



# IDENTIFIKACIJA TRŽNEGA POTENCIALA

Poročilo raziskave o potovalnih navadah, poziciji  
Slovenije in segmentacija turistov  
ŠPANIJA

November 2018



## Naročnik

---

**Ime:** Slovenska turistična organizacija

**Naslov:** Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana

**Kontaktna oseba:** Barbara Zmrzlikar

---

## Izvajalec

---

**Ime:** Valicon d.o.o.

**Naslov:** Kopitarjeva 2, 1000 Ljubljana

**Kontaktna oseba:** Matjaž Robinšak

---

### IZJAVA O VAROVANJU OSEBNIH PODATKOV ANKETIRANCEV

Družba Valicon je v skladu s kodeksom ESOMAR in AAPOR zavezana k varovanju osebnih podatkov anketirancev. Valicon tako v vseh pogledih preprečuje, da bi bilo mogoče prepoznati identiteto anketirancev. Vse spremenljivke oziroma polja, ki bi lahko neposredno kazala na identiteto anketiranca, so iz podatkovnih baz in poročil odstranjena. Prav tako so odgovori anketirancev fizično ločeni od podatkov anketirancev. Vsak poskus namerne identifikacije anketiranca ali razkritje identitete anketiranca s strani naročnika ali družbe Valicon pomeni kršitev zgoraj omenjenih kodeksov.

# UVOD





**7**  
držav



REPREZENTATIVEN VZOREC

**23.597**

anketirancev



**10.916**

predstavnikov ciljne  
populacije



**2.219**

turistov in obiskovalcev  
Slovenije

**12**  
PERSON



**T = 19:52**

Povprečni čas trajanja ankete



**27. 9. – 17. 10. 2018**

Obdobje zbiranja podatkov

**Ekipa 10-IH STROKOVNJAKOV**  
na projektu:

**VALICON**

**Globalen ponudnik spletnih panelov:**

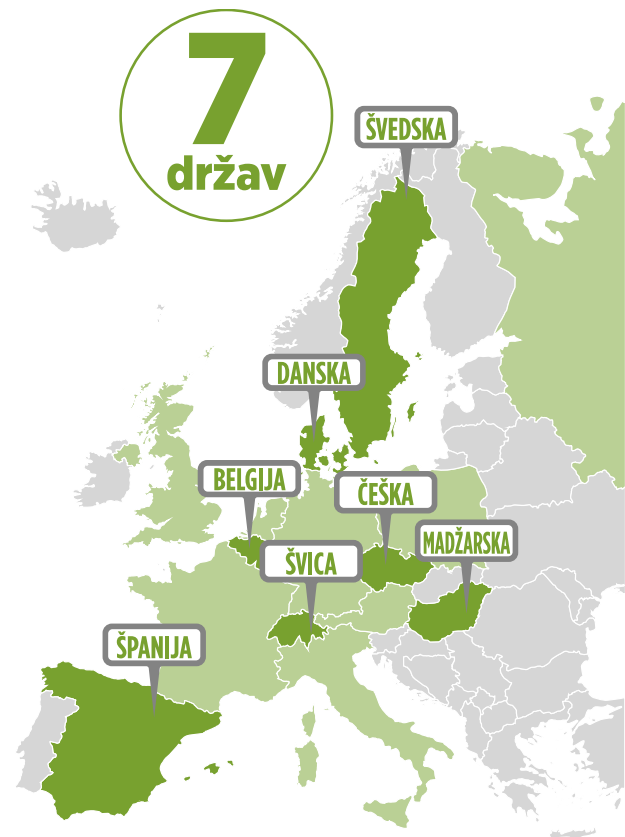




## O projektu

VALICON je za Slovensko turistično organizacijo izvedel globalno spletno raziskavo „**Identifikacija tržnega potenciala**“, ki je potekala vzporedno na 7-ih ciljnih trgih:

- Belgija
- Češka
- Danska
- Madžarska
- Španija
- Švedska
- Švica





# Vsebina raziskave

Z raziskavo smo na posameznem trgu preverjali:

- **Strukturo trga** in **tržni potencial**
  - prisotnost 12-ih person (segmenti), ki so bile identificirane v tržni raziskavi »Segmentacija – identifikacija ciljnih skupin slovenskega turizma« in strukturo ciljne populacije po teh segmentih
  - identifikacijo ključnih segmentov (največji ali z največjim ekonomskim potencialom)
- **Potovalne motive** in **proces nakupnega odločanja** za potovanja znotraj regije (Evropa)
- **Percepcijo** in **konkurenčno pozicioniranje** destinacije Slovenija
- **Poznavanje** in **izkušnjo** z obiskom Slovenije, vključno s **stopnjo priporočanja**



# Vsebinski sklopi glede na nivo analize

Pridobljeni podatki so za vsak posamezen trg analizirani na nivoju celotne ciljne skupine ter na nivoju različnih podvzorcev.

## CELOTNA CILJNA SKUPINA

Predstavlja značilnosti tistih, ki **potujejo v tujino** z namenom oddiha, počitnic ali potovanja **vsaj 1-krat letno** in tam **prespijo vsaj 2-krat**.

## OBISKOVALCI SLOVENIJE

(Podvzorec 1)

Predstavlja značilnosti tistih, ki **potujejo v tujino** z namenom oddiha, počitnic ali potovanja **vsaj 1-krat letno** in tam **prespijo vsaj 2-krat**. **Slovenijo** poznajo in so jo že **obiskali**, pri čemer so upoštevani tudi krajši in neturistični obiski.

## TURISTI V SLOVENIJI

(Podvzorec 2)

Predstavlja značilnosti tistih, ki **potujejo v tujino** z namenom oddiha, počitnic ali potovanja vsaj 1-krat letno in tam **prespijo vsaj 2-krat**. **Med** njihovimi **destinacijami**, kjer so prespali vsaj 2-krat, je **tudi Slovenija**.

### PRIKAZ REZULTATOV:

- Splošne **potovalne navade** in **motivi**
- **Elementi nakupne poti** in **potrošnja**

- **Podoba** in **percepcija** Slovenije

- **Struktura trga** (persone)

- **Poznavanje, izkušnja** in **NPS stopnja**

- **Podoba** in **percepcija** Slovenije



## O izvajalcu

### VALICON

**Valicon** je podjetje, ki deluje na področju trženjskega svetovanja, z bogatimi 20 letnimi izkušnjami na področju trženjskih raziskav. Regionalno strategijo prilagajamo lokalnemu trgu in verjamemo v dolgotrajna partnerstva z našimi strankami.

Nismo zgolj izvajalec tržnih raziskav ali anketnega zbiranja podatkov. Naše **napredne tehnologije** nas ločijo od ostalih, naše storitve pa **dodajajo vrednost poslovanju in znamkam** naših naročnikov. Kombiniramo različne pristope, kot so trženjske raziskave, analitika in avtomatizacija, trženjsko svetovanje in zbiranje podatkov, z namenom, da zagotovimo najvišjo stopnjo kakovosti ter uporabnost v naslednjih korakih trženjskih procesov in aktivnosti.

Zanašamo se na preverjeno strukturo, v kateri vse naše rešitve sledijo ciklu dejavnosti vaše znamke, produkta ali podjetja.





## Predstavitev panela

Raziskava je bila izvedena v sodelovanju z uglednim **ponudnikom spletnih panelov Research Now**. Podjetje je globalno aktivno pri zbiranju podatkov v Evropi, Bližnjem vzhodu, Ameriki in Azijsko-Pacifiškem območju in so **vodilni strokovnjaki** v razvoju programskih rešitev za zbiranje podatkov v več jezikih. So **lastniki certifikata ISO 20252** ter **prejemniki** več **nagrad**. Vsi njihovi spletni **paneli** so **aktivno upravljani, zaščiteni** in zgrajeni na podlagi desetletnih izkušenj ter omogočajo **izvedbo projektov na visoki kakovostni ravni**. Spletni paneli so lokalno vodeni in nudijo podporo v lokalnem jeziku, upoštevane so razlike med državami, ravno tako je prilagojeno tudi nagrajevanje članov spletnega panela. Za pridobivanje panelistov uporabljajo različne programe (eRewards®, Valued Opinions® in Peanut Labs®), ki **omogočajo dostop do** najbolj **reprezentativnih in kakovostnih ciljnih skupin** v različnih industrijah.

**Podjetje** je s svojimi paneli **zagotovilo vzorec respondentov**, ki so anketo v svojem jeziku izpolnjevali **znotraj Valiconovega anketnega sistema**, s čimer smo vzporedno vzdrževali **nadzor nad strukturo vzorca in kakovostjo podatkov**.



VIR: 2016 Annual Survey of Market Research Professionals (MarketResearchCareers.com)



2017 TOP 50  
INNOVATIVE  
COMPANY

RESEARCH NOW  
RANKED #6

# METODOLOGIJA





# Metodološki okvir raziskave



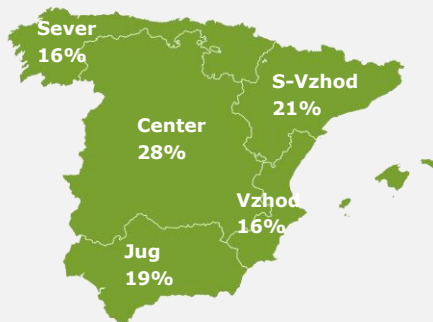
<b>Način izvedbe</b>	Spletna raziskava, metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), Valicon v sodelovanju s spletnimi paneli podjetja Research Now.
<b>Država izvedbe</b>	Španija
<b>Obdobje izvedbe</b>	9. oktober - 15. oktober 2018
<b>Ciljna skupina</b>	Prebivalci posamezne države, ki <u>vsaj enkrat letno potujejo v tujino z namenom oddiha, počitnic, potovanja in tam prespijo vsaj 2 noči.</u>
<b>Vzorec</b>	Celoten vzorec: n=2.812; Ciljna skupina: n=1.551; Obiskovalci Slovenije: n=205; Turisti Slovenije: n=31.
<b>Reprezentativnost</b>	Ciljna oseba je izbrana iz vzorčnega okvira, ki je reprezentativen za populacijo v starosti od 18 do 65 let. Podatki so uteženi glede na spol, starost in regijo.
<b>Dolžina vprašalnika</b>	Povprečni čas trajanja anket: t=20:05.



