



OCENA POTENCIALA DOMAČEGA GOSTA

Predstavitev ključnih rezultatov

Zakaj smo izvajali raziskavo?

STRUKTURA DOMAČEGA TRGA

Slovenci kot turisti.

MOTIVI IN POTOVALNE NAVADE

Zakaj potujejo?

DOMAČE DESTINACIJE

Kam v Slovenijo gredo na
oddih in počitnice? Kje so
bili letos?

PREFERENCE TUJIH DESTINACIJ

Katere so pomembnejše tuje
destinacije / države,
področja, kamor potujejo?

IZDATKI in ODNOS DO CENE

Koliko potrošijo in kakšen je
odnos do cene.

PODOBA SLOVENIJE IN NJENIH PREDELAV

Kako domači gosti vidimo
Slovenijo kot destinacijo in
tudi konkretnije njena
geografska področja?

TURISTIČNI BONI

Odnos in poraba turističnih
bonov ter njihov učinek.

POTENCIAL 2021

Kaj lahko pričakujemo
naslednje leto?



REPREZENTATIVNI VZOREC:



1.996
anketirancev



1.762
tistih, ki potujejo



1.513
obiskovalcev Slovenije

12
PERSON



T = 29 min

Povprečni čas trajanja ankete



21.-28.10.2020

Obdobje zbiranja podatkov

Ekipo 10-ih strokovnjakov
na projektu:

VALICON

Spletni panel:

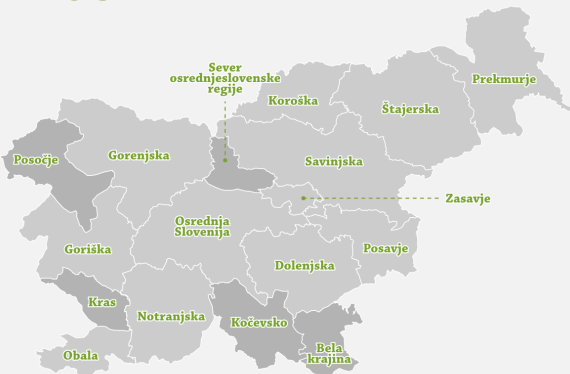
JazVem



Demografija vzorca

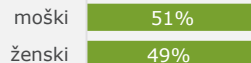


REGIJE:

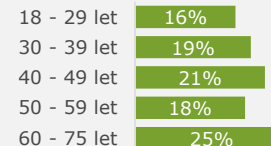


Prekmurje (Murska Sobota, Lendava), **Štajerska** (Pohorje, Rogla, Ptuj), **Koroška**, **Savinjska** (Celje, Velenje, Rogaška, Podčetrtek), **Posavje** (Trbovlje), **Posavje pod Dolenjsko** (Krško, Čatež), **Dolenjska** (Novo Mesto, Otočec), **Bela Krajina**, **Kočevsko**, **Notranjska** (Postojna, Pivka, Ilirska Bistrica), **Osrednja Slovenija** (Ljubljana), **Osrednja Slovenija, severni del** (Kamniško-Savinjske Alpe), **Gorenjska**, **Goriško področje** (Nova Gorica, Vipava, Brda), **Posočje** (Tolmin, Kobarid, Bovec), **Obalna Slovenija**, **Kras**

SPOL:



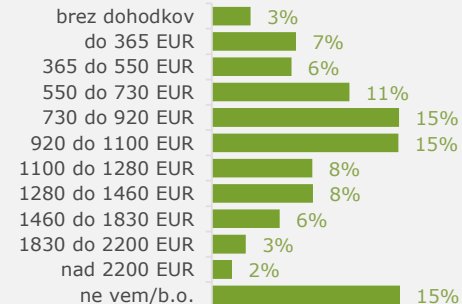
STAROST:



IZOBRAZBA:



OSEBNI DOHODEK:



Izhajamo iz statističnih regij (12), z dodatno razdelitvijo (17).





KAKO OBRAVNAVAMO CILJNE SKUPINE?



CILJNE SKUPINE	Osnova: OBISKOVALCI SLOVENIJE	Osnova: SLOVENIJA, 18-65 LET	ABSOLUTNA VELIKOST*
POPULACIJA 18-75 LET	/	100,0%	1.546 727
TISTI, KI POTUJEJO	/	87,1%	1.346 760
OBISKOVALCI SLOVENIJE	100%	75,8%	1.172 715
KRATEK ODDIH (1-2 noči)	47,2%	35,8%	553 752
ODDIH (3-6 noči)	65,1%	49,3%	763 267
POČITNICE (7+ noči)	19,2%	14,6%	225 261

POTOVALNE NAVADE SLOVENCEV



PREVLADUJOČI MOTIVI IN INTERESI - TOP 4 PERSONE



LEPOTNI RAZVAJENCI

Velikost **316**
Delež **23,5%**



VEČNO MLADI

Velikost **199**
Delež **14,8%**



ZELENI RAZISKOVALCI

Velikost **194**
Delež **14,4%**



PREDANE MAME

Velikost **108**
Delež **8,1%**

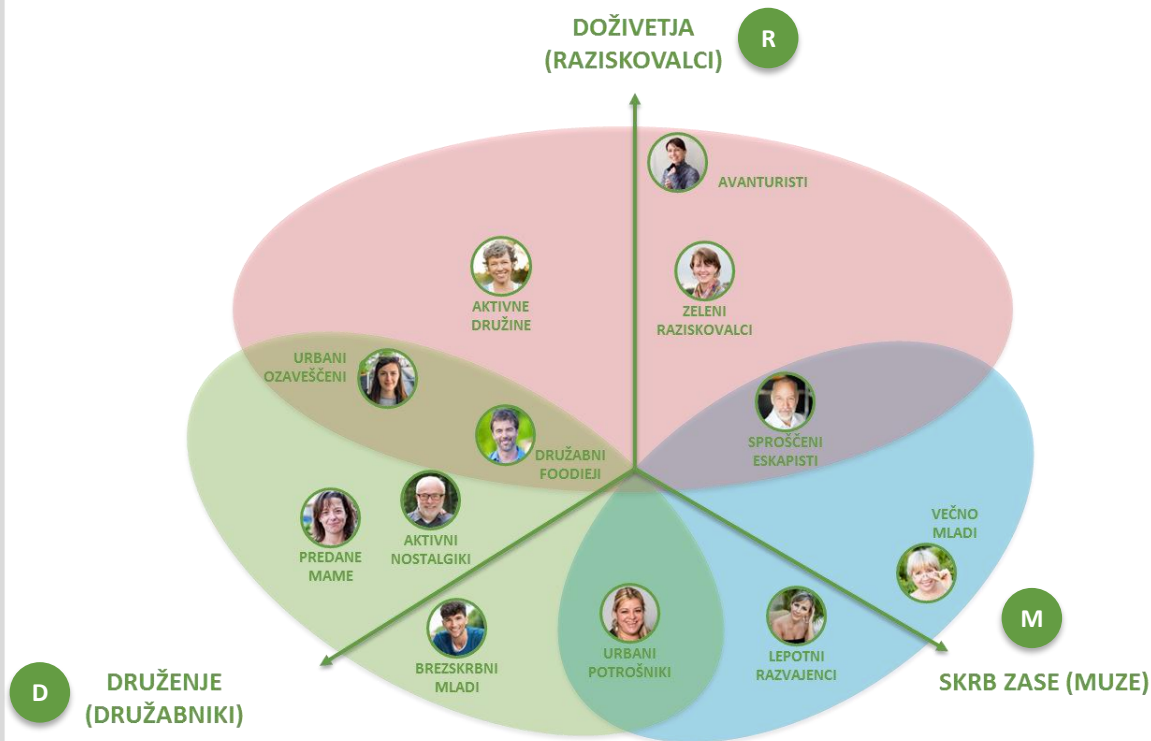
OBISKOVALCI SLOVENIJE: prenočili vsaj 1 noč v Sloveniji v zadnjih 12 mesecih. *Delež glede na populacijo Slovenije v starosti 18-75 let. Velikosti person predstavljene v tisočih.



