novinarska konferenca »Feel Slovenia«. Dogodka se je udeležilo več kot 30 predstavnikov srbskih medijev. Slovenijo kot zeleno, aktivno in zdravo destinacijo, ponudbo slovenskih naravnih zdravilišč in vrhunske gastronomije so na dogodku izpostavili predstavniki STO, Skupnosti slovenskih naravnih zdravilišč in Zdravilišča Rogaška Slatina; sodelovanje tudi v jutranjem programu na televiziji.

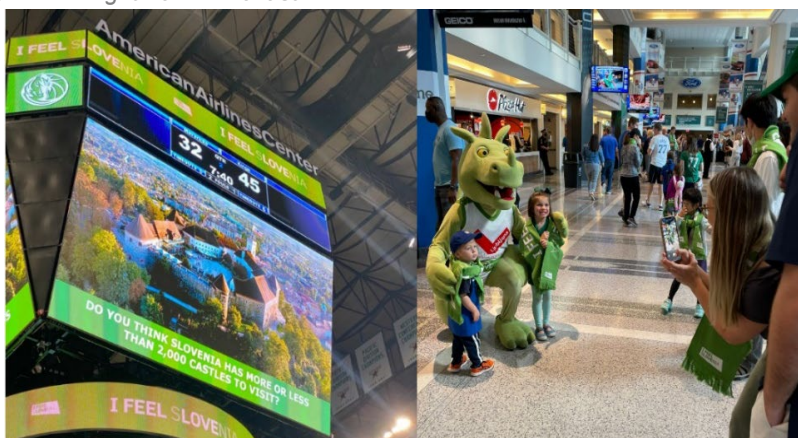
Slika 37: Novinarska konferenca v Beogradu



I FEEL SLOVENIA NIGHT V DALLASU

V dvorani American Airlines Center je v Dallasu ob domači tekmi moštva Luke Dončiča pod sloganom I FEEL SLOVENIA NIGHT potekala predstavitev Slovenije kot države ter turistične in gospodarske destinacije. Športni dogodek je bil skozi vse kanale kluba Dallas Mavericks komuniciran kot »I feel Slovenia night«, znamka »I feel Slovenia« se je prikazovala in zavzela vse LED zaslone v dvorani na zgornjem, srednjem in spodnjem nivoju. Slovenijo kot turistično in gospodarsko destinacijo je STO v partnerstvu s Turizmom Ljubljana in SPIRIT Slovenija predstavila na promocijsko razstavnem prostoru v dvorani American Airlines Center, izvedeno je bilo; nastop svetovno znanih akrobatov iz Slovenije Dunking Devils, kviz o Sloveniji, TTA novice, sporočilo za slovenske medije, »Newswire« za ameriške medije, objave na družbenih omrežjih.

Slika 38: I FEEL SLOVENIA night 2022 v Dallasu



WORLD TRAVEL MARKET 2022

STO je v partnerstvu z Julijskimi Alpami na WTM London predstavila omejeno izdajo novih NFT žetonov. Kot edinstven digitalni spominek so ga prejeli izbrani novinarji, ki so se udeležili dveh novinarskih konferenc na predstavitvenem prostoru slovenskega turizma. NFT žeton je tudi vstopnica na enkratni dogodek Vrhunska senzorična pustolovščina v Julijskih Alpah, ki bo potekal maja 2023 v Sloveniji in ki bo gostom omogočil pristno občutenje narave. STO uporablja dosežke napredne tehnologije za inovativen način promocije slovenskega turizma, hkrati pa v skladu s svojo trajnostno naravnostjo opozarja na problematiko izginjajočih rastlinskih in živalskih vrst, kot sta alpska možina in divji petelin.