# ŠPANIJA: Demografija vzorca



## REGIJE:



### PODROBNEJŠA OPREDELITEV REGIJ:

**Sever:** Asturias, Cantabria, Galicija, Navarra, País Vasco, Rioja.

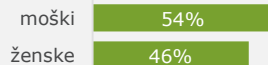
**S-Vzhod:** Aragón, Katalonija.

**Center:** Kastilija-La Mancha, Kastilija in León, Extremadura, Madrid.

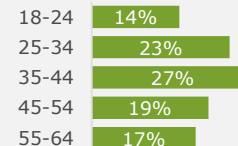
**Vzhod:** Balears, Valencija, Murcia.

**Jug:** Andaluzija

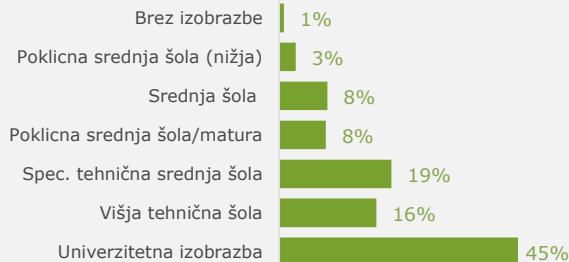
## SPOL:



## STAROST:



## IZOBRAZBA:



## OSEBNI DOHODEK:





# Deleži in velikost vzorcev



Obrobjeni elipsi nakazujeta osnovo za izračune deležev.



Osnova: ŠPANIJA 18-65 let	
POPULACIJA 18-65 LET	100,0%
CILJNA SKUPINA	56,3%
OBISKOVALCI SLOVENIJE	7,4%
TURISTI SLOVENIJE	1,1%

Osnova: CILJNA SKUPINA	
POPULACIJA 18-65 LET	/
CILJNA SKUPINA	100,0%
OBISKOVALCI SLOVENIJE	13,2%
TURISTI SLOVENIJE	2,0%

Absolutna velikost*	
	29.823.712
	7.880.997
	3.055.135
	1.020.788

\*Absolutna velikost je vedno izračunana glede na populacijo države v starosti 18-65 let.

# **STRUKTURA IN VELIKOST TRGA (PERSONE)**





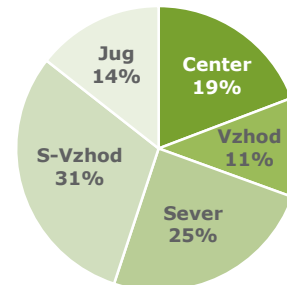
## OŽJI POTENCIAL:

**2%**

*Turisti, ki bi Slovenijo z namenom turističnega obiska izbrali najprej (ožji interes - top izbira) ALI tisti, ki bi že opravljen turistični obisk v Sloveniji ponovili.*

Velikost*	
<b>Skupaj v CS:</b>	<b>132.201</b>
Center	25.418
Vzhod	14.949
Sever	32.431
S-Vzhod	40.342
Jug	19.060

## REGIJSKA RAZPOREDITEV:



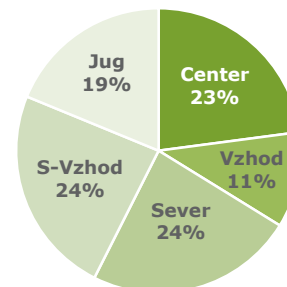
## ŠIRŠI POTENCIAL:

**6%**

*Turisti, ki bi Slovenijo z namenom turističnega izbrali v prihodnje (širši interes) ALI tisti, ki bi že opravljen turistični obisk v Sloveniji ponovili.*

Velikost*	
<b>Skupaj v CS:</b>	<b>481.768</b>
Center	110.377
Vzhod	52.465
Sever	113.929
S-Vzhod	114.441
Jug	90.556

## REGIJSKA RAZPOREDITEV:





### URBANI POTROŠNIKI:

21,6% 1.705.283



### ZELENI RAZISKOVALCI:

14,4% 1.135.418



### DRUŽABNI FOODIEJI:

13,4% 1.055.499

	Skupaj	Center	Vzhod	Sever	S-Vzhod	Jug	
	%	100,0%	27,8%	15,9%	16,5%	20,8%	19,0%
	Velikost	7.880.997	2.194.239	1.250.126	1.299.866	1.637.329	1.499.438
<b>ZELENI RAZISKOVALCI</b>	%	14,4%	26,8%	15,2%	17,7%	23,9%	16,4%
	Velikost	1.135.418	304.736	172.395	200.788	271.846	185.654
<b>DRUŽABNI FOODIEJI</b>	%	13,4%	29,5%	14,4%	20,2%	18,5%	17,3%
	Velikost	1.055.499	311.457	152.509	213.542	195.153	182.838
<b>URBANI POTROŠNIKI</b>	%	21,6%	27,7%	15,0%	14,6%	20,7%	22,0%
	Velikost	1.705.283	472.235	256.332	248.265	353.370	375.081
<b>URBANI OZAVEŠČENI</b>	%	9,9%	27,7%	15,7%	20,3%	19,3%	17,1%
	Velikost	778.475	215.407	121.869	158.318	149.859	133.023
<b>SPROŠČENI ESKAPISTI</b>	%	8,2%	20,5%	17,4%	17,8%	24,8%	19,5%
	Velikost	650.138	133.591	112.916	116.028	161.107	126.496
<b>AKTIVNI NOSTALGIKI</b>	%	6,6%	36,6%	15,2%	13,3%	19,9%	15,0%
	Velikost	518.541	189.529	78.897	68.947	103.403	77.765
<b>AVANTURISTI</b>	%	3,3%	28,4%	12,2%	16,5%	22,8%	20,0%
	Velikost	256.995	73.056	31.331	42.448	58.723	51.436
<b>VEČNO MLADI</b>	%	10,7%	26,6%	12,2%	15,0%	22,6%	23,5%
	Velikost	841.251	223.898	102.662	126.543	190.529	197.620
<b>LEPOTNI RAZVAJENCI</b>	%	4,9%	24,5%	26,7%	16,4%	15,4%	16,9%
	Velikost	386.896	94.926	103.261	63.391	59.772	65.546
<b>PREDANE MAME</b>	%	1,7%	41,4%	18,7%	6,0%	12,7%	21,2%
	Velikost	132.445	54.792	24.771	7.881	16.857	28.144
<b>AKTIVNE DRUŽINE</b>	%	2,5%	29,6%	24,3%	10,1%	18,7%	17,3%
	Velikost	193.336	57.172	47.069	19.484	36.244	33.367
<b>BREZSKRBNI MLADI</b>	%	2,9%	28,0%	20,3%	15,1%	17,8%	18,7%
	Velikost	226.720	63.439	46.114	34.233	40.466	42.468

% v stolpcu poimenovanem „Skupaj“ (obarvano sivo) predstavljajo deleže segmentov glede na celotno ciljno skupino (potujejo v tujino z namenom oddiha, počitnic). % v stolpcih z regijami (obarvano zeleno) predstavljajo porazdelitev posameznega segmenta po regijah. Velikosti posameznih segmentov (obarvano belo) v regijah in v stolpcu poimenovanem „Skupaj“ so izračunane na osnovi velikosti celotne populacije v starosti od 18 do 65 let.





TIP DESTINACIJE

Mesta	62%
Ob morju	53%
Kulturno-zgodovinska središča	51%
Prestolnice	47%
V gorah	37%

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	89%
Apartma	48%
Hostel	22%
Zasebna soba (npr. Airbnb)	20%
Namestitev pri sorod. ali prijat.	20%

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	76%
Avto	18%
Avtodom (kamper)	3%
Vlak	1%
Avtobus	1%

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	72%
Avtobus	33%
Vlak	31%
Peš	12%
Avtodom (kamper)	4%

AKTIVNOSTI

Ogledovanje starih mestnih jeder	67%
Ogled mesta, prestolnice	63%
Zgodovina in gradovi	56%
Naravne znamenitosti, narava	56%
Ogled glavnih turističnih znam.	48%

SPODBUDA

Priporočila prijateljev	45%
Pretekle izkušnje	39%
Cena destinacije	38%
Prijubljenost destinacije	30%
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	27%

VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	50%
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	45%
Članki na spletu	39%
Blogi	33%
Mnenja na družbenih medijih	28%

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	64%
Agencija	31%
Expedia.com	25%
Airbnb	22%
Neposredno pri ponud. namest.	21%

S KOM POTUJE

V paru	53%
Z družino	28%
S prijatelji	14%
Sam	5%
S sorodniki	0%

LASTNOSTI:

Velikost\*

**16.788.761**

Delež\*

**56%**

Starost

**40**

Ženske

**46%**

Pomlad

**21%**

Poletje

**59%**

Krajša potovanja

**2**

Daljša potovanja

**1**

# ŠPANIJA: Obiskovalci Slovenije (13,2%)



## TIP DESTINACIJE

V gorah	50%	+14
Ob jezeru	40%	+19
Ob morju	47%	-6
Mesta	50%	-11
Drugje v naravi	35%	+4

## VRSTA NAMESTITVE

Butični hotel	29%	+12
Hostel	30%	+8
Apartma	54%	+6
Turistična kmetija	14%	+7
Glamping	8%	+5