PREGLED PERSON IN POZICIJA PO PODROČJIH SEGMENTNIH SKUPIN

* označuje persone z otroki

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



12 person, velikost in projekcija

M



LEPOTNI RAZVAJENCI

Velikost **316**
Delež **23,5%**

M



VEČNO MLADI

Velikost **199**
Delež **14,8%**

R



ZELENI RAZISKOVALCI

Velikost **194**
Delež **14,4%**

D



PREDANE MAME

Velikost **108**
Delež **8,1%**

M+R



SPROŠČENI ESKAPISTI

Velikost **99**
Delež **7,3%**

D+M



URBANI POTROŠNIKI

Velikost **86**
Delež **6,4%**

D+R



DRUŽABNI FOODIEJI

Velikost **77**
Delež **5,7%**

D



AKTIVNI NOSTALGIKI

Velikost **65**
Delež **4,8%**

R+D



URBANI OZAVEŠČENI

Velikost **56**
Delež **4,1%**

R



AKTIVNE DRUŽINE

Velikost **53**
Delež **4%**

D



BREZSKRBNI MLADI

Velikost **49**
Delež **3,6%**

R

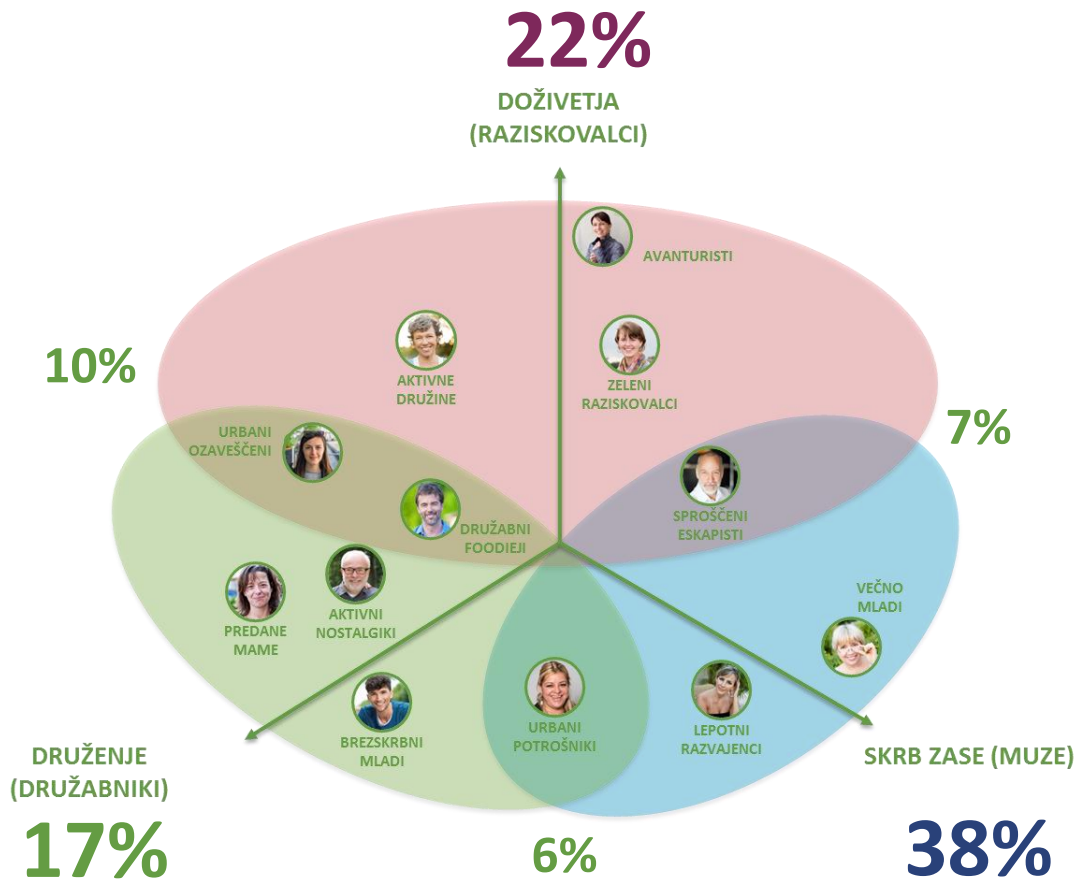


AVANTURISTI

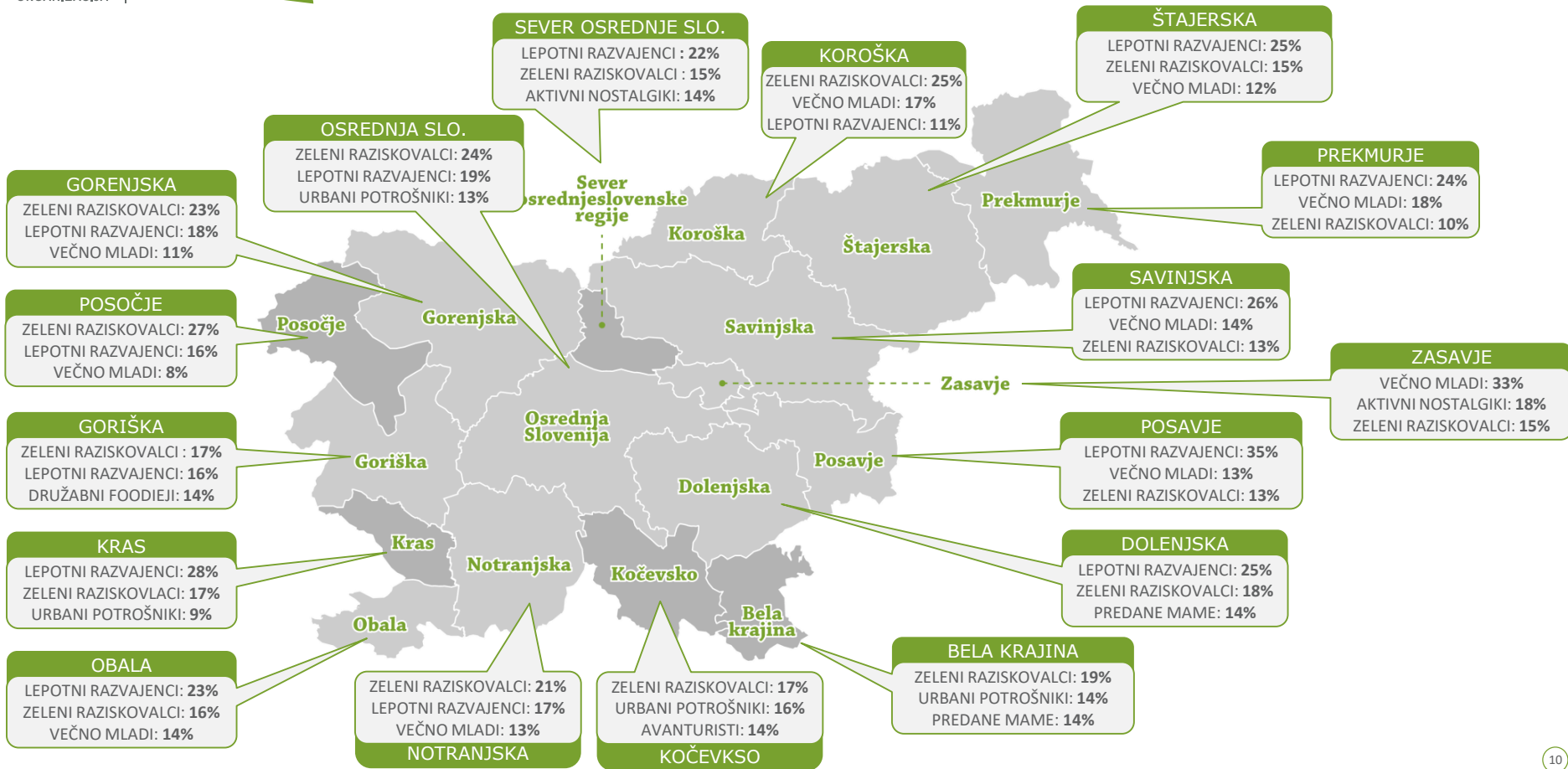
Velikost **44**
Delež **3,3%**

OSNOVA – TISTI, KI POTUJEJO: Velikost: **1.346 760** Delež: **100,0%**

Velikost področnih segmentnih skupin



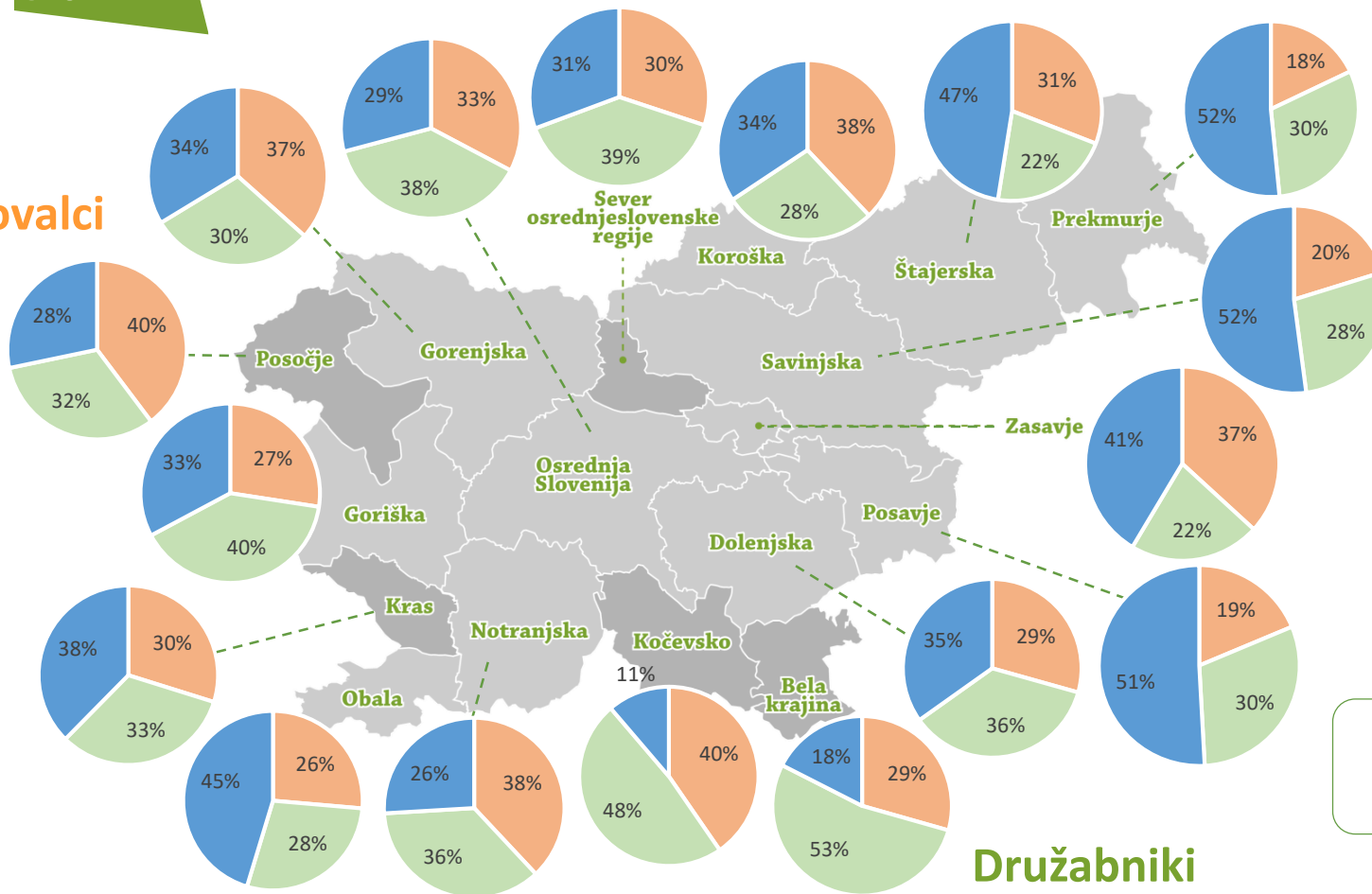
TOP 3 persone/regijo



Segmentne skupine / REGIJE

Raziskovalci

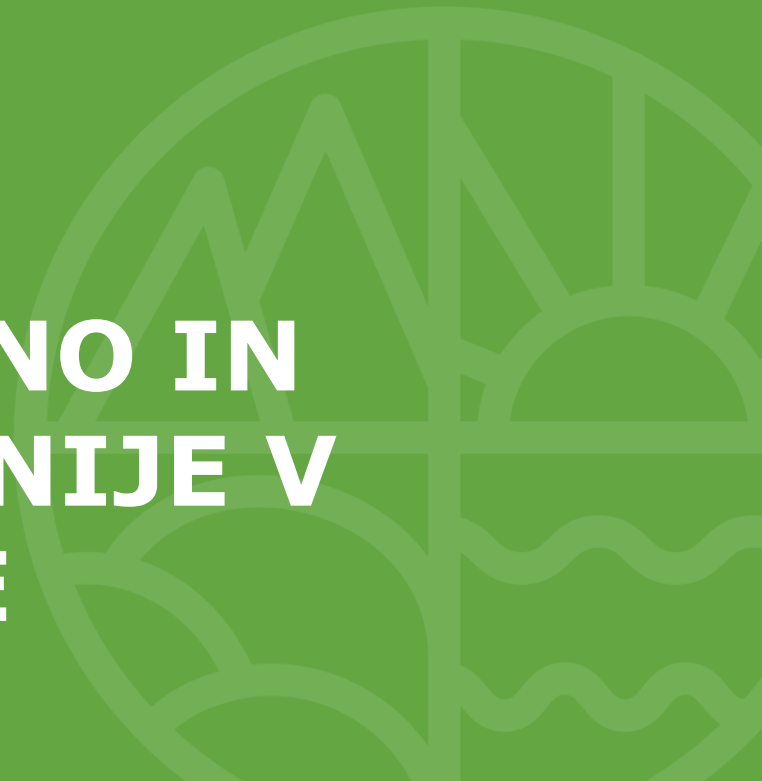
Muze



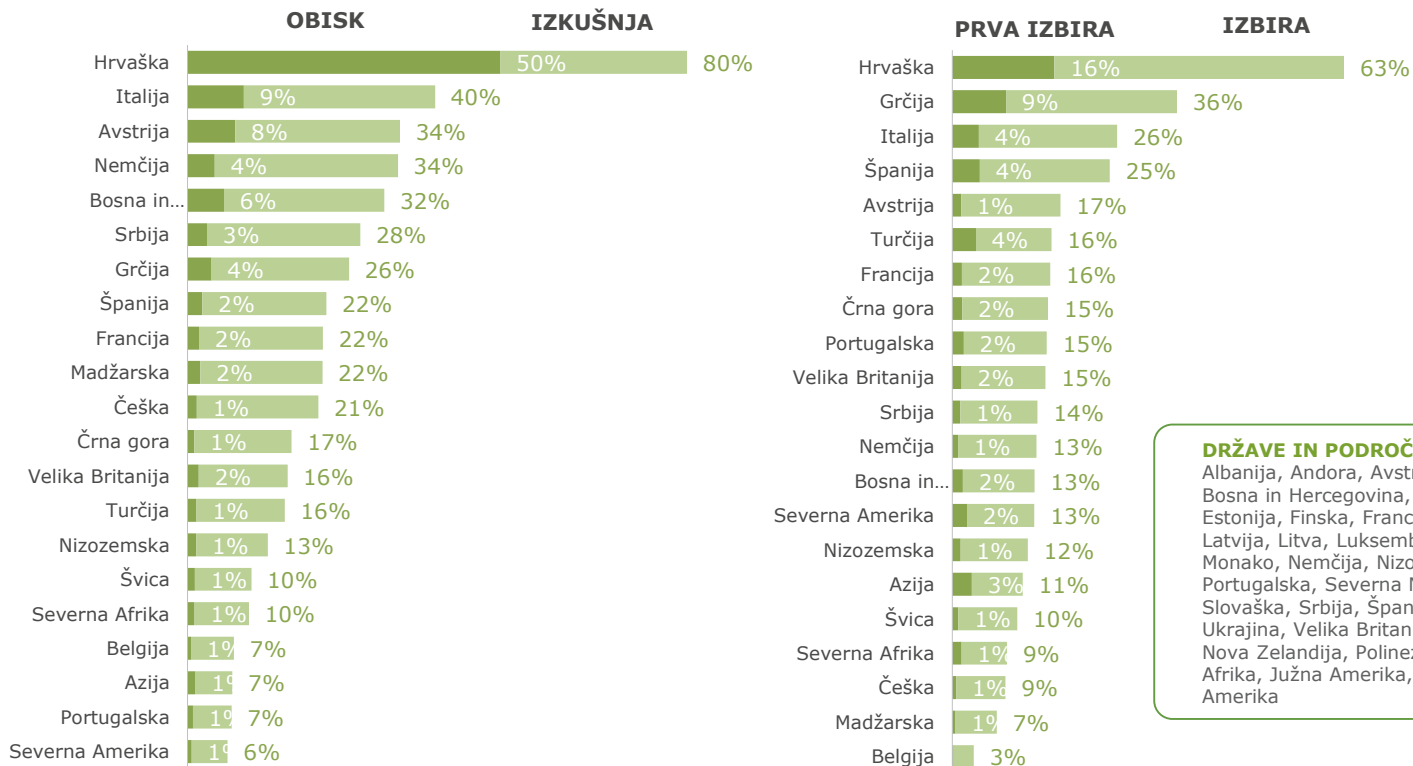
Družabniki

Tisti, ki potujejo

POTOVANJA V TUJINO IN PERCEPCIJA SLOVENIJE V KONTEKSTU TUJINE



Izkušnja in izbira tujih držav

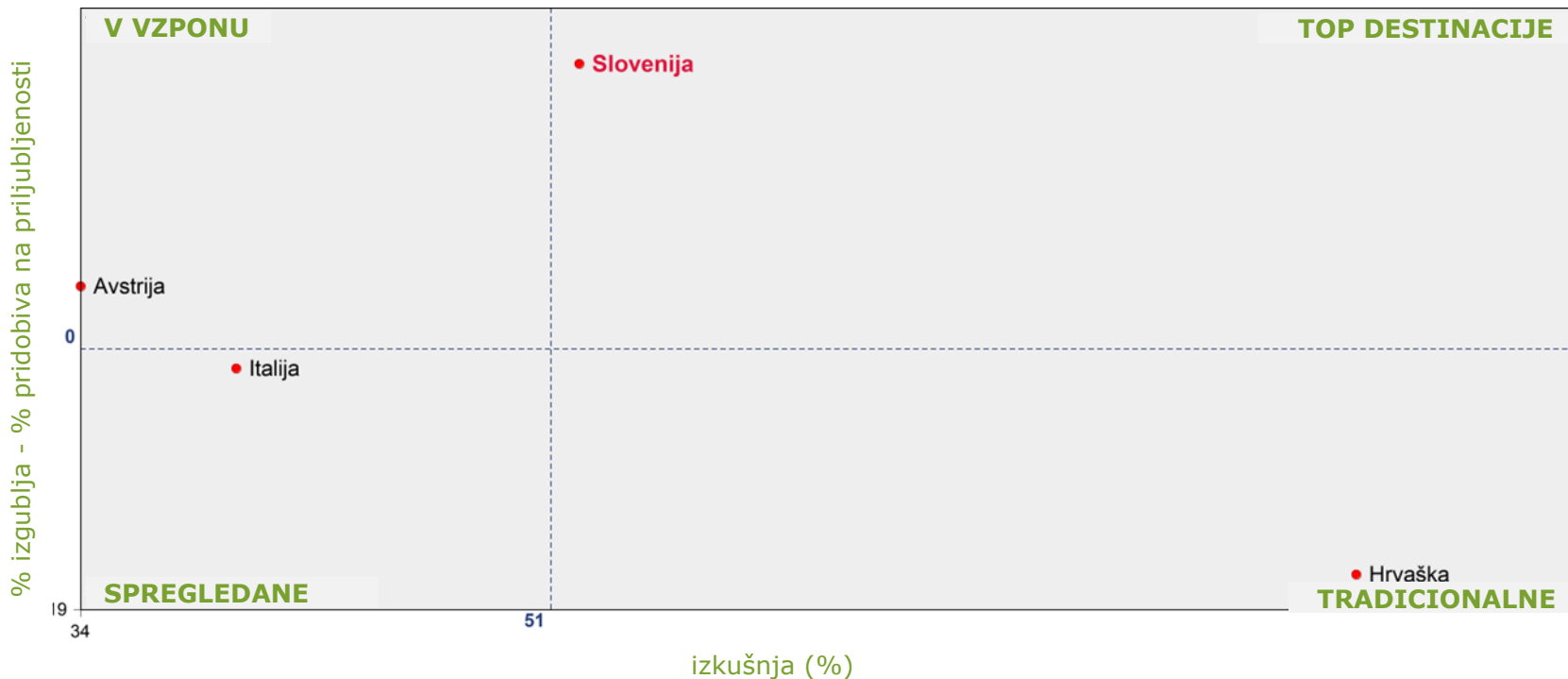


DRŽAVE IN PODROČJA, VKLJUČENA V MERITEV:

Albanija, Andora, Avstrija, Belgija, Belorusija, Bolgarija, Bosna in Hercegovina, Ciper, Češka, Črna gora, Danska, Estonija, Finska, Francija, Grčija, Hrvaška, Irsko, Italija, Latvija, Litva, Luksemburg, Madžarska, Malta, Moldavija, Monako, Nemčija, Nizozemska, Norveška, Poljska, Portugalska, Severna Makedonija, Romunija, Rusija, Slovaška, Srbija, Španija, Švedska, Švica, Turčija, Ukrajina, Velika Britanija, Azija, Oceanija (Avstralija, Nova Zelandija, Polinezija), Severna Afrika, Ostala Afrika, Južna Amerika, Severna Amerika, Srednja Amerika