AMBASADORJI SLOVENSKEGA TURIZMA

Sodelovali smo z vrhunskimi slovenskimi športniki – ambasadorji slovenskega turizma - Luko Dončičem, Primožem Rogličem (preko njegovega kluba Jumbo Visma), Tadejem Pogačarjem in Ilko Študec in sicer predvsem na področju deljenja objav o Sloveniji na njihovih kanalih na družbenih omrežjih. Dodana vrednost sodelovanja z ambasadorji pri digitalnem marketingu je v primerjavi s plačanimi promocijskimi oglasi predvsem v tem, da prek tovrstnih vsebin gradimo odnos s sledilci tako preko športnikovih kot na naših lastnih kanalih.

Slika 39: Ambasadorji slovenskega turizma in športni klubi, s katerimi smo sodelovali v letu 2022



DIRKA PO SLOVENIJI 2022

Sodelovali smo pri izvedbi dirke Po Sloveniji 2022 in v mesecu juniju in juliju izvedli oglaševanje Slovenije kot turistične destinacije na televizijskih in spletnih kanalih vodilnega globalnega športnega programa Eurosport. Televizijske in spletne oglase je STO pripravila v sodelovanju z destinacijami, štarti in cilji dirke Po Sloveniji ter Adrio Mobil. Oglaševalska kampanja je dosegla več kot 12,77 milijonov gledalcev in več kot 3 milijone spletnih uporabnikov. Na celotni dirki je sodelovalo 39 turističnih destinacij, s katerimi je STO določila kar 66 turističnih posebnosti Slovenije, tako imenovanih POI točk («Points of Interest»), ki so navduševale milijonsko občinstvo v neposrednem televizijskem prenosu na mednarodni TV mreži Eurosport in na TV Slovenija. Pet dnevno dirko je spremljalo več kot 300 tisoč navijačev ob trasi. Televizijske prenose dirke je spremljalo 10,9 milijonov gledalcev. Vrhunec dirke je bila zmaga Tadeja Pogačarja, najboljšega kolesarja na svetu in ambasadorja slovenskega turizma, ki je dirko osvojil že drugič zapored. Septembra je žirija podelila pokal za Naj gostitelja dirke 2022, ki ga je osvojila Mestna občina Celje.

Slika 40: Novinarska konferenca ob začetku dirke Po Sloveniji 2022



»CYCLING FANS OF SLOVENIA«

STO je ob letošnji Dirki po Franciji za promocijo Slovenije kot destinacije za aktiven oddih vzpostavila dolgoročno komunikacijsko platformo "Sport fans of Slovenia". Ta povezuje domače in tuje navijače vrhunskih slovenskih športnikov ter vključuje promocijo aktivnih doživetij za različne rekreativne športe v Sloveniji. V času Dirke po Franciji je tako kolesarski segment navijačev dobil novo pristajalno stran "Cycling fans of Slovenia" in serijo virtualnih navijaških

rekvizitov za ustvarjanje navijaškega vzdušja na družbenih omrežjih, STO je aktivno vpletla v mednarodno navijaško skupnost turistične in kolesarske vsebine o Slovenije.

Rezultati v času letošnje Dirke po Franciji ponovno kažejo na izjemno zanimanje za Slovenijo in za številne destinacije, ki izpostavljajo kolesarski turizem. Na družbenih omrežjih Feel Slovenia je STO z več kot 190 kreativami ustvarila pravo virtualno navijaško vzdušje, povezovala navijače z destinacijami in učinkovito pozicionirala Slovenijo kot izjemno destinacijo za kolesarski turizem. Učinkovitost dokazuje izjemen doseg: 62 milijonov uporabnikov in 1,4 milijona interakcij. Posebno pozornost je STO namenila digitalni promociji destinacij in organizirala posebno oglaševalsko kampanjo na družbenih omrežjih, ki je dosegla skoraj 3,5 milijona uporabnikov in več kot 100 tisoč klikov na oglase.