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	18%	+0
Avtodom (kamper)	4%	+2
Avtobus	2%	+1
Letalo	75%	-2
Vlak	1%	+0

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	74%	+2
Motor	10%	+6
Avtobus	29%	-4
Avtodom (kamper)	8%	+4
Vlak	26%	-5

## AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	38%	+15
Wellness in spa	32%	+8
Zimski športi	23%	+12
Športne aktivnosti na vodi	25%	+9
Gornišтво (zahtevnejše ture)	24%	+10

## SPODBUDA

Potopisna literatura	32%	+14
Pretekle izkušnje	41%	+2
Članki na spletu	29%	+6
Potopisna predavanja	23%	+14
Priporočila prijateljev	42%	-3

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	56%	+6
Članki v tiskanih medijih	29%	+11
Članki na spletu	38%	-1
Blogi	33%	+1
Potopisna predavanja	25%	+15

## NAČIN REZERVACIJE

Expedia.com	35%	+10
Booking.com	68%	+4
Agencija	35%	+4
Organizator	13%	+6
Agoda.com	12%	+7

## S KOM POTUJE

V paru	62%	+10
Sam	7%	+2
Z družino	18%	-10
S prijatelji	12%	-1
S sorodniki	0%	+0

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**2.215.719**

Delež\*

**7%**

Starost

**37**

Ženske

**47%**

Pomlad

**18%**

Poletje

**61%**

Krajša potovanja

**4**

Daljša potovanja

**2**



## TIP DESTINACIJE

V gorah	49%	+13
Kulturno-zgodovinska središča	60%	+9
Mesta	67%	+5
Področje	29%	+10
Drugje v naravi	37%	+7

## VRSTA NAMESTITVE

Hostel	35%	+14
Apartma	53%	+6
Hotel	87%	-1
Butični hotel	21%	+4
Lastna nepremičnina (vikend)	12%	+4

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	89%	+13
Avto	11%	-7

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Vlak	35%	+4
Kolo	7%	+5
Avto	70%	-2
Avtobus	31%	-2
Motor	4%	+0

## AKTIVNOSTI

<u>Muzeji, galerije in umetnost</u>	65%	+20
Ogled mesta, prestolnice	73%	+10
Zgodovina in gradovi	66%	+10
Krožne ture (touring)	34%	+11
Naravne znamenitosti, narava	64%	+8

## SPODBUDA

<u>Potopisna literatura</u>	40%	+21
Članki na spletu	33%	+10
<u>Članki v tiskanih medijih</u>	27%	+14
Priporočila prijateljev	41%	-4
Objave na družbenih medijih, blogih	33%	+7

## VIR INFORMACIJ

Blogi	45%	+13
Pri prijateljih, družini	59%	+9
<u>Potopisna literatura</u>	35%	+17
Članki na spletu	44%	+4
Potopisna predavanja	16%	+6

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	82%	+18
Expedia.com	41%	+16
Airbnb	30%	+7
Neposredno pri ponud. namest.	28%	+7
Pri ponudniku aktivnosti	9%	+1

## S KOM POTUJE

V paru	64%	+12
S prijatelji	12%	-2
Z družino	20%	-8
Sam	4%	-1

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**335.154**

Delež\*

**1%**

Starost

**45**

Ženske

**53%**

Pomlad

**13%**

Poletje

**62%**

Krajša potovanja

**3**

Daljša potovanja

**2**

# ŠPANIJA: Urbani potrošniki (21,6%)



## TIP DESTINACIJE

Mesta	<b>83%</b>	<b>+21</b>
Kulturno-zgodovinska središča	51%	+0
Prestolnice	49%	+2
Ob morju	45%	-8
Terme (Wellness in Spa)	10%	-1

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	<b>95%</b>	<b>+6</b>
Zasebna soba (npr. Airbnb)	18%	-2
Namestitev pri sorod. ali prijat.	18%	-2
Butični hotel	12%	-5
Apartma	39%	-8

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	<b>81%</b>	<b>+5</b>
Avto	18%	-1
Kolo	0%	+0
Vlak	0%	-1
Ladja oz. drugo plovilo	0%	+0

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Vlak	33%	+2
Avto	73%	+1
Peš	12%	+1
Avtobus	32%	-1
Kolo	1%	-1

## AKTIVNOSTI

Nakupovanje	<b>56%</b>	<b>+22</b>
Ogled mesta, prestolnice	<b>70%</b>	<b>+7</b>
Gastronomija	<b>57%</b>	<b>+13</b>
Ogled glavnih turističnih znam.	<b>57%</b>	<b>+9</b>
Družabni dogodki, festivali	<b>43%</b>	<b>+13</b>

## SPODBUDA

Cena destinacije	<b>44%</b>	<b>+5</b>
Priporočila prijateljev	<b>48%</b>	<b>+3</b>
Prijjubljenost destinacije	<b>34%</b>	<b>+4</b>
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	27%	+0
Pretekle izkušnje	39%	-1

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	<b>53%</b>	<b>+3</b>
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	<b>48%</b>	<b>+3</b>
Mnenja na družbenih medijih	28%	+1
Spletni forumi	26%	+1
Članki na spletu	38%	-1

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	66%	+2
Agencija	29%	-2
Preko uradnih TIC-ov	10%	+2
Neposredno pri ponud. namešt.	20%	-2
Drugi spl. portal	6%	+0

## S KOM POTUJE

S prijatelji	<b>17%</b>	<b>+3</b>
V paru	51%	-1
Z družino	27%	-1
S sorodniki	1%	+0
Sam	4%	-1

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**3.632.737**

Delež\*

**12%**

Starost

**41**

Ženske

**51%**

Pomlad

**21%**

Poletje

**58%**

Krajša potovanja

**2**

Daljša potovanja

**1**

# ŠPANIJA: Zeleni raziskovalci (14,4%)



## TIP DESTINACIJE

Kulturno-zgodovinska središča	76%	+25
V gorah	64%	+28
Ob morju	76%	+23
Mesta	75%	+13
Drugje v naravi	52%	+22

## VRSTA NAMESTITVE

Apartma	79%	+31
Namestitev pri sorod. ali prijat.	27%	+6
Zasebna soba (npr. Airbnb)	26%	+6
Kamp	20%	+6
Hotel	86%	-2

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	20%	+2
Letalo	76%	-1
Vlak	1%	+0
Avtobus	1%	+0
Avtodom (kamper)	1%	-1

## PREVOZ NA DESTINACIJI

<b>Avtobus</b>	<b>40%</b>	<b>+7</b>
Avto	73%	+2
<b>Vlak</b>	<b>34%</b>	<b>+3</b>
<b>Peš</b>	<b>14%</b>	<b>+3</b>
Avtodom (kamper)	4%	+0

## AKTIVNOSTI

Ogledovanje starih mestnih jeder	87%	+20
Naravne znamenitosti, narava	82%	+26
Ogled mesta, prestolnice	76%	+13
Sonce in morje	52%	+9
Športne aktivnosti	38%	+16

## SPODBUDA

Priporočila prijateljev	50%	+5
Prijateljnost destinacije	34%	+5
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	32%	+6
TV oddaje	31%	+6
Cena destinacije	39%	+0

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	56%	+6
Članki na spletu	49%	+10
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	50%	+5
Spletni forumi	27%	+1
Potopisna literatura	21%	+2

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	73%	+9
Airbnb	33%	+11
Neposredno pri ponud. namešt.	24%	+3
Drugi spl. portal	9%	+3
Expedia.com	26%	+1

## S KOM POTUJE

V paru	57%	+4
Z družino	28%	+0
S prijatelji	14%	+0
Sam	2%	-3

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**2.418.763**

Delež\*

**8%**

Starost

**39**

Ženske

**45%**

Pomlad

**20%**

Poletje

**59%**

Krajša potovanja

**2**

Daljša potovanja

**1**


**TIP DESTINACIJE**

Kulturno-zgodovinska središča	88%	+36
Prestolnice	78%	+31
Mesta	80%	+18
Ob morju	74%	+21
Drugje v naravi	43%	+13

**VRSTA NAMESTITVE**

Hotel	99%	+10
Butični hotel	32%	+15
Apartmenta	52%	+4
Zasebna soba (npr. Airbnb)	27%	+7
Lastna nepremičnina (vikend)	11%	+4

**PREVOZ DO DESTINACIJE**

Letalo	80%	+4
Vlak	2%	+1
Avto	17%	-1
Avtobus	1%	+0

**PREVOZ NA DESTINACIJI**

Avto	78%	+6
Vlak	39%	+8
Avtobus	36%	+4
Peš	15%	+4
Kolo	3%	+0

**AKTIVNOSTI**

Zgodovina in gradovi	87%	+31
Ogledovanje starih mestnih jeder	94%	+28
Ogled glavnih turističnih znam.	80%	+32
Ogled mesta, prestolnice	86%	+23
Naravne znamenitosti, narava	82%	+26

**SPODBUDA**

Pretekle izkušnje	53%	+14
Priljubljenost destinacije	44%	+14
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	42%	+15
Cena destinacije	49%	+11
Priporočila prijateljev	52%	+7

**VIR INFORMACIJ**

Spletni portali (Tripadvisor idr.)	65%	+19
Članki na spletu	51%	+12
Mnenja na družbenih medijih	39%	+12
Spletni forumi	37%	+12
Pri prijateljih, družini	54%	+3

**NAČIN REZERVACIJE**

Booking.com	72%	+7
Agencija	39%	+8
Neposredno pri ponud. namešt.	30%	+9
Expedia.com	31%	+6
Pri ponudniku aktivnosti	13%	+5