Relevantnost destinacij

Delež obiskovalcev glede na priljubljenost destinacije

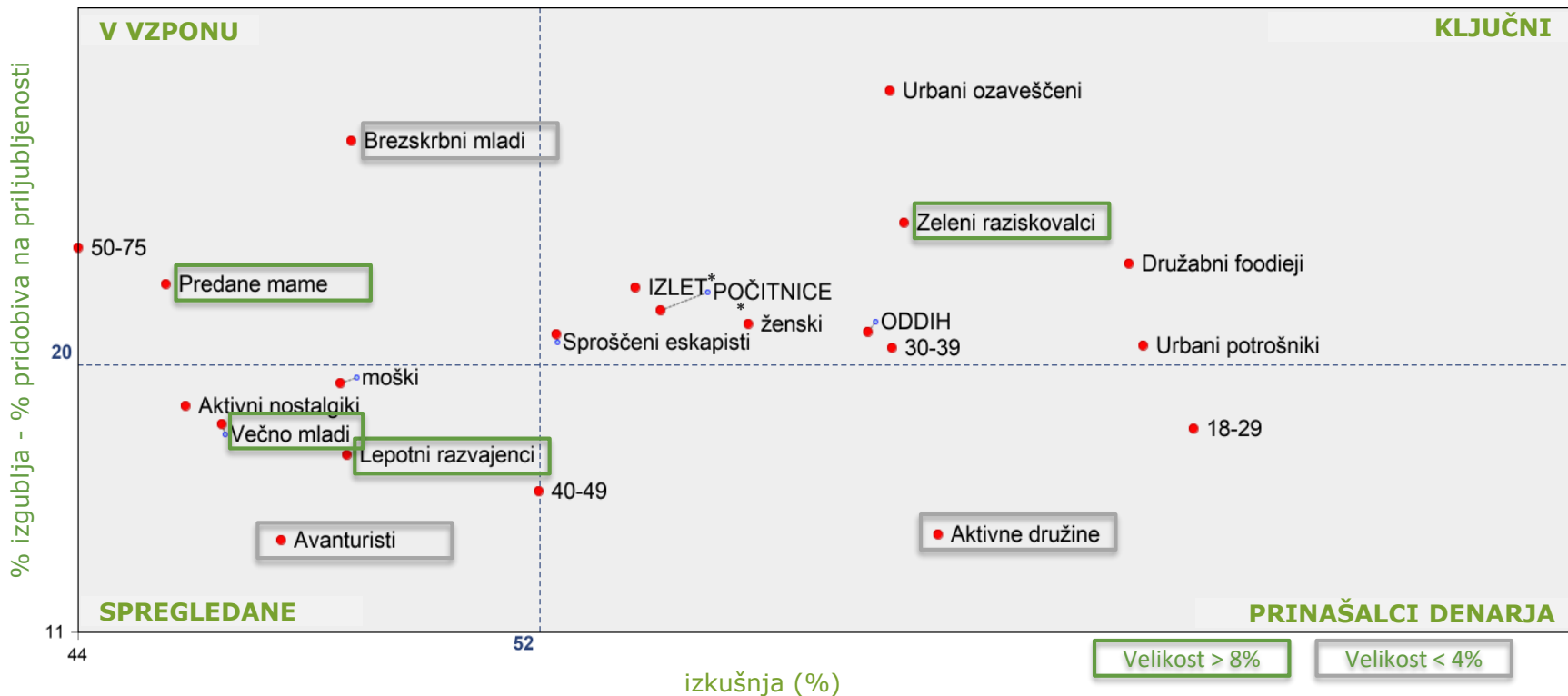


OPOMBE:

V grafu je prikazan delež obiskovalcev glede na razmerje pridobiva - izgublja na priljubljenosti (destinacija % izgublja - % pridobiva). % turistov na destinaciji predstavlja obiskanost destinacije (največji delež turistov se nahaja na destinacijah v desnem kvadrantu). V meritev podobe Slovenije kot turistične destinacije so bile za možnost primerjave vključene še sosednje države: Avstrija, Hrvaška in Italija.

Relevantnost Slovenije

Relevantnost Slovenije kot turistične destinacije glede na priljubljenost po segmentih turistov



Podoba Slovenije med domačimi gosti



OPOMBE:

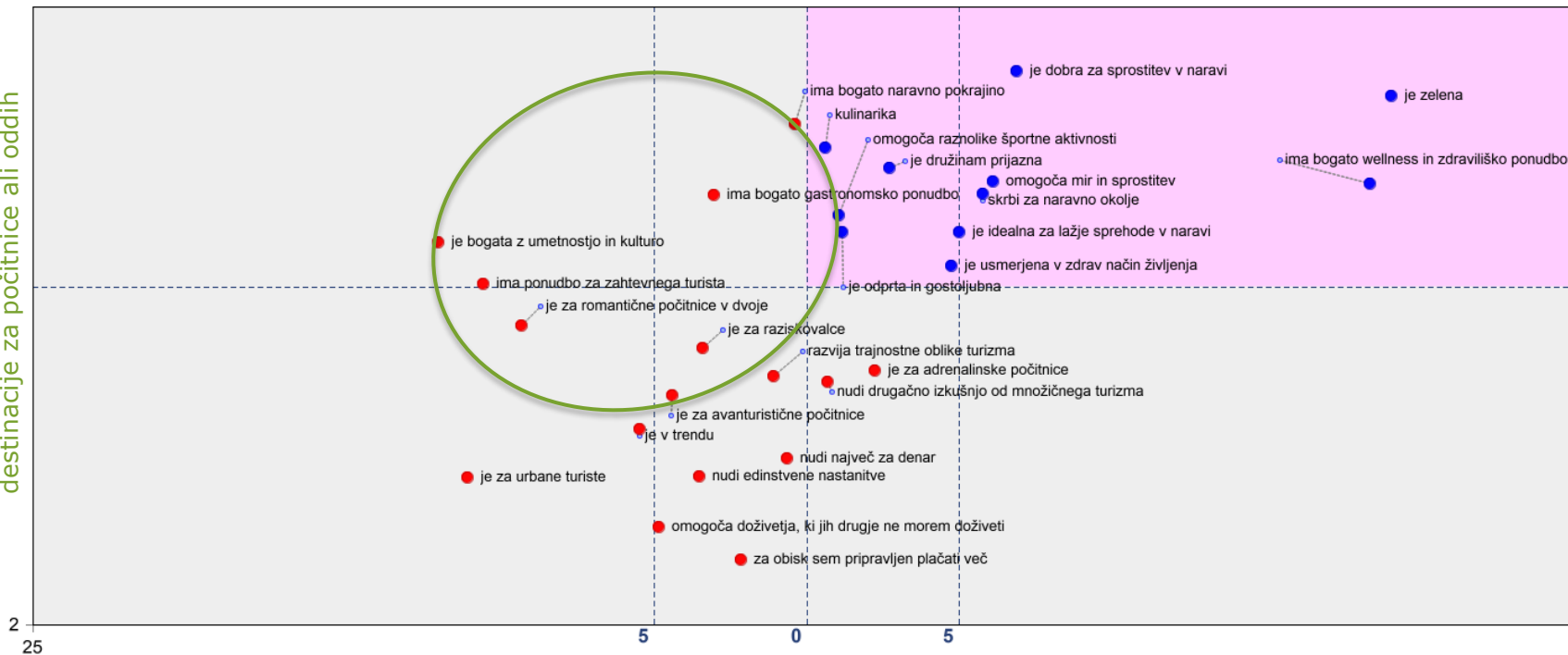
V prizmi so prikazani vsi elementi povezani s podobo destinacije in so razdeljeni v 6 ključnih dimenzij podobe. Za vsako posamezno dimenzijo so elementi razvrščeni po padajočem vrstnem redu. Z modro in podčrtano so označeni elementi, ki statistično značilno pozitivno odstopajo, z rdečo pa elementi, ki statistično značilno odstopajo negativno. *Kulinarika, ki temelji na lokalnih sezonskih sestavinah

Pomembnost elementov

Vpliv elementov na izbiro Slovenije kot destinacije za počitnice ali oddih

*zanimivi elementi so v zgornjem delu slike (vplivni), najboljši so tisti na desni strani slike (pomembni)

vpliv elementa podože na izbiro Slovenije kot
destinacije za počitnice ali oddih



šibkejša asociacija Slovenije ← → močnejša asociacija Slovenije

Ključne značilnosti Slovenije in sosednjih držav

Država	Pozicija relevantnosti	Ključne persone	Spregledane persone	Najbolj značilni elementi podobe	Najmanj značilni elementi podobe
 SLOVENIJA	• Top destinacija	<ul style="list-style-type: none"> • Urbani ozaveščeni • Zeleni raziskovalci • Družabni foodieji • Sproščeni eskapisti 	<ul style="list-style-type: none"> • Avanturisti • Lepotni razvajenci • Večno mladi • Aktivni nostalgiki 	<ul style="list-style-type: none"> • Je zelena • Je dobra za sprostitev v naravi • Ima bogato wellness in zdraviliško ponudbo 	<ul style="list-style-type: none"> • Je bogata z umetnostjo in kulturo • Je za romantične počitnice v dvoje • Ima ponudbo za zahtevnega turista
 HRVAŠKA	• Tradicionalna	<ul style="list-style-type: none"> • Lepotni razvajenci • Predane mame 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivni nostalgiki • Urbani potrošniki • Družabni foodieji • Sproščeni eskapisti 	<ul style="list-style-type: none"> • Je družinam prijazna • Omogoča mir in sprostitev • Izgublja na popularnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Je bogata z umetnostjo in kulturo • Je zelena • Skrbi za naravno okolje
 ITALIJA	• Spregledana	<ul style="list-style-type: none"> • Družabni foodieji • Zeleni raziskovalci • Urbani ozaveščeni • Urbani potrošniki 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivne družine • Predane mame • Brezskrbni mladi • Aktivni nostalgiki 	<ul style="list-style-type: none"> • Je bogata z umetnostjo in kulturo • Ima bogato gastronomsko ponudbo • Je za romantične počitnice v dvoje 	<ul style="list-style-type: none"> • Omogoča raznolike športne aktivnosti • Je družinam prijazna • Je dobra za sprostitev v naravi
 AVSTRIJA	• V vzponu	<ul style="list-style-type: none"> • Urbani potrošniki 	<ul style="list-style-type: none"> • Brezskrbni mladi • Lepotni razvajenci • Aktivni nostalgiki 	<ul style="list-style-type: none"> • Skrbi za naravno okolje • Je zelena • Ima ponudbo za zahtevnega turista 	<ul style="list-style-type: none"> • Ima bogato gastronomsko ponudbo • Kulinarika • Je za romantične počitnice v dvoje

Obiskovalci Slovenije

IZKUŠNJE V SLOVENIJI
LETOS



NAJBOLJ OBISKANI DELI SLOVENIJE (v zadnjem letu)

AKTIVNOSTI



Sonce in morje	66%
Obisk naravnega parka, naravne znamenitosti	57%
Rekreacija	36%
Športne aktivnosti	34%
Gastronomsko popotovanje	26%

POTOVALNI MOTIVI



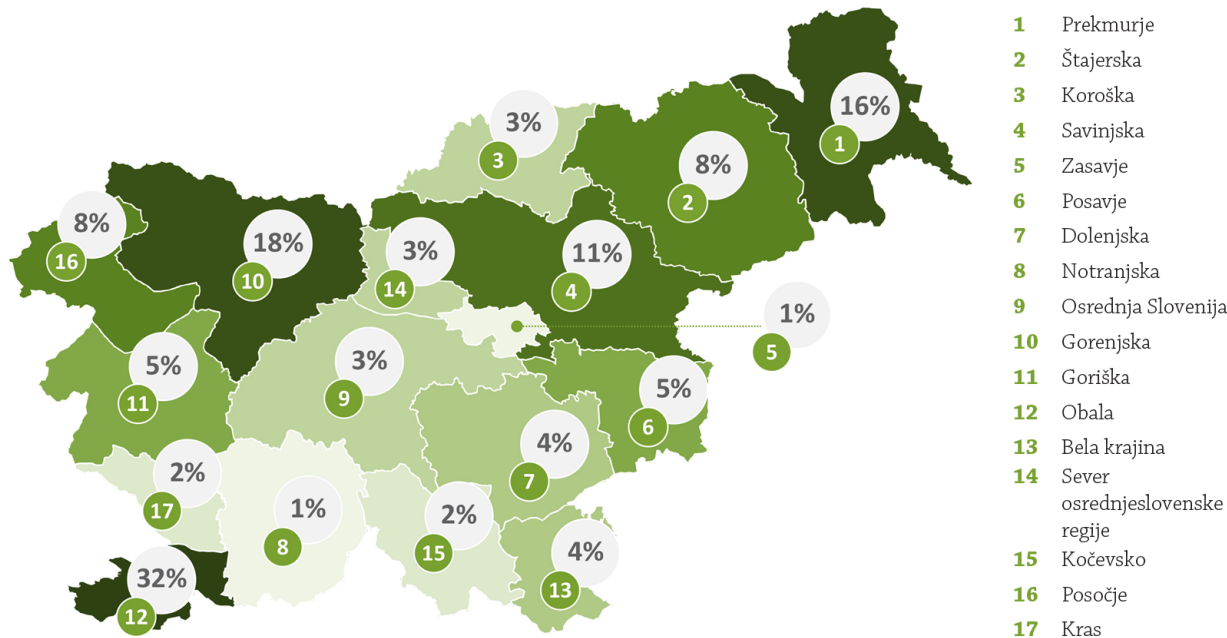
Sprostitev	42%
Spočiti se, upočasniti življenje	38%
Umik od vsakdana	38%
Spoznati nekaj novega	33%
Preživeti čas z družino	26%

S KOM POTUJE



V paru	47%
Z družino	36%
S prijatelji	11%
Sam	5%
S sorodniki	2%

OBISKOVALCI PO REGIJAH



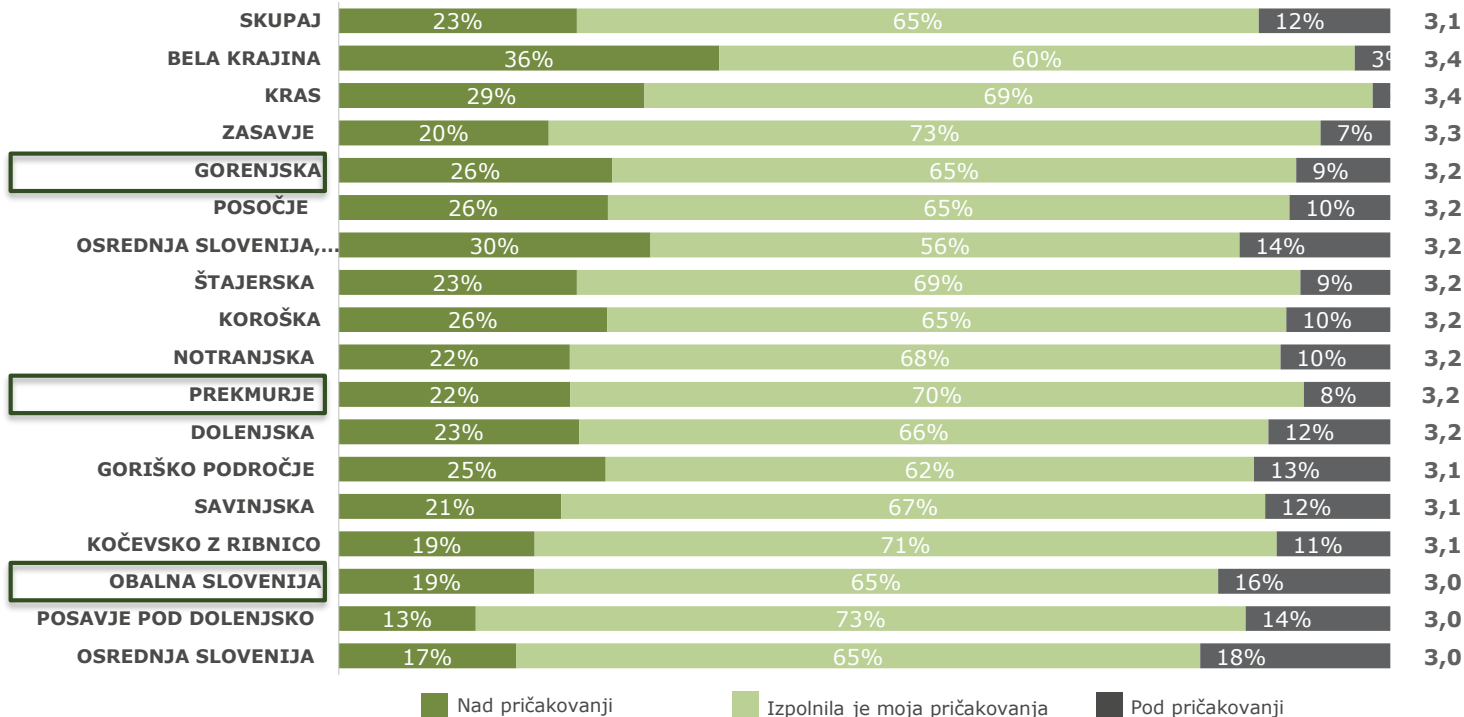
Prikazani so deleži obiskovalcev posameznih regij oz. področij. Osnova so obiskovalci Slovenije (vsaj 1 nočitev v zadnjem letu).