Slika 41: Navijaška kampanja »Cycling Fans of Slovenia«, ki povezuje domače in tuje navijače slovenskih kolesarjev po vsem svetu



Korporativno komuniciranje

Skozi vse leto so potekale redne korporativne komunikacijske aktivnosti na izbranih komunikacijskih kanalih STO ter v sodelovanju z domačimi mediji ter drugimi partnerji slovenskega turizma kot so turistična produktna združenja, vodilne destinacije, turistični ponudniki in drugi ključni partnerji slovenskega turizma. Poseben poudarek je bil dan komunikaciji ključnih turističnih produktov, glede na osrednjo dvoletno tematiko slovenskega turizma produktu atktivnga oddiha in športnega turizma. V letu 2022 smo nadaljevali s komunikacijo in medijsko podporo oziroma partnerskim sodelovanjem medijev pri kampanji Moja Slovenija, tudi v obliki posebnih študijskih tur za slovenske medije. Korporativno komuniciranje smo nadgrajevali s sodobnimi komunikacijskimi orodji in kanali, kot so TTA novice - več kot 1000 novic v okviru 50 novičnikov. Korporativne aktivnosti in projekti so bili usmerjeni v rast ugleda turizma kot pomembne in hkrati perspektivne gospodarske panoge ter rasti ugleda STO kot strokovne institucije na področju razvoja in promocije slovenskega turizma.

Slika 42: Informiranje slovenskega turističnega gospodarstva in medijev



TTA NOVIČNIKI

TTA novičniki so tudi v letu 2022 poslovno, medijsko in široko javnost obveščali o aktualnih tematikah slovenskega turizma. V skupno več kot 50 TTA novičnikih z več kot 1000 TTA novicami je bila posebna pozornost namenjena izpostavitvi ključnih turističnih produktov slovenskega turizma. Novice so razdeljene v skupine, ki so zaokroženi vsebinski sklopi, kar omogoča večjo preglednost nad TTA novicami.

NOVINARSKÉ KONFERENCE IN SPOROČILA ZA JAVNOST

Ob že tradicionalno izvedenih novinarskih konferencah, ob ključnih dogodkih STO, predvsem pa SIW, BSF in DST, smo posebno pozornosti posvetili komunikaciji - izvedbi novinarskih konferenc in pripravi sporočil za javnost. Novinarske konference smo pripravili v tesnem sodelovanju s produktivnimi turističnimi združenji v podporo razvoju in za promocijo ključnih turističnih produktov, s posebnim poudarkom na športnih prireditvah in aktivnih doživetjih. Prizadevali smo si za drugačen, inovativen pristop k novinarskim konferencam (na primer izvedba novinarske konference v sodelovanju z MGRT in Slovenskimi železnicami, ki je potekala na vlaku Slovenskih železnic) in sporočilom za javnost. Skupno smo pripravili in medijem posredovali 53 sporočil za javnost.

Slika 43: Novinarska konferenca na vlaku Slovenskih železnic



OSREDNJA TURISTIČNA ODDAJA NA LEPŠE

STO je v letu 2022 oglaševala v okviru osrednje turistične oddaje in tako izpostavila ključne produkte slovenskega turizma.

ŠTUDIJSKA POTOVANJA ZA PREDSTAVNIKE SLOVENSКИH MEDIJEV

V sodelovanju s turističnimi produktnimi združenji smo izvajali tematska študijska potovanja za namen komunikacije ključnih turističnih produktov, s poudarkom na tematiki aktivnih doživetij, pa tudi gastronomije in SUE doživetij in sicer pod krovnim pozicijskim sloganom projekta Vzemi si čas. Moja Slovenija. STO je v sodelovanju z vodilnimi destinacijami izvedla študijska potovanja, ki so se jih udeležili predvsem novinarji iz uredništev slovenskih medijev, ki so koprodukcijsko sodelovali pri kampanji oziroma projektu Moja Slovenija.

STO
SLOVENSKA
TURISTIČNA
ORGANIZACIJA

**I FEEL
SLOVENIA**