**S KOM POTUJE**

Z družino	41%	+13
V paru	50%	-3
S sorodniki	1%	+1
S prijatelji	6%	-7
Sam	2%	-4

**LASTNOSTI:**

Velikost\*

**2.248.513**

Delež\*

**8%**

Starost

**44**

Ženske

**47%**

Pomlad

**19%**

Poletje

**60%**

Krajša potovanja

**2**

Daljša potovanja

**1**

# ŠPANIJA: Večno mladi (10,7%)



## TIP DESTINACIJE

Kulturno-zgodovinska središča	42%	-9
Mesta	43%	-18
Ob jezeru	14%	-6
Ob morju	41%	-13
Prestolnice	35%	-12

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	94%	+6
Kamp	17%	+3
Hostel	18%	-3
Kamper	9%	+2
Apartma	36%	-12

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	77%	+1
Vlak	1%	+0
Avtobus	1%	+0
<u>Ladja oz. drugo plovilo</u>	1%	+0
Avto	18%	-1

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	32%	-1
Peš	12%	+0
Kolo	3%	+0
Avto	67%	-5
Vlak	28%	-3

## AKTIVNOSTI

<u>Ogledovanje starih mestnih jeder</u>	78%	+11
<u>Zgodovina in gradovi</u>	71%	+15
<u>Krožne ture (touring)</u>	41%	+18
<u>Ogled glavnih turističnih znam.</u>	55%	+7
<u>Zdravstveni tretmaji in storitve</u>	25%	+13

## SPODBUDA

Bližina destinacije	20%	+3
TV oglasi	19%	+6
Objave na družbenih medijih, blogih	22%	-3
Cena destinacije	34%	-5
Priporočila prijateljev	40%	-5

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	48%	-3
<u>Pri agencijah</u>	28%	+6
Blogi	31%	-2
Članki v tiskanih medijih	18%	+1
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	37%	-9

## NAČIN REZERVACIJE

Agencija	30%	+0
<u>Agoda.com</u>	9%	+3
Expedia.com	24%	-1
<u>Organizator</u>	9%	+2
Booking.com	60%	-4

## S KOM POTUJE

<u>V paru</u>	58%	+6
Z družino	25%	-4
<u>Sam</u>	7%	+2
S prijatelji	10%	-3

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>1.792.102</b>
Delež*	<b>6%</b>
Starost	<b>41</b>
Ženske	<b>38%</b>

Pomlad	<b>20%</b>
Poletje	<b>57%</b>
Krajša potovanja	<b>2</b>
Daljša potovanja	<b>1</b>

# ŠPANIJA: Urbani ozaveščeni (9,9%)



## TIP DESTINACIJE

Prestolnice	75%	+28
Mesta	75%	+13
Kulturno- zgodovinska središča	62%	+11
Drugje v naravi	19%	-12
Podeželje	11%	-8

## VRSTA NAMESTITVE

Hostel	43%	+22
Apartma	49%	+2
Zasebna soba (npr. Airbnb)	28%	+8
Namestitev pri sorod. ali prijat.	24%	+4
Hotel	86%	-3

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	79%	+3
Avtobus	3%	+2
Avtodom (kamper)	4%	+1
Motor	1%	+0
Avto	13%	-5

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Vlak	48%	+18
Avtobus	42%	+10
Peš	18%	+6
Avto	64%	-8
Motor	4%	+0

## AKTIVNOSTI

Ogledovanje starih mestnih jeder	84%	+17
Muzeji, galerije in umetnost	76%	+30
Spozn. lokalnega načina življenja	58%	+34
Ogled mesta, prestonice	77%	+14
Gastronomija	60%	+16

## SPODBUDA

Cena destinacije	49%	+10
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	36%	+9
Članki na spletu	31%	+8
Objave na družbenih medijih, blogih	32%	+6
Prijubljenost destinacije	32%	+3

## VIR INFORMACIJ

Spletni portali (Tripadvisor idr.)	51%	+6
Blogi	42%	+9
Članki na spletu	43%	+4
Spletni forumi	31%	+6
Potopisna literatura	25%	+6

## NAČIN REZERVACIJE

Neposredno pri ponud. namest.	30%	+8
Airbnb	29%	+7
Expedia.com	26%	+1
Booking.com	63%	-1
Lastna nastanitev	7%	+2

## S KOM POTUJE

Z družino	31%	+3
Sam	13%	+8
V paru	41%	-12
S prijatelji	16%	+2

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**1.658.374**

Delež\*

**6%**

Starost

**41**

Ženske

**49%**

Pomlad

**20%**

Poletje

**56%**

Krajša potovanja

**2**

Daljša potovanja

**1**



# ŠPANIJA: Sproščeni eskapisti (8,2%)



## TIP DESTINACIJE

Podeželje	20%	+1
Ob morju	38%	-15
Mesta	43%	-19
Terme (Wellness in Spa)	9%	-2
Kulturno-zgodovinska središča	32%	-19

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	89%	+1
Zasebna soba (npr. Airbnb)	19%	-2
Namestitev pri sorod. ali prijat.	17%	-3
Glamping	4%	+1
Turistična kmetija	5%	-1

## PREVOZ DO DESTINACIJE

<u>Motor</u>	<b>2%</b>	<b>+2</b>
Avto	20%	+1
<u>Avtobus</u>	<b>2%</b>	<b>+1</b>
Letalo	70%	-6
Avtodom (kamper)	3%	+0

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	74%	+2
<u>Motor</u>	<b>7%</b>	<b>+4</b>
Avtobus	26%	-7
<u>Avtodom (kamper)</u>	<b>7%</b>	<b>+2</b>
Vlak	23%	-8

## AKTIVNOSTI

<u>Naravne znamenitosti, narava</u>	<b>66%</b>	<b>+10</b>
<u>Thermal health spa</u>	<b>30%</b>	<b>+12</b>
<u>Selfness, digital-detox ipd.</u>	<b>23%</b>	<b>+15</b>
Gastronomija	42%	-2
Ogled mesta, prestolnice	58%	-5

## SPODBUDA

Priporočila prijateljev	46%	+1
Bližina destinacije	19%	+1
Objave na družbenih medijih, blogih	22%	-4
Pretekle izkušnje	30%	-9
Članki na spletu	19%	-4

## VIR INFORMACIJ

Pri agencijah	22%	+0
Pri prijateljih, družini	42%	-9
Članki na spletu	31%	-8
Blogi	30%	-3
Mnenja na družbenih medijih	25%	-3

## NAČIN REZERVACIJE

Agencija	32%	+2
<u>Organizator</u>	<b>10%</b>	<b>+3</b>
Booking.com	60%	-4
Airbnb	20%	-3
Pri ponudniku aktivnosti	7%	-1

## S KOM POTUJE

V paru	54%	+1
S prijatelji	15%	+1
Z družino	26%	-3
Sam	6%	+0

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**1.384.978**

Delež\*

**5%**

Starost

**39**

Ženske

**50%**

Pomlad

**27%**

Poletje

**58%**

Krajša potovanja

**3**

Daljša potovanja

**1**

# ŠPANIJA: Aktivni nostalgiki (6,6%)



## TIP DESTINACIJE

V gorah	85%	+48
Drugje v naravi	60%	+30
Ob jezeru	50%	+29
Podeželje	30%	+10
Ob morju	41%	-13

## VRSTA NAMESTITVE

Butični hotel	30%	+13
Hotel	89%	+0
Kamp	19%	+5
Kamper	15%	+9
Turistična kmetija	11%	+5

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avtodom (kamper)	5%	+3
Letalo	76%	+0
Vlak	2%	+1
Kolo	1%	+1
Avto	14%	-4

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	80%	+8
Avtodom (kamper)	8%	+4
Vlak	22%	-8
Kolo	3%	+0
Avtobus	17%	-16

## AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	48%	+25
Obisk vinske kleti	27%	+11
Naravne znamenitosti, narava	52%	-4
Podruželske, kmečke aktivnosti	18%	+3
Gornišтво (zahtevnejše ture)	17%	+3

## SPODBUDA

Pretekle izkušnje	41%	+2
Priporočila prijateljev	39%	-6
Potopisna literatura	15%	-3
Potopisna predavanja	14%	+5
Bližnja destinacije	15%	-2

## VIR INFORMACIJ

Spletni portali (Tripadvisor idr.)	43%	-2
Pri prijateljih, družini	42%	-8
Članki na spletu	32%	-8
Pri agencijah	21%	-1
Potopisna literatura	18%	+0

## NAČIN REZERVACIJE

Agencija	34%	+3
Expedia.com	27%	+2
Organizator	8%	+1
Pri ponudniku aktivnosti	8%	+0
Booking.com	58%	-6

## S KOM POTUJE

V paru	61%	+8
Z družino	26%	-2
Sam	8%	+3
S prijatelji	6%	-8

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**1.104.639**

Delež\*

**4%**

Starost

**38**

Ženske

**37%**

Pomlad

**25%**

Poletje

**59%**

Krajša potovanja

**3**

Daljša potovanja

**2**

# ŠPANIJA: Lepotni razvajenci (4,9%)



## TIP DESTINACIJE

Ob morju	<b>92%</b>	<b>+39</b>
Terme (Wellness in Spa)	<b>38%</b>	<b>+27</b>
V gorah	25%	-11
Mesta	38%	-24
Prestolnice	29%	-19

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	91%	+2
Namestitev pri sorod. ali prijat.	22%	+2
Butični hotel	20%	+2
Lastna nepremičnina (vikend)	10%	+2
Zasebna soba (npr. Airbnb)	21%	+0

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	<b>26%</b>	<b>+8</b>
Vlak	1%	+0
Letalo	73%	-3

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	<b>82%</b>	<b>+10</b>
Avtobus	25%	-8
Peš	7%	-4
Kolo	1%	-1
Vlak	12%	-19