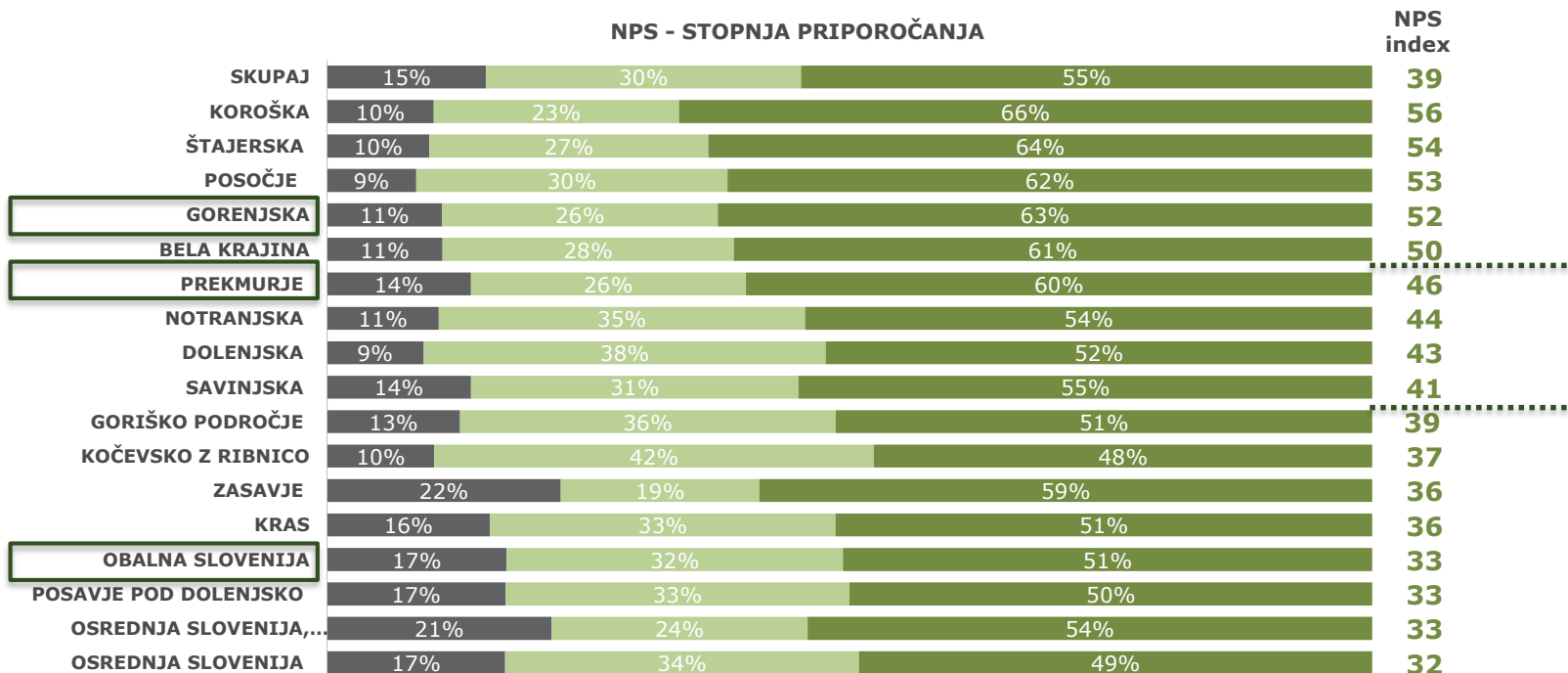
Splošno zadovoljstvo

ZADOVOLJSTVO

Osnova: obiskovalci Slovenije

povprečje



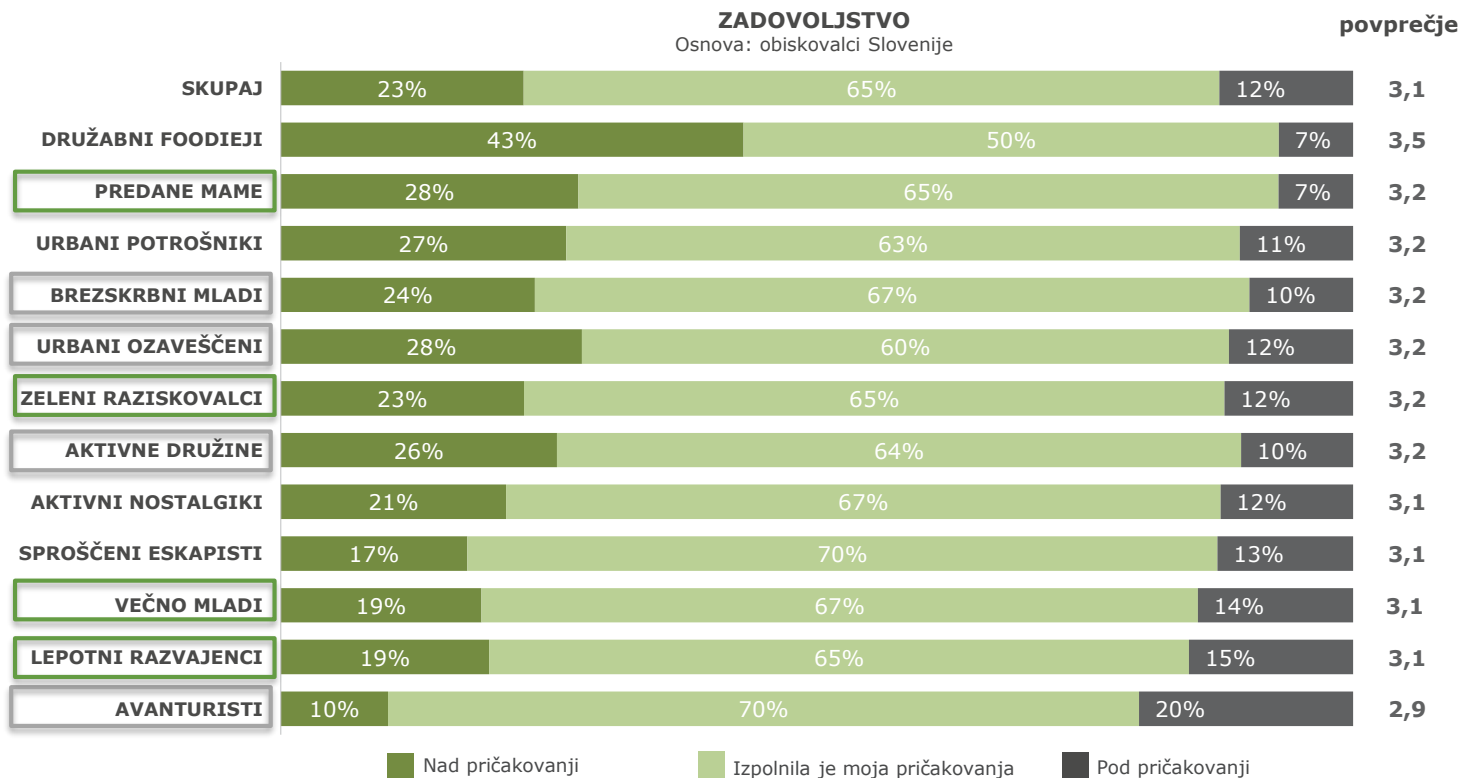


Priporočila:

■ obrekovalci ■ nevtralni ■ promotorji

OPOMBA: Obrekovalci predstavljajo vrednosti od 0-6, nevtralni 7-8, promotorji 9-10 (priporočajo državo). NPS index je delež promotorjev minus delež obrekovalcev in kaže na stopnjo lojalnosti.

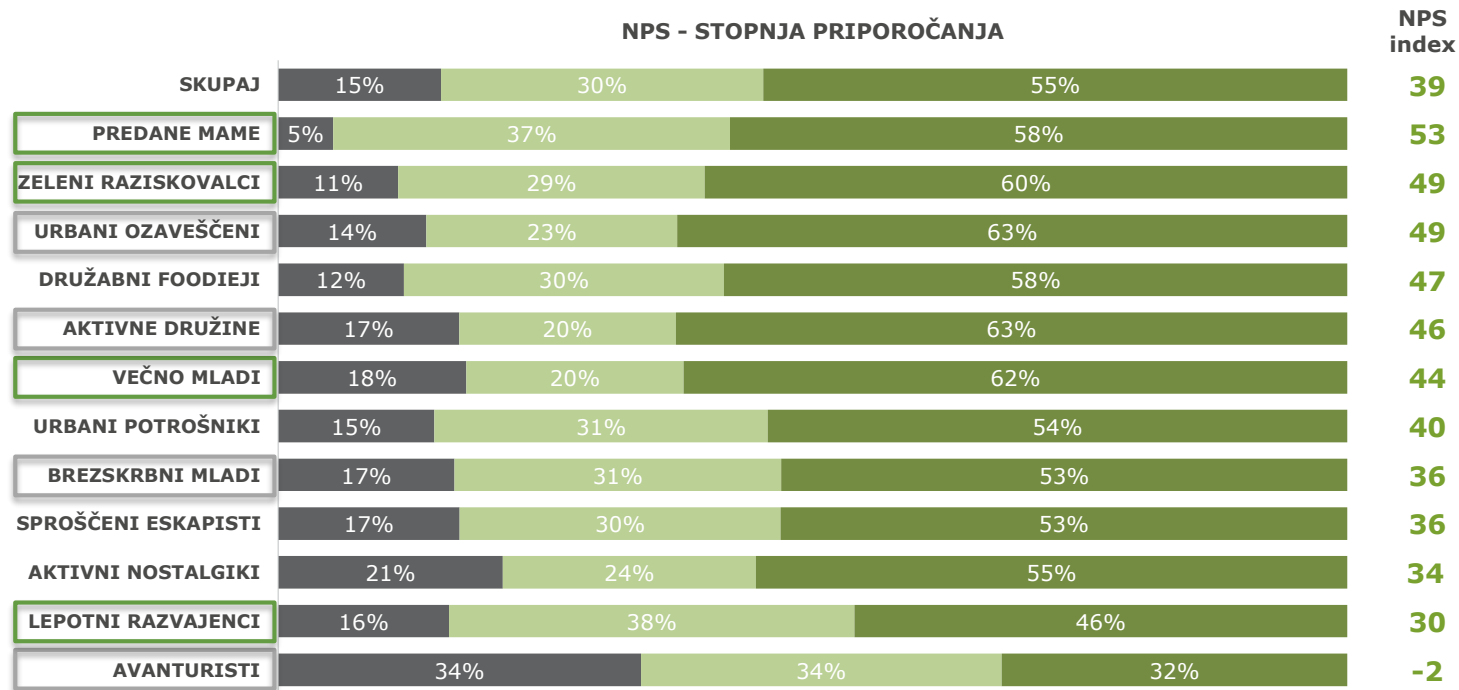
Zadovoljstvo po personah



Velikost > 8%

Velikost < 4%

Priporočilo (NPS) po personah



Priporočila:

■ obrekovalci ■ nevturalni ■ promotorji

OPOMBA: Obrekovalci predstavljajo vrednosti od 0-6, nevturalni 7-8, promotorji 9-10 (priporočajo državo). NPS index je delež promotorjev minus delež obrekovalcev in kaže na stopnjo lojalnosti.