## AKTIVNOSTI

Sonce in morje	<b>74%</b>	<b>+31</b>
Wellness in spa	<b>51%</b>	<b>+28</b>
Rekreacija	<b>45%</b>	<b>+17</b>
Nakupovanje	<b>43%</b>	<b>+10</b>
Aktivnosti in zabava za otroke	<b>34%</b>	<b>+18</b>

## SPODBUDA

Priporočila prijateljev	<b>51%</b>	<b>+6</b>
Pretekle izkušnje	41%	+1
Prijubljeno destinacije	31%	+1
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	28%	+2
Cena destinacije	34%	-4

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	<b>66%</b>	<b>+16</b>
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	44%	-1
Blogi	37%	+5
Pri agencijah	<b>27%</b>	<b>+5</b>
Članki na spletu	33%	-6

## NAČIN REZERVACIJE

Agencija	<b>39%</b>	<b>+8</b>
Neposredno pri ponud. namest.	18%	-3
Lastna nastanitev	8%	+3
Expedia.com	21%	-4
Drugi spl. portal	7%	+0

## S KOM POTUJE

V paru	54%	+1
Z družino	<b>38%</b>	<b>+10</b>
S prijatelji	6%	-8
Sam	2%	-3

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**824.199**

Delež\*

**3%**

Starost

**40**

Ženske

**63%**

Pomlad

**24%**

Poletje

**62%**

Krajša potovanja

**2**

Daljša potovanja

**1**



## TIP DESTINACIJE

V gorah	75%	+38
Drugje v naravi	52%	+21
Ob jezeru	48%	+28
Podeželje	37%	+18
Ob morju	17%	-36

## VRSTA NAMESTITVE

Turistična kmetija	26%	+19
Kamper	21%	+14
Kamp	22%	+9
Hostel	25%	+4
Hotel	51%	-38

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avtodom (kamper)	16%	+14
Avto	23%	+5
Motor	7%	+6
Letalo	50%	-26
Ladja oz. drugo plovilo	2%	+1

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtodom (kamper)	27%	+23
Avtobus	38%	+5
Motor	11%	+8
Avto	46%	-26
Kolo	9%	+6

## AKTIVNOSTI

Gornišтво (zahtevnejše ture)	59%	+45
Športne aktivnosti na vodi	50%	+34
Adrenalinski športni izzivi	41%	+31
Zgodovina in gradovi	57%	+1
Zimski športi	29%	+18

## SPODBUDA

Potopisna literatura	27%	+8
Potopisna predavanja	22%	+13
Pretekle izkušnje	42%	+3
Video posnetki na spletu	23%	+6
Priporočila prijateljev	37%	-8

## VIR INFORMACIJ

Potopisna literatura	34%	+15
Pri prijateljih, družini	44%	-6
Blogi	30%	-2
Mnenja na družbenih medijih	28%	+1
Članki v tiskanih medijih	22%	+5

## NAČIN REZERVACIJE

Expedia.com	28%	+3
Agoda.com	19%	+13
Organizator	16%	+9
Preko uradnih TIC-ov	9%	+1
Booking.com	53%	-12

## S KOM POTUJE

S prijatelji	29%	+15
V paru	61%	+9
S sorodniki	2%	+2
Sam	6%	+1
Z družino	2%	-27

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**547.472**

Delež\*

**2%**

Starost

**34**

Ženske

**31%**

Pomlad

**21%**

Poletje

**55%**

Krajša potovanja

**4**

Daljša potovanja

**2**



## TIP DESTINACIJE

Mesta	83%	+21
Ob morju	70%	+17
Podeželje	32%	+13
Prestolnice	44%	-3
Ob jezeru	19%	-1

## VRSTA NAMESTITVE

Hostel	73%	+51
Namestitev pri sorod. ali prijat.	33%	+13
Kamp	30%	+17
Kamper	19%	+12
Glamping	12%	+10

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Motor	4%	+4
Avto	21%	+2
Avtodom (kamper)	4%	+1
Avtobus	2%	+1
Letalo	69%	-8

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Motor	14%	+11
Avto	70%	-2
Avtobus	34%	+1
<u>Avtodom (kamper)</u>	<u>10%</u>	<u>+6</u>
<u>Kolo</u>	<u>8%</u>	<u>+5</u>

## AKTIVNOSTI

Sonce in morje	54%	+10
Družabni dogodki, festivali	49%	+19
Nočno življenje (bari, klubi)	46%	+22
Glasbeni festivali in koncerti	46%	+23
Rekreacija	38%	+10

## SPODBUDA

Cena destinacije	44%	+5
Bližina destinacije	33%	+15
Pretekle izkušnje	40%	+1
TV oglasi	18%	+5
Objave na družbenih medijih, blogih	25%	+0

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	54%	+4
Članki na spletu	40%	+1
Blogi	36%	+3
Spletni forumi	28%	+3
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	42%	-4

## NAČIN REZERVACIJE

Airbnb	30%	+8
Expedia.com	26%	+1
Lastna nastanitve	10%	+4
Booking.com	56%	-8
Pri ponudniku aktivnosti	9%	+2

## S KOM POTUJE

S prijatelji	37%	+23
V paru	39%	-14
<u>Sam</u>	<u>11%</u>	<u>+6</u>
Z družino	13%	-15

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**482.977**

Delež\*

**2%**

Starost

**33**

Ženske

**32%**

Pomlad

**17%**

Poletje

**64%**

Krajša potovanja

**3**

Daljša potovanja

**2**



## TIP DESTINACIJE

V gorah	75%	+38
Ob jezeru	55%	+34
Druge v naravi	58%	+28
Podeželje	30%	+10
Ob morju	42%	-12

## VRSTA NAMESTITVE

Apartma	89%	+41
Lastna nepremičnina (vikend)	26%	+18
Hostel	31%	+9
Kamp	24%	+11
Namestitev pri sorod. ali prijat.	29%	+9

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	21%	+3
Avtodom (kamper)	5%	+2
Letalo	74%	-2

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	33%	+0
Avtodom (kamper)	10%	+6
Motor	10%	+6
Kolo	9%	+6
Avto	58%	-14

## AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	66%	+44
Gornišтво (zahtevnejše ture)	59%	+45
Športne aktivnosti na vodi	43%	+27
Adrenalinski športni izzivi	36%	+26
Thermal health spa	39%	+21

## SPODBUDA

Video posnetki na spletu	28%	+11
Potopisna predavanja	25%	+16
Pretekle izkušnje	48%	+9
Spletni oglasi	25%	+17
Članki na spletu	25%	+2

## VIR INFORMACIJ

Blogi	40%	+7
Članki v tiskanih medijih	38%	+21
Članki na spletu	38%	-1
Potopisna predavanja	23%	+13
Spletni forumi	25%	+0

## NAČIN REZERVACIJE

Expedia.com	36%	+11
Agoda.com	18%	+12
Agencija	35%	+4
Organizator	17%	+10
Booking.com	63%	-2

## S KOM POTUJE

V paru	59%	+7
S prijatelji	15%	+1
Z družino	21%	-8
Sam	5%	+0

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**411.861**

Delež\*

**1%**

Starost

**37**

Ženske

**37%**

Pomlad

**18%**

Poletje

**59%**

Krajša potovanja

**3**

Daljša potovanja

**2**

# ŠPANIJA: Predane mame (1,7%)



## TIP DESTINACIJE

V gorah	61%	+25
Ob jezeru	55%	+34
Ob morju	48%	-6
Drugeje v naravi	30%	+0
Podeželje	28%	+9

## VRSTA NAMESTITVE

Apartma	73%	+25
Turistična kmetija	48%	+42
Kamp	23%	+10
Glamping	17%	+14
Butični hotel	20%	+3

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	23%	+5
Avtodom (kamper)	9%	+6
Letalo	68%	-8

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	77%	+5
Motor	9%	+5
Avtobus	17%	-16
Avtodom (kamper)	6%	+2
Vlak	10%	-20

## AKTIVNOSTI

Aktivnosti in zabava za otroke	40%	+25
Športne aktivnosti	36%	+13
Podeželske, kmečke aktivnosti	33%	+18
Adrenalinski športni izzivi	28%	+18
Spozn. lokalnega načina življenja	33%	+10

## SPODBUDA

TV oddaje	39%	+14
Potopisna predavanja	32%	+24
Članki v tiskanih medijih	24%	+11
TV oglasi	22%	+9
Članki na spletu	23%	+0

## VIR INFORMACIJ

Mnenja na družbenih medijih	46%	+19
Pri prijateljih, družini	46%	-4
Članki v tiskanih medijih	23%	+5
Potopisna literatura	21%	+2
Potopisna predavanja	16%	+7

## NAČIN REZERVACIJE

Agencija	35%	+4
Organizator	17%	+10
Pri ponudniku aktivnosti	13%	+6
Airbnb	24%	+2
Expedia.com	24%	-1