Velikost > 8%

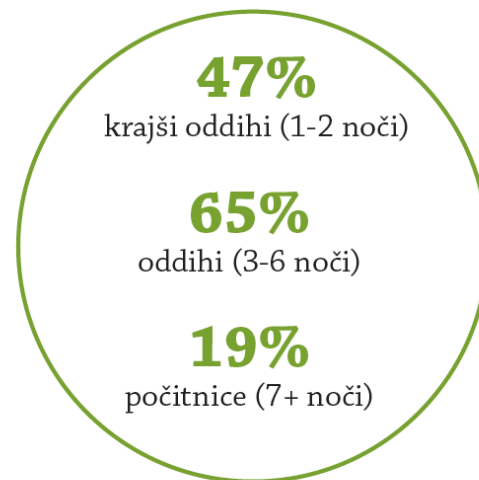
Velikost < 4%

Obiskovalci Slovenije

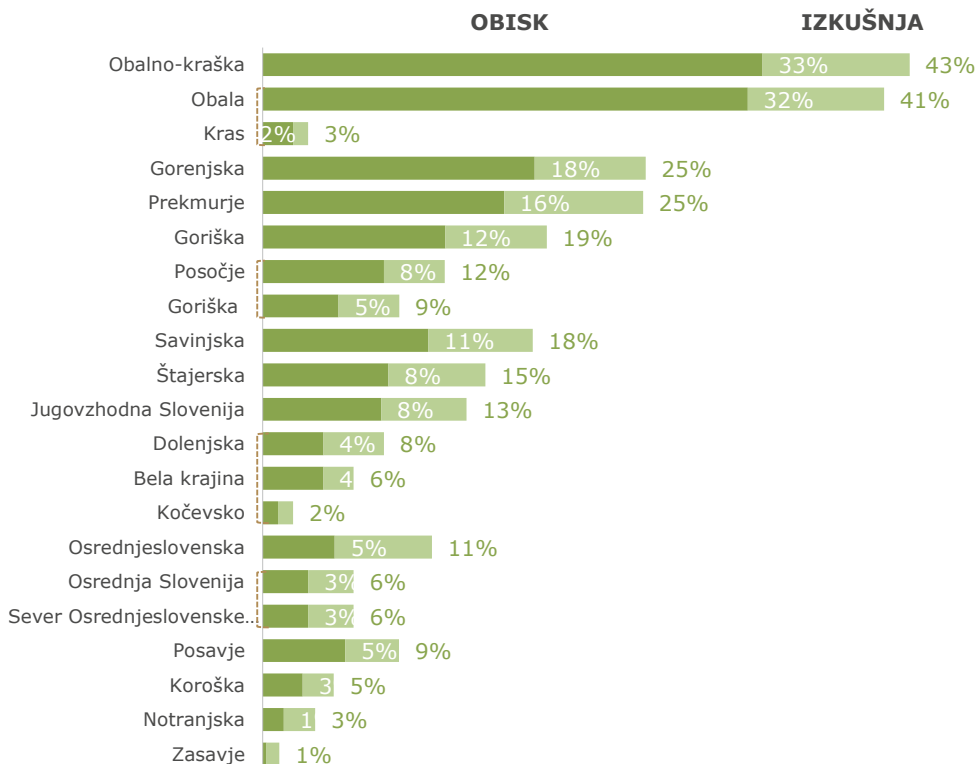
RAZUMEVANJE SLOVENIJE KOT DESTINACIJE



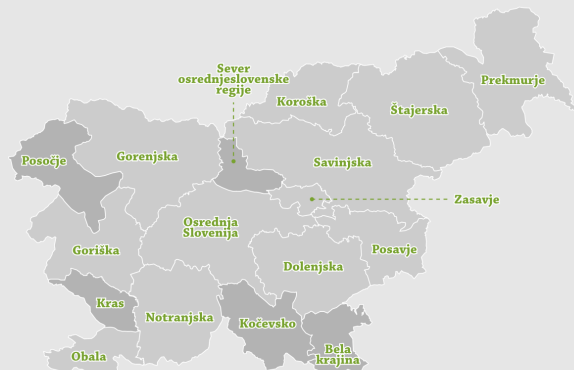
Oddih v Sloveniji, letos



Izkušnja in obisk



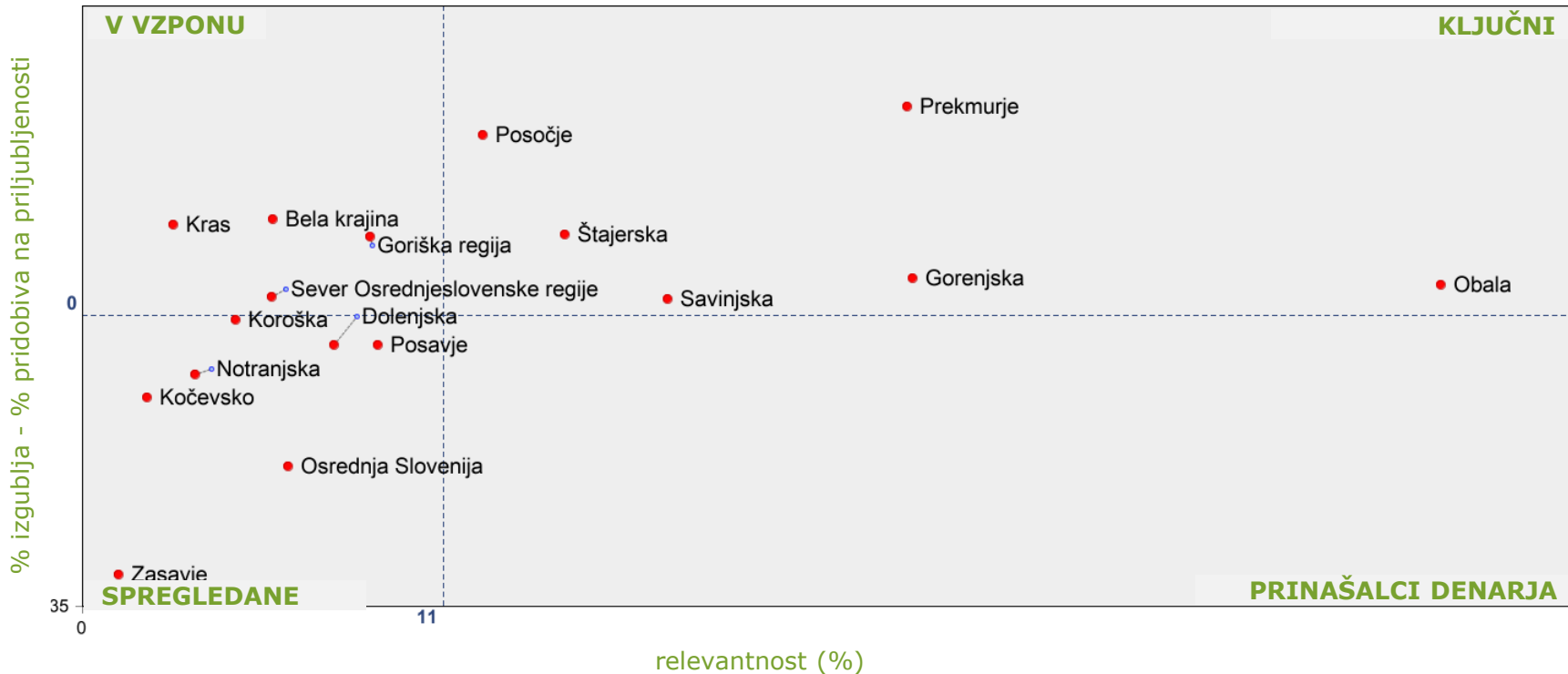
REGIJE:



Prekmurje (Murska Sobota, Lendava), **Štajerska** (Pohorje, Rogla, Ptuj), **Koroška**, **Savinjska** (Celje, Velenje, Rogaška, Podčetrtek), **Zasavje** (Trbovlje), **Posavje pod Dolenjsko** (Krško, Čatež), **Dolenjska** (Novo Mesto, Otočec), **Bela Krajina**, **Kočevsko z Ribnico**, **Notranjska** (Postojna, Pivka, Ilirska Bistrica), **Osrednja Slovenija** (Ljubljana), **Osrednja Slovenija, severni del** (Kamniško-Savinjske Alpe), **Gorenjska**, **Goriško področje** (Nova Gorica, Vipava, Brda), **Posočje** (Tolmin, Kobarid, Bovec), **Obalna Slovenija**, **Kras**

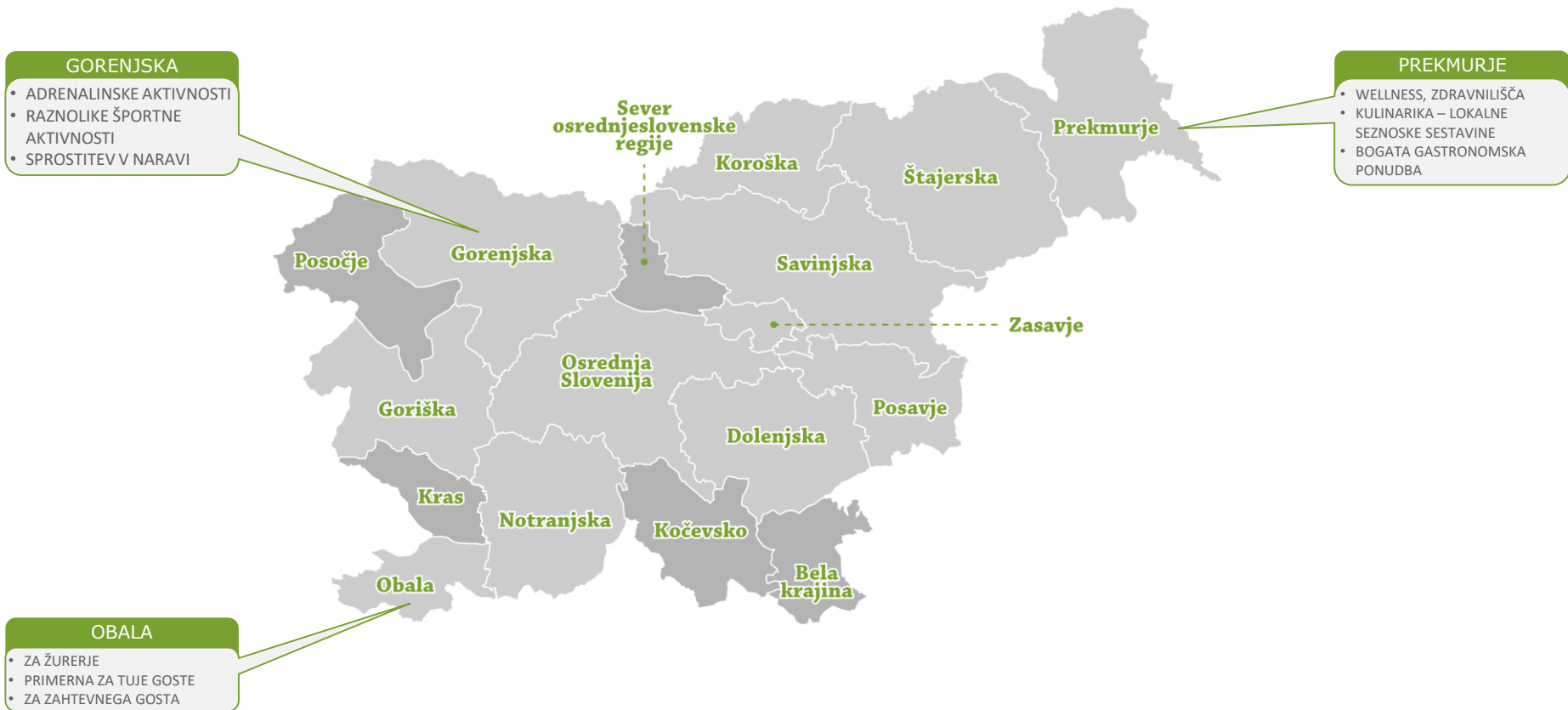
Relevantnost regij

Delež obiskovalcev glede na priljubljenost regije

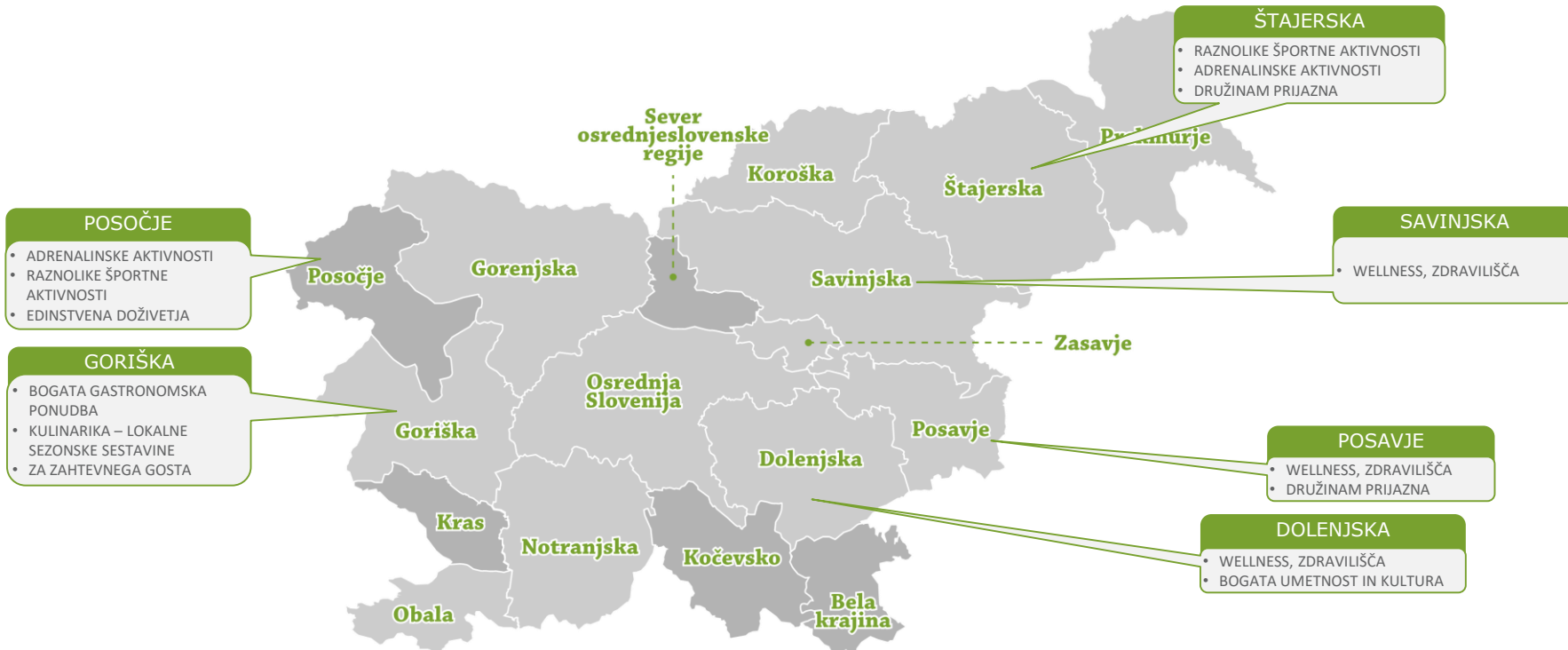


OPOMBE: V grafu je prikazan delež obiskovalcev glede na razmerje pridobiva - izgubija na priljubljenosti (destinacija % izgubija - % pridobiva). % obiskovalcev na destinaciji predstavlja obiskanost destinacije (največji delež obiskovalcev se nahaja na destinacijah v desnem kvadrantu).