## S KOM POTUJE

V paru	50%	-2
S prijatelji	15%	+2
S sorodniki	3%	+3
Z družino	25%	-3
Sam	6%	+1

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**282.146**

Delež\*

**1%**

Starost

**35**

Ženske

**62%**

Pomlad

**11%**

Poletje

**64%**

Krajša potovanja

**3**

Daljša potovanja

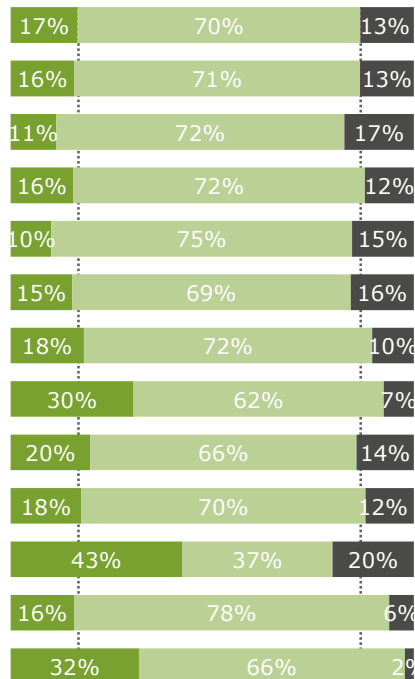
**2**



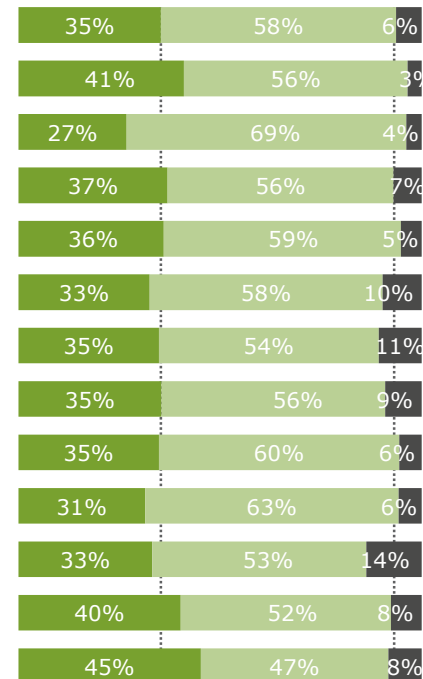
## IZBIRA NASTANITVE



## IZBIRA DESTINACIJE



## IZBIRA PREVOZA

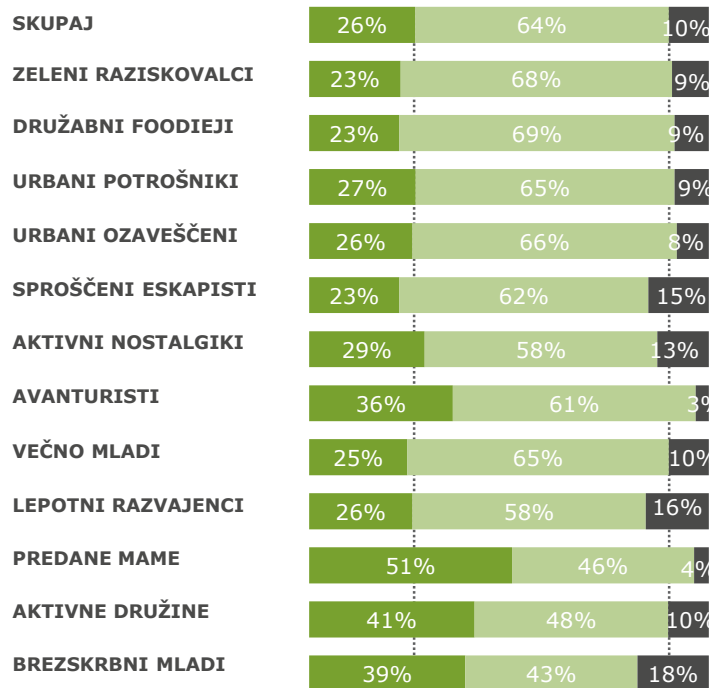


■ iščejo najugodnejšo ponudbo    
 ■ pretehtajo vrednost za denar    
 ■ se ne ozirajo na ceno

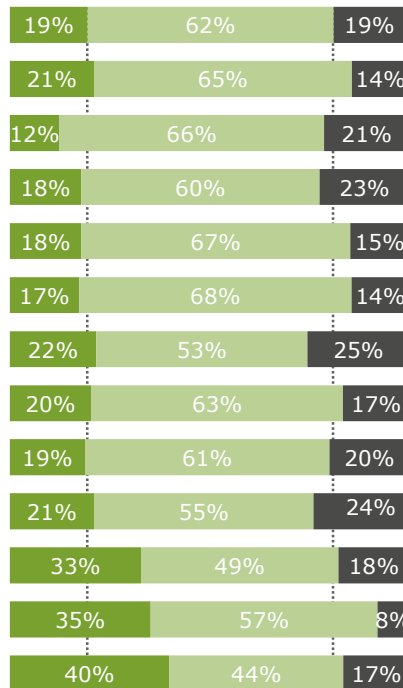




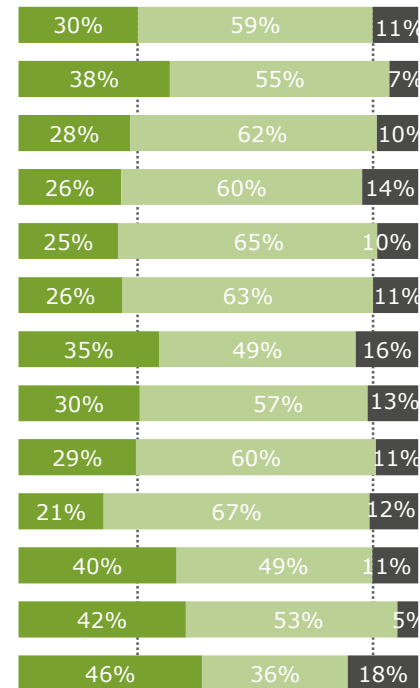
## IZBIRA DODATNIH AKTIVNOSTI



## IZBIRA HRANE



## NAKUPOVANJE



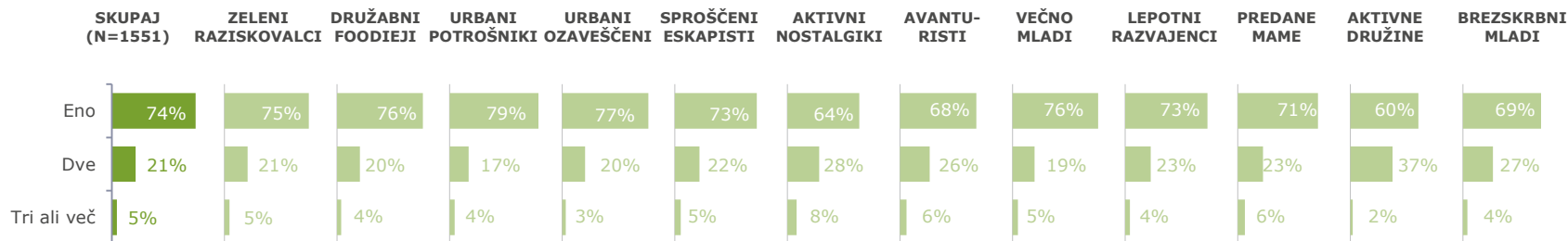
iščejo najugodnejšo ponudbo

pretehtajo vrednost za denar

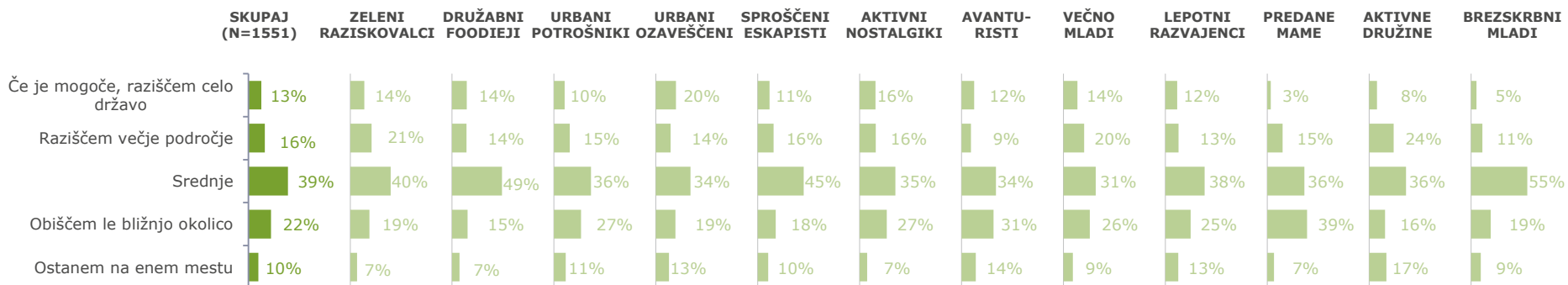
se ne ozirajo na ceno



## Število držav, ki jih obišejo znotraj enega potovanja, oddiha ali počitnic



## Raziskovanje znotraj ene države





**SPLOŠNI PREGLED  
POTOVALNIH NAVAD,  
MOTIVOV TER NAKUPNE POTI**



## LASTNOSTI CILJNE SKUPINE:

Velikost*	<b>16.788.761</b>	Pomlad	<b>21%</b>
Delež*	<b>56,3%</b>	Poletje	<b>59%</b>
Starost	<b>40</b>	Krajša potovanja	<b>2</b>
Ženske	<b>46%</b>	Daljša potovanja	<b>1</b>

## POTOVALNA DRUŽBA:

V paru	<b>53%</b>
Z družino	<b>28%</b>
S prijatelji	<b>14%</b>
Sam	<b>5%</b>

## VRSTA DESTINACIJE:

Mesta	<b>22%</b>	62%
Ob morju	<b>25%</b>	53%
Kult.-zgod. središča	<b>18%</b>	51%

**3 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Ogled starih mestnih jeder	<b>67%</b>
Ogled mesta, prestolnice	<b>63%</b>
Zgodovina in gradovi	<b>56%</b>
Naravni parki, znamenitosti	<b>56%</b>
Turistične znamenitosti	<b>48%</b>
Muzeji, galerije, umetnost	<b>45%</b>
Gastronomski užitki	<b>44%</b>
Sonce in morje	<b>44%</b>
Nakupovanje	<b>34%</b>
Družabni dogodki, festivali, prireditve	<b>30%</b>

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

Spoznati nekaj novega	<b>22%</b>	47%
Doživeti drugo kulturo	<b>8%</b>	38%
Obisk lepe destinacije	<b>11%</b>	37%
Obisk mesta, prestolnice	<b>12%</b>	34%
Umik od vsakdana	<b>9%</b>	28%
Preživeti čas s partnerjem	<b>7%</b>	24%
Spočiti se, upočasniti življenje	<b>4%</b>	19%
Doživeti raznolikost	<b>4%</b>	18%
Preživeti čas z družino, utrditi vezi	<b>5%</b>	18%
Uživati v dobri hrani, pijači	<b>2%</b>	17%

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

Francija	<b>39%</b>	54%
Italija	<b>37%</b>	45%
Španija	<b>24%</b>	42%
Portugalska	<b>26%</b>	40%
Združeno kraljestvo Velike Britanije in Severne Irske	<b>24%</b>	35%
Nemčija	<b>20%</b>	28%
Nevropske države	<b>14%</b>	21%
Andora	<b>9%</b>	20%
Belgija	<b>9%</b>	18%
Nizozemska	<b>10%</b>	15%
Slovenija	<b>1%</b>	2%

■ Ponovljen obisk  
■ Obisk

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / LASTNOSTI CILJNE SKUPINE: Velikost in delež predstavljata velikost ciljne skupine glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujejo. / VRSTA DESTINACIJE: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10, primerjalno s Slovenijo).



## VRSTA NAMESTITITVE:



89% 48% 22%

Ostale pogostejše namestitve:

**Zasebna namestitev: 20%**  
**Sorodniki, prijatelji: 20%**  
**Butični hotel: 18%**

## REZERVACIJA:



DO 3  
mesece  
vnaprej

87%

## NAČIN TRANSPORTA (%):

LETALO AVTO AVTODOM VLAK AVTOBUS

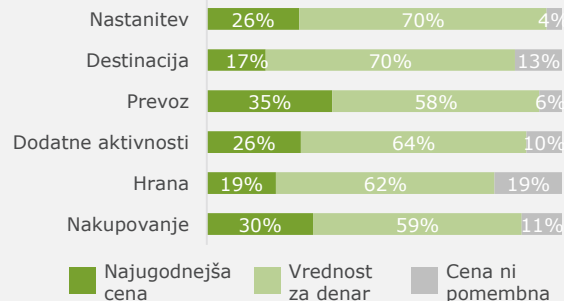


76 - 18 72 3 4 1 31 1 33

Do destinacije

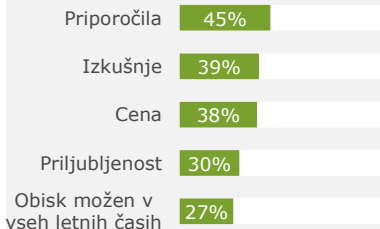
Na destinaciji (12% PEŠ, 3% MOTOR, 3% KOLO)

## CENOVNA OBČUTLJIVOST:



## NAKUPNA POT:

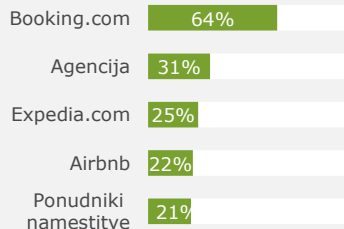
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:



## PRORAČUN IN PORABA:

	NAČRTOVANI STROŠKI	DEJANSKI STROŠKI
<b>NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan</b>	<b>69 €</b>	<b>66 €</b>
<b>PREVOZ na osebo</b>	<b>142 €</b>	<b>153 €</b>

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / VRSTA NAMESTITITVE: kje običajno prespijo. / REZERVACIJA: koliko časa vnaprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBČUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORAČUN (načrtovani stroški) IN PORABA (dejanski stroški): stroški prevoza na osebo in vsi ostali stroški povezani z namestitvijo, hrano, aktivnostmi na osebo na dan.



## LASTNOSTI OBISKOVALCEV SLOVENIJE:

Velikost*	<b>2.215.719</b>	Pomlad	<b>18%</b>
Delež*	<b>7,4%</b>	Poletje	<b>61%</b>
Starost	<b>37</b>	Krajša potovanja	<b>4</b>
Ženske	<b>47%</b>	Daljša potovanja	<b>2</b>

## POTOVALNA DRUŽBA:

V paru	<b>62%</b>
Z družino	<b>18%</b>
S prijatelji	<b>12%</b>
Sam	<b>7%</b>

## VRSTA DESTINACIJE:

Mesta	<b>17%</b>	50%
V gorah	<b>19%</b>	50%
Ob morju	<b>21%</b>	47%

**6 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Ogled mesta, prestolnice	<b>51%</b>
Naravni parki, znamenitosti	<b>51%</b>
Ogled starih mestnih jeder	<b>49%</b>
Zgodovina in gradovi	<b>46%</b>
Muzeji, galerije, umetnost	<b>39%</b>
Športne aktivnosti	<b>38%</b>
Sonce in morje	<b>36%</b>
Turistične znamenitosti	<b>35%</b>
Gastronomski užitki	<b>32%</b>
Wellness in (beauty) spa	<b>32%</b>

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

Spoznati nekaj novega	<b>13%</b>	35%
Obisk lepe destinacije	<b>8%</b>	32%
Doživeti drugo kulturo	<b>9%</b>	30%
Preživeti čas s partnerjem	<b>10%</b>	29%
Umik od vsakdana	<b>10%</b>	24%
Izprazniti si glavo, urediti misli	<b>7%</b>	23%
Obisk mesta, prestolnice	<b>8%</b>	21%
Spočiti se, upočasniti življenje	<b>2%</b>	20%
Sprostitev	<b>7%</b>	20%
Uživati v dobri hrani, pijači	<b>4%</b>	20%

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

Francija	<b>34%</b>	47%
Italija	<b>36%</b>	45%
Španija	<b>20%</b>	40%
Portugalska	<b>23%</b>	40%
Združeno kraljestvo Velike Britanije in Severne Irske	<b>18%</b>	34%
Nemčija	<b>25%</b>	33%
Belgija	<b>14%</b>	26%
Grčija	<b>18%</b>	24%
Andora	<b>12%</b>	24%
Irska	<b>14%</b>	22%
Slovenija	<b>9%</b>	15%

■ Ponovljen obisk  
■ Obisk

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo podvzorec v ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno in so že obiskali Slovenijo, pri čemer so upoštevani tudi krajši in neturistični obiski. / LASTNOSTI OBISKOVALCEV SLOVENIJE: Velikost in delež predstavljata velikost podvzorca (obiskovalci Slovenije) glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujejo. / VRSTA DESTINACIJE - TOP 10: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10, primerjalno s Slovenijo).



## VRSTA NAMESTITITVE:



Ostale pogostejše namestitve:

**Butični hotel: 29%**

**Sorodniki, prijatelji: 20%**

**Zasebna namestitvev: 17%**

## REZERVACIJA:



89%

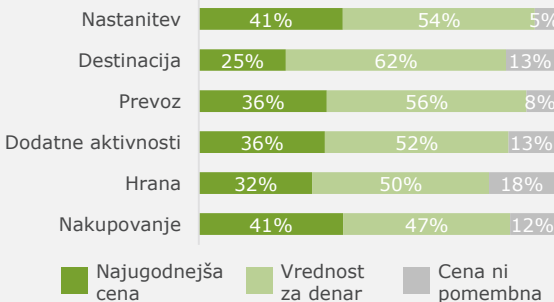
## NAČIN TRANSPORTA (%):



Do destinacije

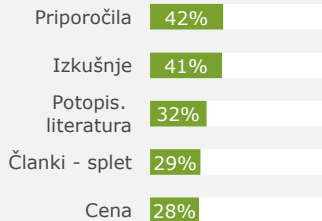
Na destinaciji (10% MOTOR, 5% PEŠ, 4% KOLO)

## CENOVNA OBCUTLJIVOST:



## NAKUPNA POT:

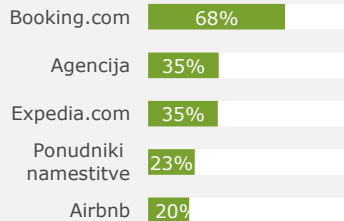
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:



## PRORAČUN IN PORABA:

	NAČRTOVANI STROŠKI	DEJANSKI STROŠKI
<b>NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan</b>	<b>54 €</b>	<b>55 €</b>
<b>PREVOZ na osebo</b>	<b>148 €</b>	<b>168 €</b>

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo podvzorec in ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno in so že obiskali Slovenijo, pri čemer so upoštevani tudi krajši in neturistični obiski. / VRSTA NAMESTITITVE: kje običajno prespijo. / REZERVACIJA: koliko časa v naprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBCUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORAČUN IN PORABA: prikazuje stroške prevoza na osebo in vse ostale stroške povezane z namestitvijo, hrano, aktivnostmi na osebo na dan.