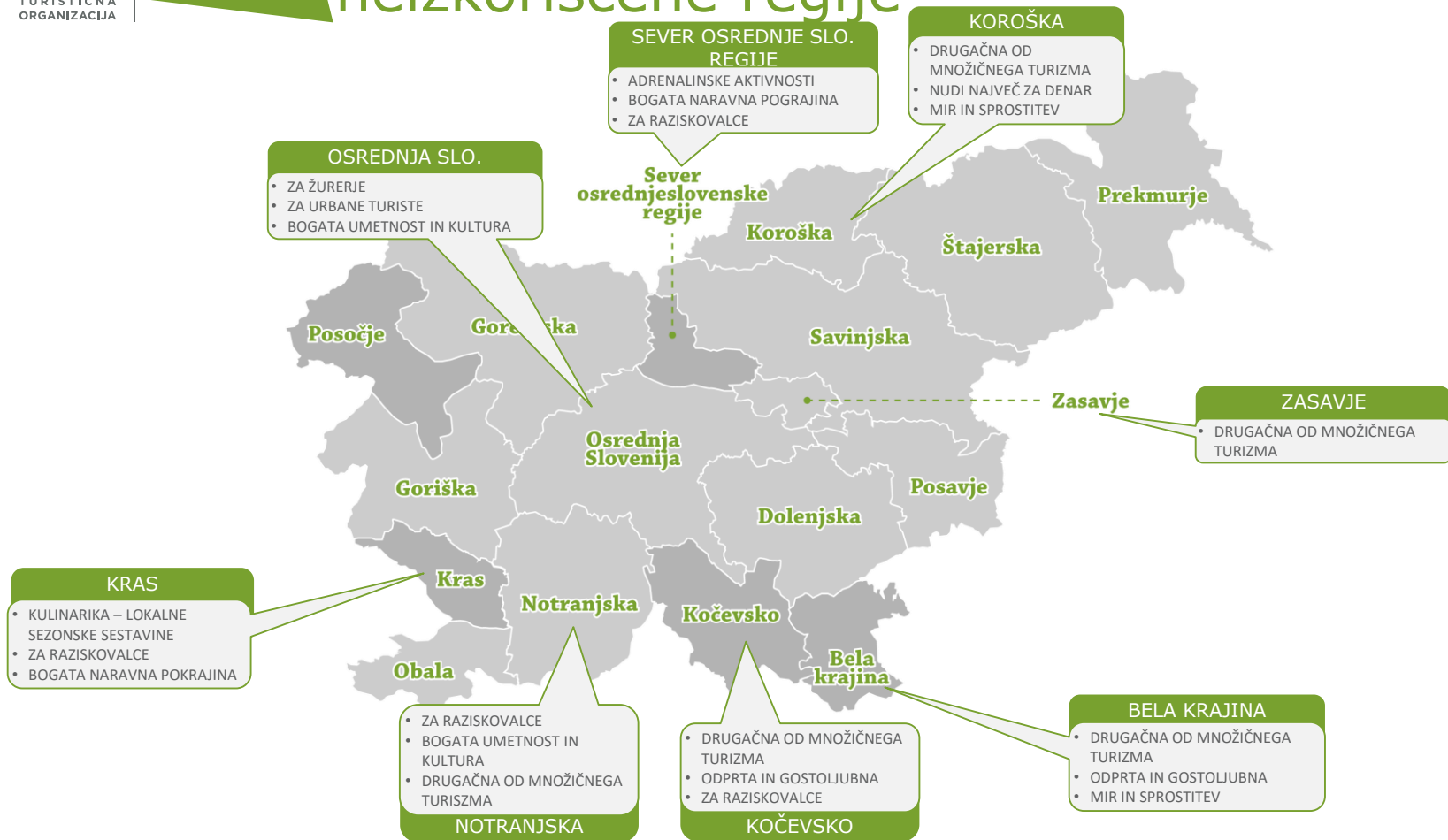
Najbolj značilni elementi podobe regij TOP 3 regije



Najbolj značilni elementi podobe regij Sledilci

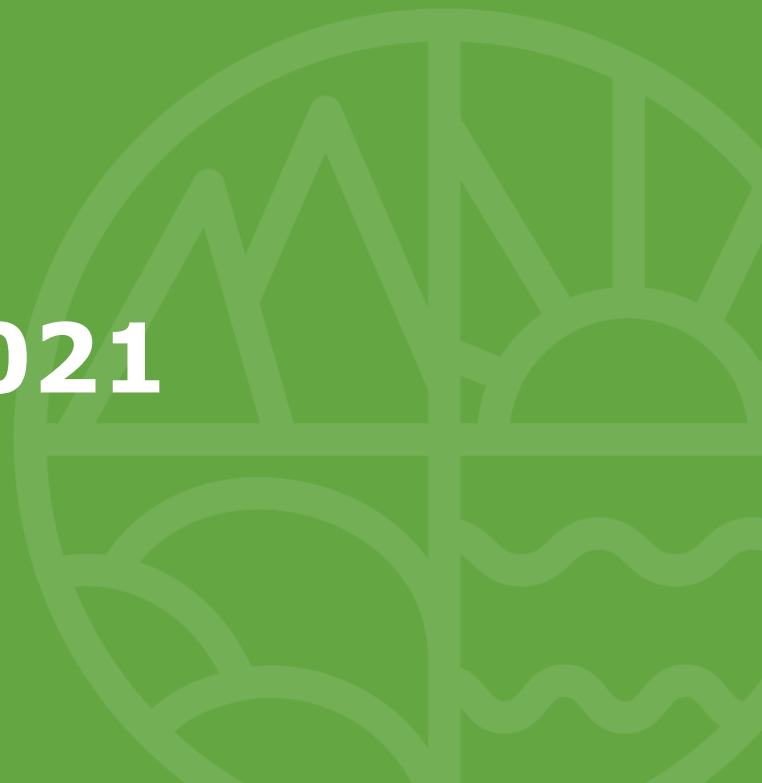


Najbolj značilni elementi podobe regij neizkoriščene regije

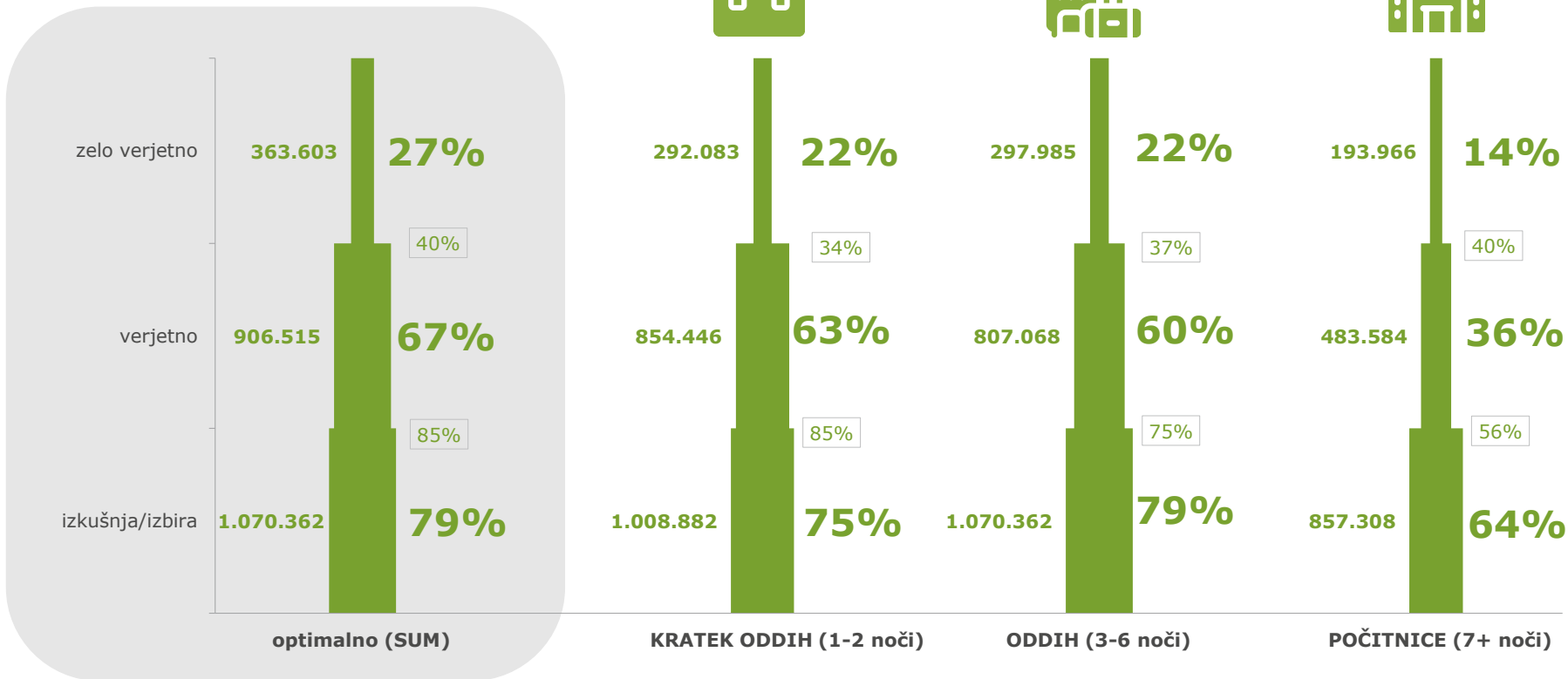


Tisti, ki potujejo

DOMAČI GOSTI V 2021

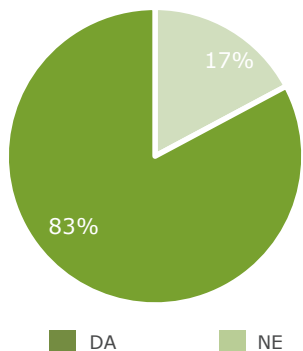


SLOVENIJA: Velikost potenciala

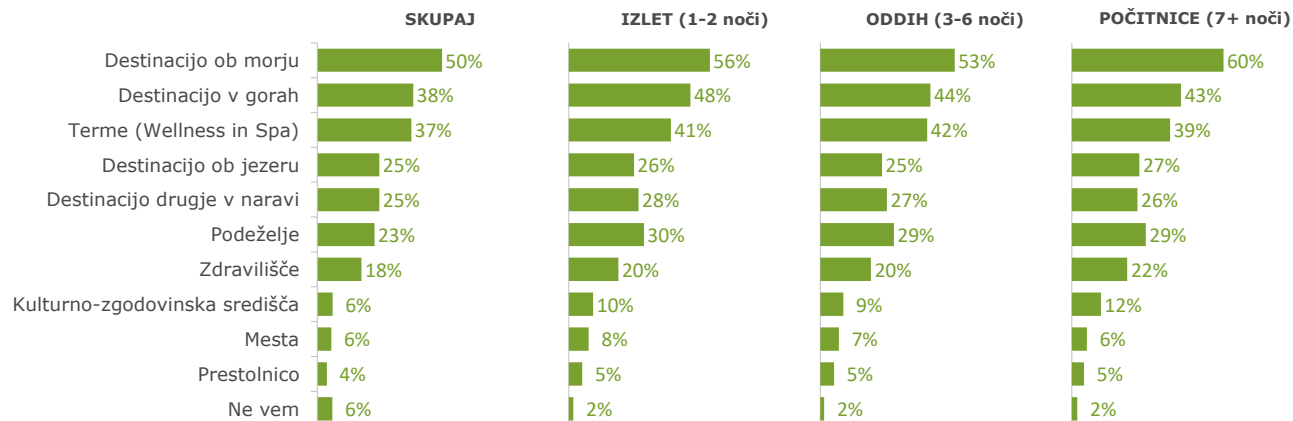


Načrti za naslednjih 12 mesecev

IZBIRA SLOVENIJE NASLEDNJIH 12 MESECIH

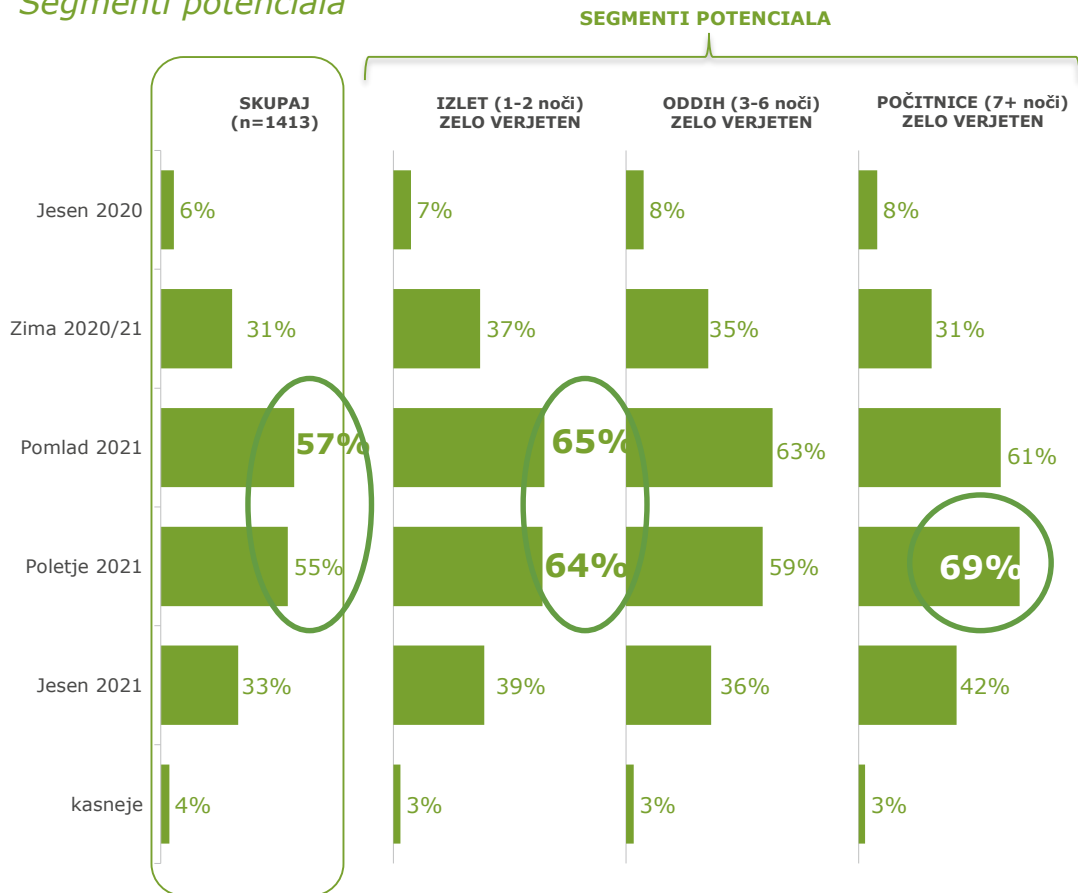


Tisti, ki potujejo



Načrti za naslednjih 12 mesecev

Segmenti potenciala



UPORABA TURISTIČNIH BONOV



TURISTIČNI BONI



46%

Že koristili
turistične bone

46%



Da, sem ga že
uporabil/a



48%

Še načrtujejo

37%



Računam
na
podaljšanje
bonov v
leto 2021

7%

Ne, a ga
načrtujem
uporabiti do
konca leta

4%

Ne, a
imam že
rezervacijo



6%

Ne bodo
koristili

4%

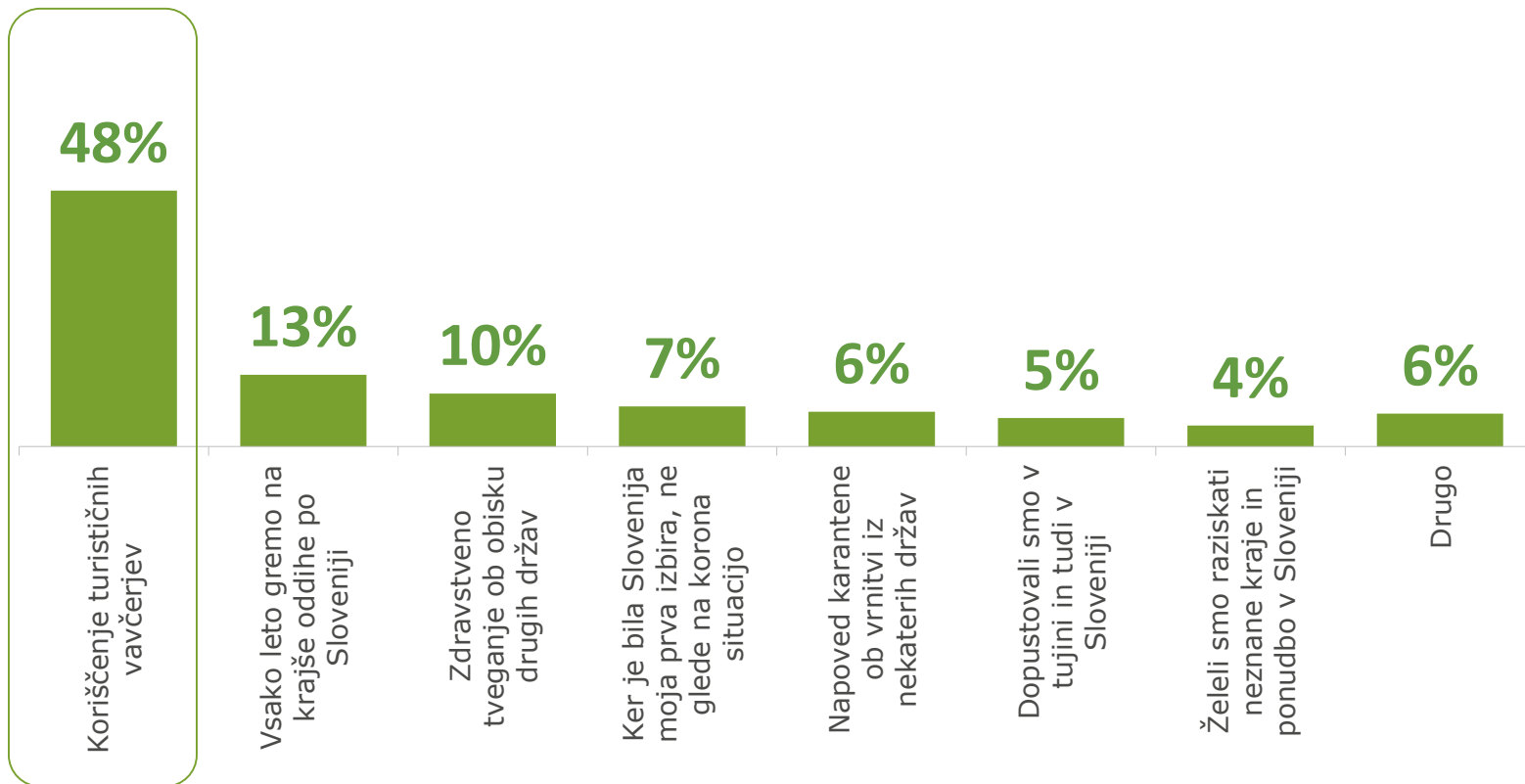
Ne, vavčer sem/bom
podaril sorodnikom

2%

Ne, vavčerja ne
bom uporabil

Glavni motiv za obisk Slovenije

Od junija 2020 naprej, ko so bili v veljavi turistični boni

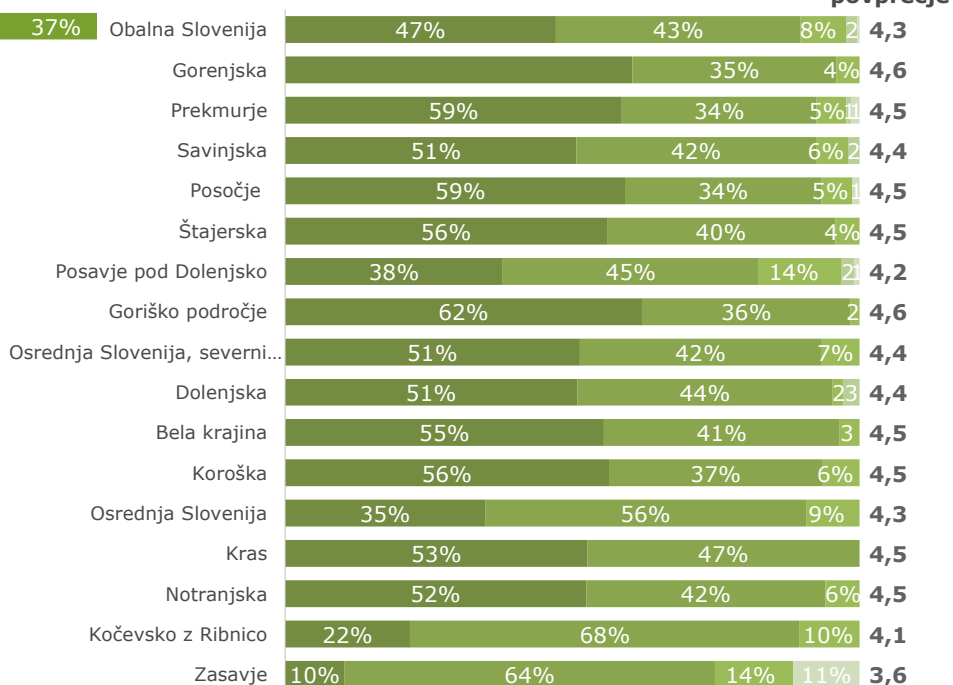


Že koristili (46%)

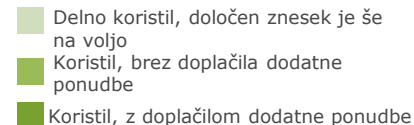
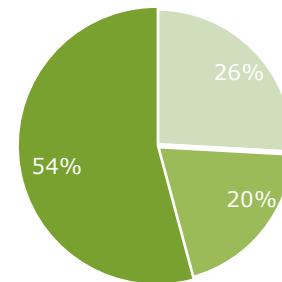
KJE – PO REGIJAH



ZADOVOLJSTVO

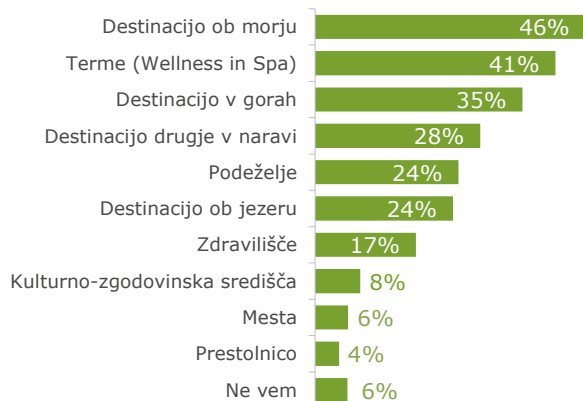


NAČIN KORIŠČENJA BONOV

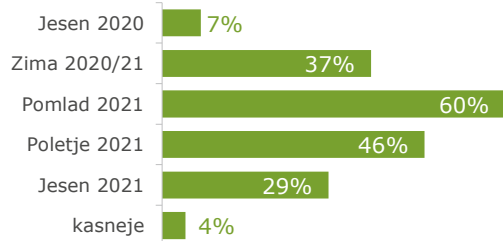


Še načrtujejo (48%)

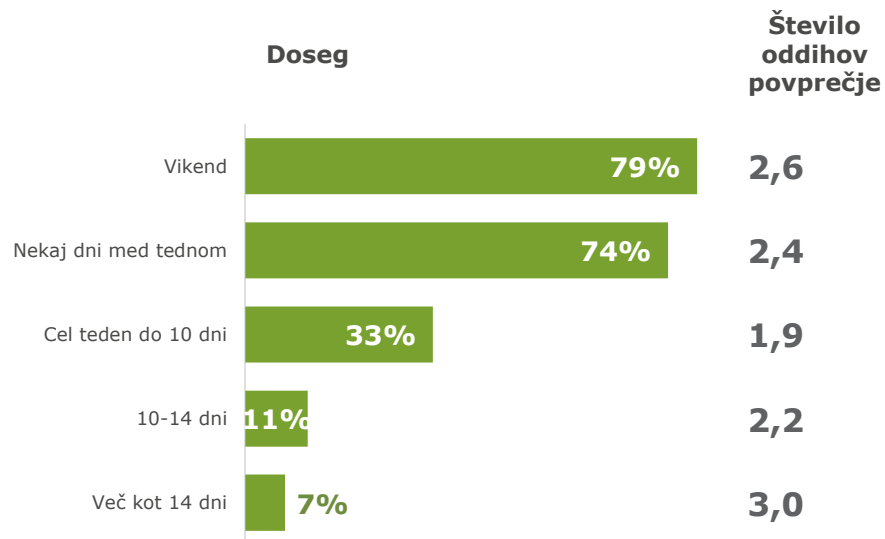
VRSTA DESTINACIJE



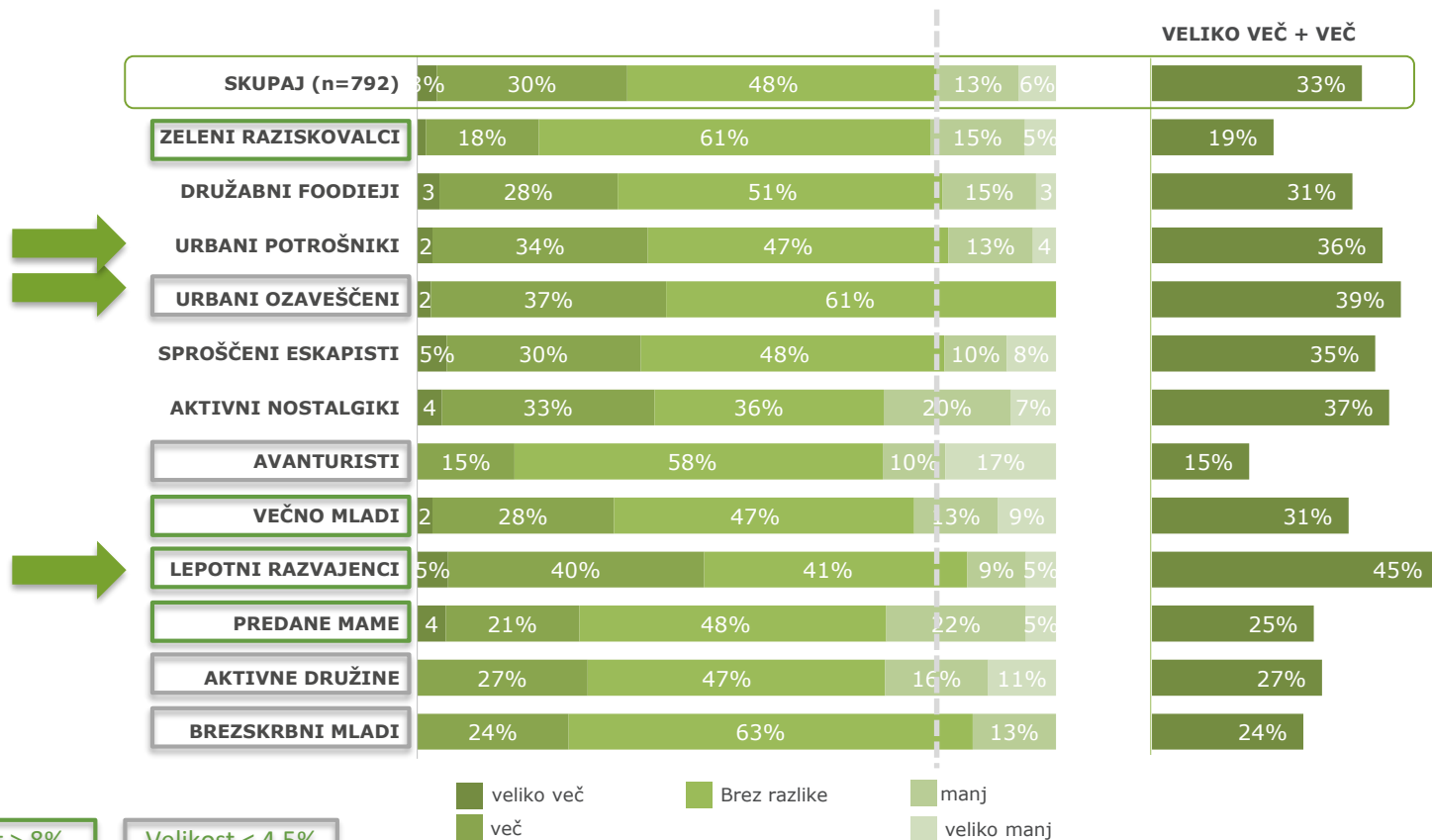
KDAJ



PLANIRANA DOLŽINA ODDIHA in PLANIRANO ŠTEVILO*



Učinek turističnih bonov na potrošnjo



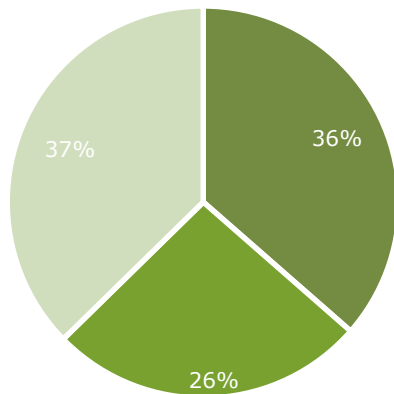
Kje so nove omejitve?

COVID IN NOVA NORMALNOST



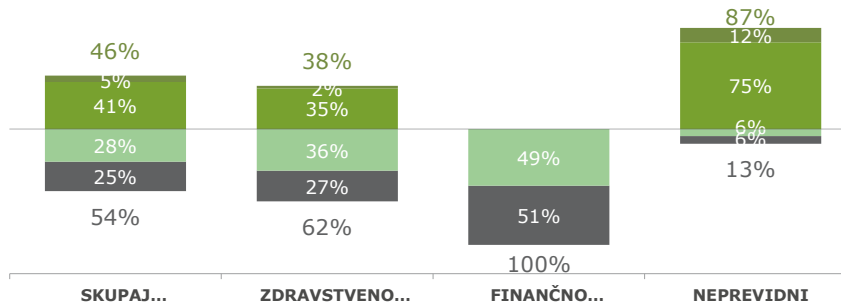
Covid-19 segmenti

Glede na zdravstveno rizičnost, finančno stanje in potrošnjo



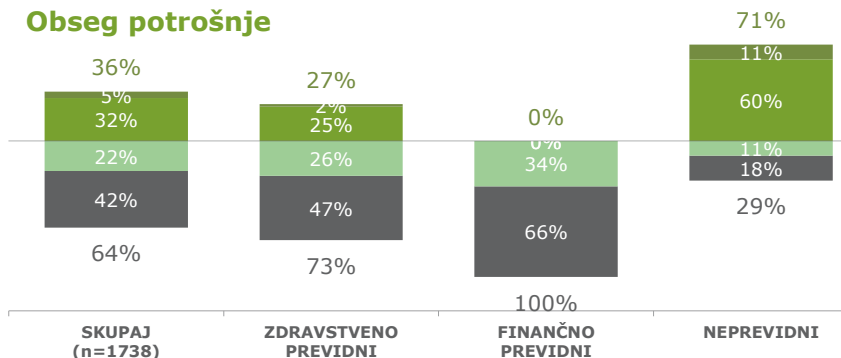
- Zdravstveno previdni
- Finančno previdni
- Neprevidni

Finančno stanje



- boljše kot pred pol leta
- enako, ne pričakujem poslabšanja
- enako, vendar pričakujem, da se bo poslabšalo
- slabše kot pred pol leta

Obseg potrošnje



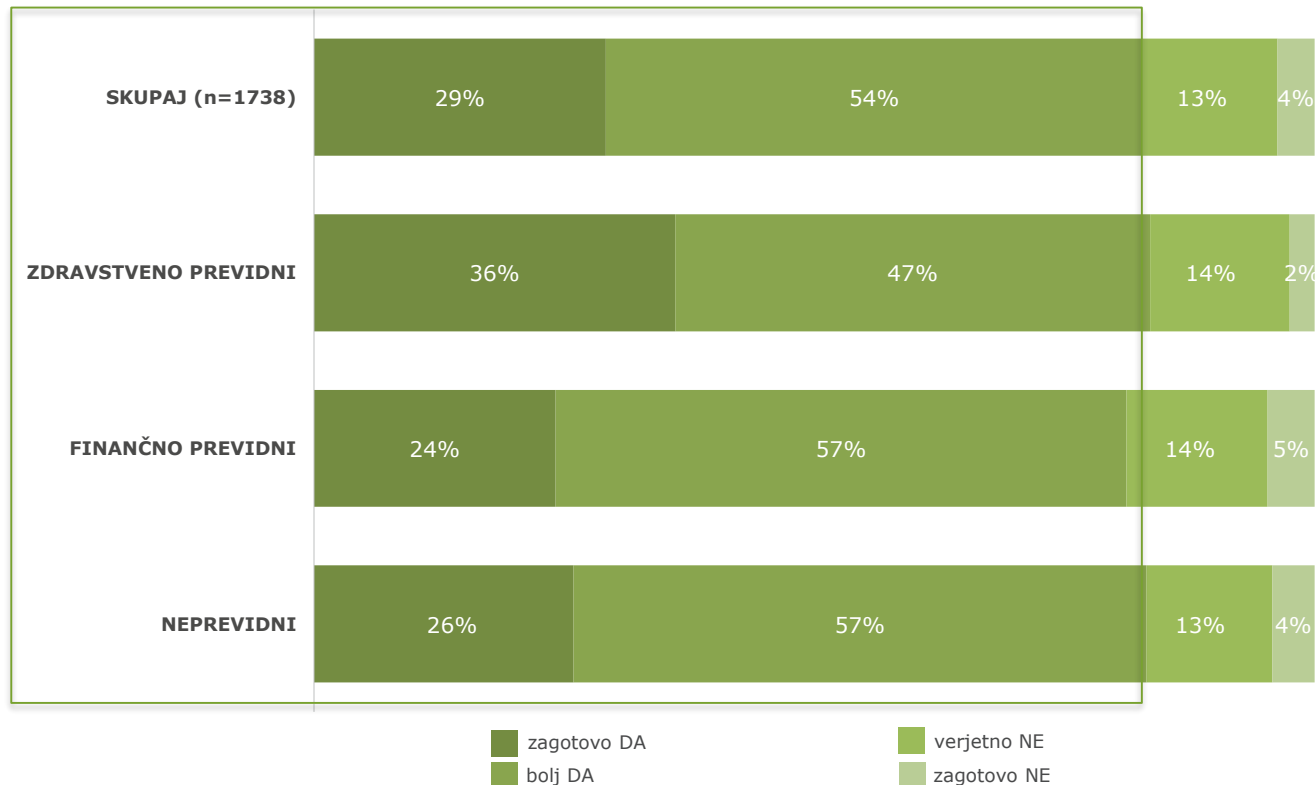
- da, trošim več kot prej
- ne, in ne pričakujem nobenih sprememb
- ne, ampak mislim, da bom v prihodnjih mesecih trošil manj
- da, zdaj trošim manj

OPOMBE:

Osnova za izračun segmentacije so: finančno stanje na splošno, glede na stanje izpred pol leta, sprememba obsega potrošnje v zadnje pol leta in presoja ali oseba sodite med bolj rizične osebe za okužbo Covid-19 ter morebitne težje posledice. **ZDRAVSTVENO PREVIDNI:** zdravstveno rizični, **FINANČNO PREVIDNI:** slabše finančno stanje, nižja potrošnja, zdravstveno ne-rizični, **NEPREVIDNI:** enako ali boljše finančno stanje, enak ali večji obseg potrošnje, zdravstveno ne-rizični.

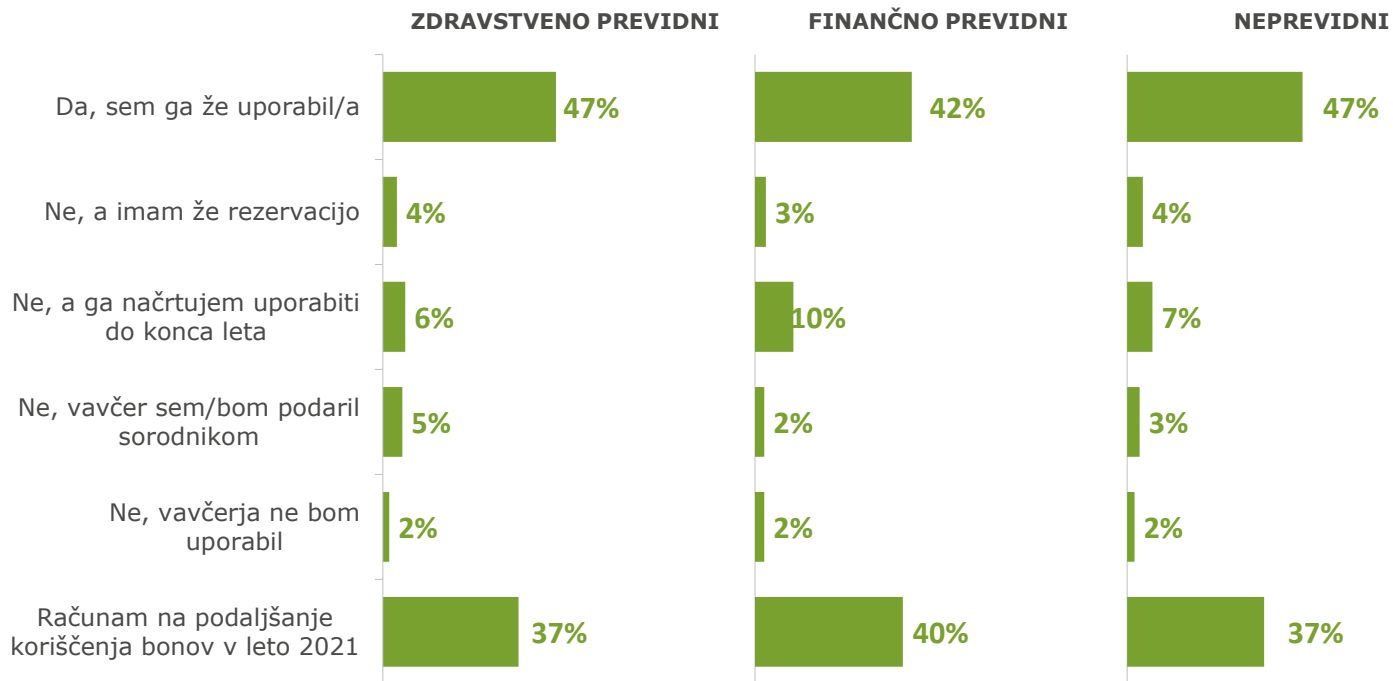
Verjetnost oddiha v Sloveniji

V naslednjih 12 mesecih – glede na Covid-19 segmente



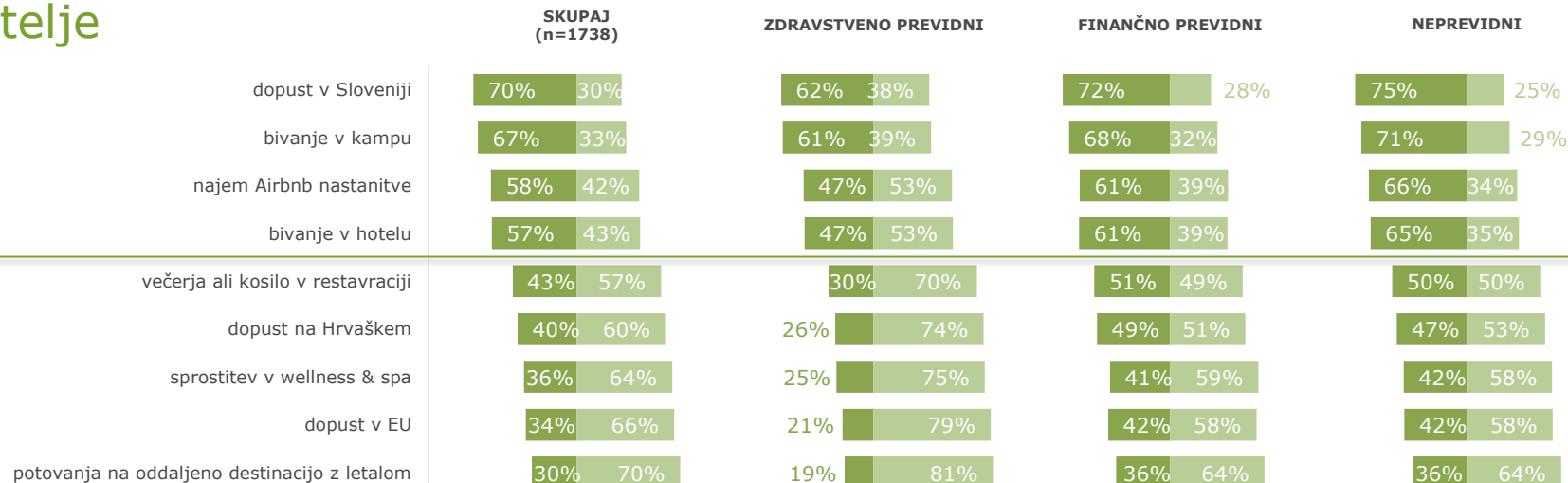
Uporaba turističnih bonov

Glede na Covid-19 segmente

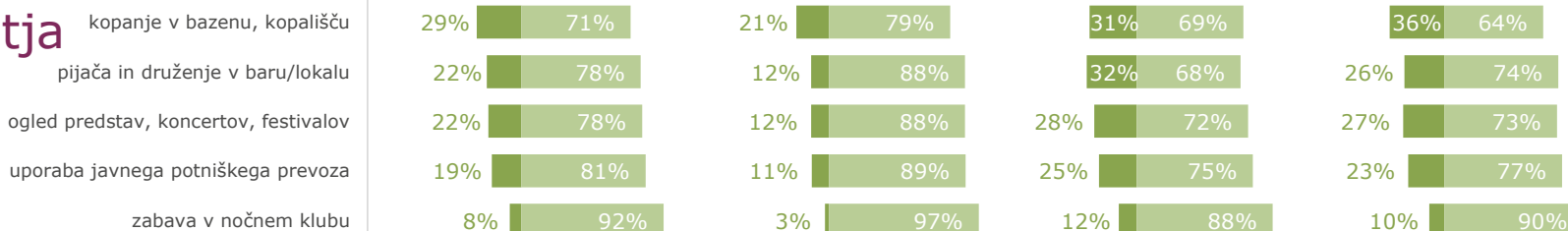


Tveganost lokacij / aktivnosti

Postelje



Doživetja



■ ni tvegano ■ tvegano

KLJUČNI POUDARKI



Potovalni profil domačih gostov in kako vidijo Slovenijo:

Domači gost

Slovenci očitno radi potujemo, skoraj 90% potuje in več kot 75% hodi na oddihe tudi v Sloveniji. nekoliko prevladujejo muze in raziskovalci (gastro turiste tudi lahko vključimo)
GLAVNI MOTIVI: Sonce in morje, naravni parki in naravne znamenitosti, rekreacija in šport, gastronomija/kulinarika

Percepcija Slovenije glede na sosede

Pozitivna percepcija, pozitiven pogon, ki jača izkoristek potenciala v 2021. Za Slovenijo...

...bolj velja:

- zelena, skrb za okolje, sprostitev v naravi, sprehodi v naravi, bogata wellness ponudba, omogoča mir in sprostitev, usmerjena v zdrav način življenja

...bolj NE velja:

- bolj ne omogoča doživetja, manj umetnost in kultura, manj v trendu, manj za romantične počitnice

Med domačimi gosti nismo še uspeli doseči percepcije BUTIČNOSTI, dimenzije KULTURE in neizrazit VTIS, ki ga pusti Slovenije domačemu gostu. Prepričajmo najprej domačega gosta, ker bo potem pri tujcih lažje.

Izkušnja s Slovenijo

V letu 2020 v splošnem in v povprečju je bila izkušnja domačih gostov pozitivna. Izpolnjena pričakovanja in možnost priporočila za oddih v Sloveniji.

Vsak domači gost je pomemben, ker jih je omejena količina (1 mio) in negativne izkušnje bodo nižale potencial celotnemu turizmu.

Vpogled v Slovenijo:

Relevantnost lokalnih destinacij

- Ključne regije: (1) **Obala**, (2) **Prekmurje**, (3) **Gorenjska**
- Sledilci: **Savinjska**, **Štajerska**, **Posočje**
- V vzponu: Bela krajina, Goriška regija, Kras, Sever osrednje regije

Percepcijska definicija ključnih regij:

- (1) žur, zahtevni gost, za tujce
- (2) wellness, kulinarika,
- (3) šport, adrenalin, narava

Osrednja Slovenija, Notranjska, Kočevsko, Dolenjska in Posavje neizkoriščen potencial.
(ne velja za Ljubljano oziroma Ljubljana za domačega gosti ima druge specifikacije)

Sezona 2021

Zagotovljen potencial je 27%, možno **izkoristiti 67%** (kratek oddih in oddih); za **daljše oddihe 7+** nočitev pa je potenciala manj, **36%**

Pomlad je ključna (ob ugodni epidemiološki sliki) in pomemben del sezone bo šel v poletje. Večji del **vikendi**, ki pa se ponovijo **3x v letu**; in **krajši oddihi** med tednom, ki pa se ponovijo **2x v letu**.

Turistični boni in COVID

Izredna spodbuda, da so domači gosti “ponovno odkrili” Slovenijo.

Še **48%** ji načrtuje bone izkoristiti – ponovno pomembna pomlad 2021.

Boni spodbujajo dodatno potrošnjo na destinaciji. Najbolj **lepotni razvajenci** (wellness) in **urbani** (obe personi). **Ključne regije imajo prednost** pred ostalimi.

Potrošnja v 2021 bo previdnejša do zmanjšana.

Tveganost COVID: Postelje niso problem, percepcija tveganja je bolj problematična pri aktivnostih, ki so na koncu doživetja.



Matjaž Robinšak
matjaz.robinsak@valicon.net

VALICON Ljubljana

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

VALICON Zagreb

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

VALICON Sarajevo

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

VALICON Beograd

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