## LASTNOSTI TURISTOV SLOVENIJE:

Velikost*	<b>335.154</b>	Pomlad	<b>13%</b>
Delež*	<b>1,1%</b>	Poletje	<b>62%</b>
Starost	<b>45</b>	Krajša potovanja	<b>3</b>
Ženske	<b>53%</b>	Daljša potovanja	<b>2</b>

## POTOVALNA DRUŽBA:

V paru	<b>64%</b>
Z družino	<b>20%</b>
S prijatelji	<b>2%</b>
Sam	<b>4%</b>

## VRSTA DESTINACIJE:

Mesta	<b>33%</b>	67%
Kult.-zgod. središča	<b>28%</b>	60%
V gorah	<b>10%</b>	49%

**5 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Ogled mesta, prestolnice	<b>73%</b>
Ogled starih mestnih jeder	<b>72%</b>
Zgodovina in gradovi	<b>66%</b>
Muzeji, galerije, umetnost	<b>65%</b>
Naravni parki, znamenitosti	<b>64%</b>
Gastronomski užitki	<b>43%</b>
Nakupovanje	<b>40%</b>
Krožne ture (touring)	<b>34%</b>
Turistične znamenitosti	<b>34%</b>
Sonce in morje	<b>31%</b>

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

Spoznati nekaj novega	<b>16%</b>	48%
Obisk lepe destinacije	<b>19%</b>	41%
Preživeti čas s partnerjem	<b>12%</b>	38%
Doživeti drugo kulturo	<b>10%</b>	36%
Preživeti čas z družino, utrditi vezi	<b>15%</b>	25%
Obisk mesta, prestolnice	<b>3%</b>	22%
Izprazniti si glavo, urediti misli	<b>3%</b>	22%
Uživati v dobri hrani, pijači	<b>4%</b>	20%
Stik z naravo	<b>3%</b>	19%
Spočiti se, upočasniti življenje	<b>0%</b>	18%

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

Slovenija	<b>59%</b>	100%
Francija	<b>50%</b>	70%
Portugalska	<b>47%</b>	70%
Združeno kraljestvo Velike Britanije in...	<b>28%</b>	68%
Italija	<b>50%</b>	66%
Španija	<b>33%</b>	60%
Švica	<b>38%</b>	60%
Hrvaška	<b>30%</b>	58%
Belgija	<b>25%</b>	56%
Nemčija	<b>43%</b>	53%

■ Ponovljen obisk  
■ Obisk

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo podvzorec in ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno, med njihovimi destinacijami pa je tudi Slovenija. / LASTNOSTI TURISTOV SLOVENIJE: Velikost in delež predstavljata velikost podvzorca (turisti Slovenije) glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujejo. / VRSTA DESTINACIJE - TOP 10: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10).





## VRSTA NAMESTITVE:



Ostale pogostejše namestitve:

**Butični hotel: 21%**

**Sorodniki, prijatelji: 21%**

**Zasebna namestitvev: 20%**

## REZERVACIJA:



79%

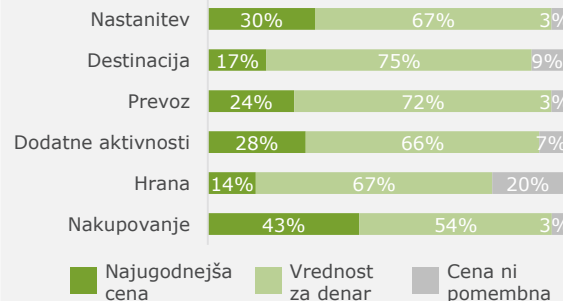
## NAČIN TRANSPORTA (%):



Do destinacije

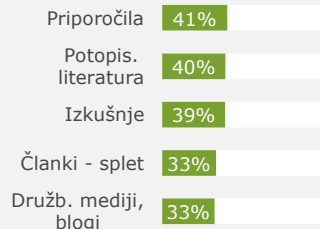
Na destinaciji (4% MOTOR, 2% PEŠ)

## CENOVNA OBCUTLJIVOST:

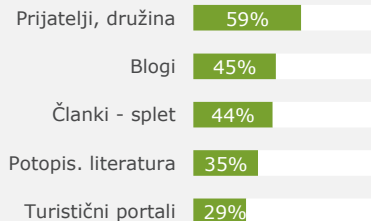


## NAKUPNA POT:

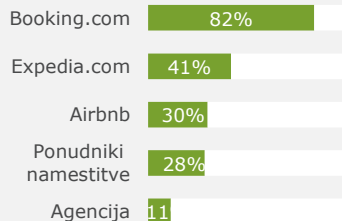
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:

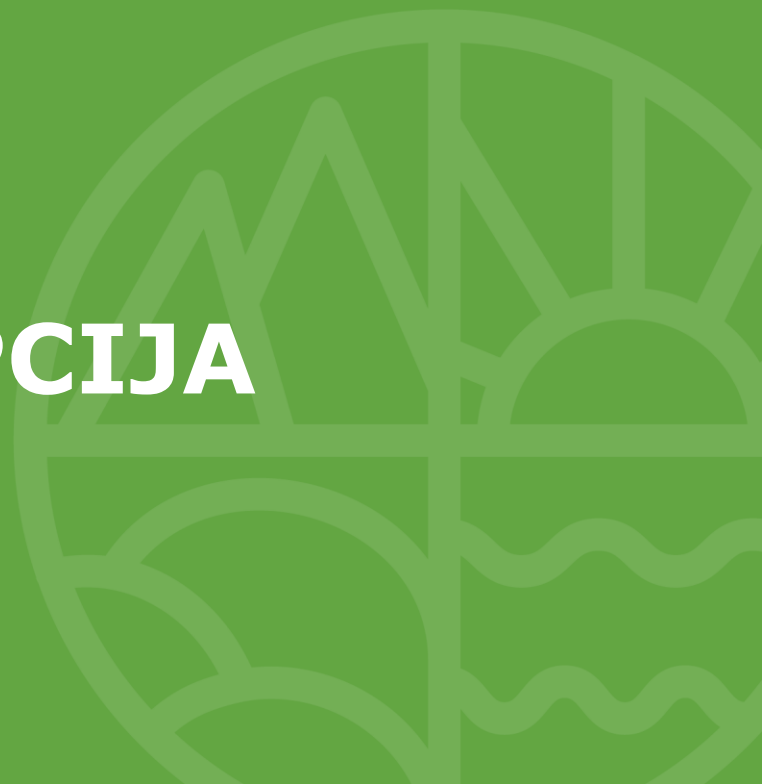


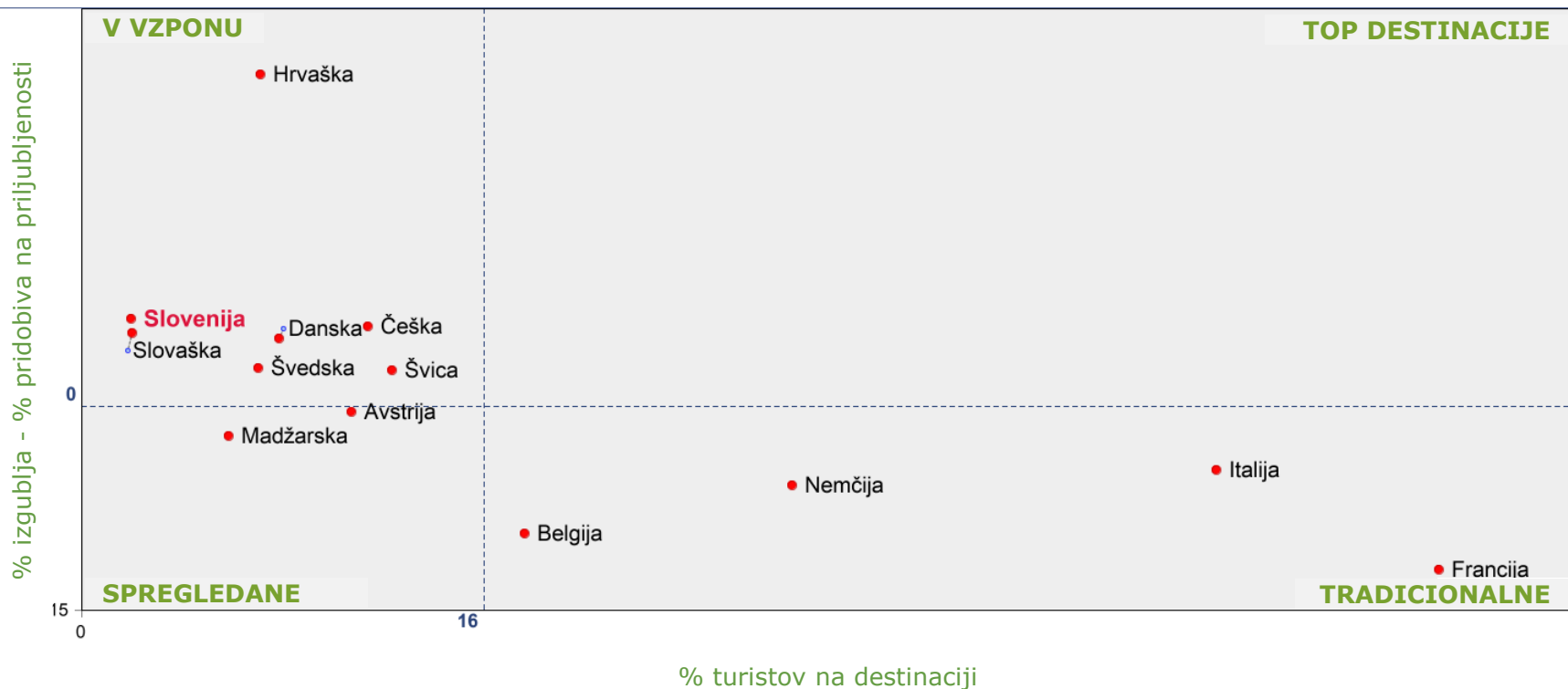
## PRORAČUN IN PORABA:

		NAČRTOVANI STROŠKI	DEJANSKI STROŠKI
NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan	v Evropi	75 €	82 €
	v SLO	63 €	70 €
PREVOZ na osebo	v Evropi	168 €	226 €
	v SLO	174 €	240 €

Rezultati zastopajo podvzorec v ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno, med njihovimi destinacijami pa je tudi Slovenija. / VRSTA NAMESTITVE: kje običajno prespijo. / REZERVACIJA: koliko časa vnaprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBCUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORAČUN IN PORABA: prikazuje stroške prevoza na osebo in vse ostale stroške povezane z namestitvijo, hrano, aktivnostmi na osebo na dan.

# **PODOBA IN PERCEPCIJA SLOVENIJE**



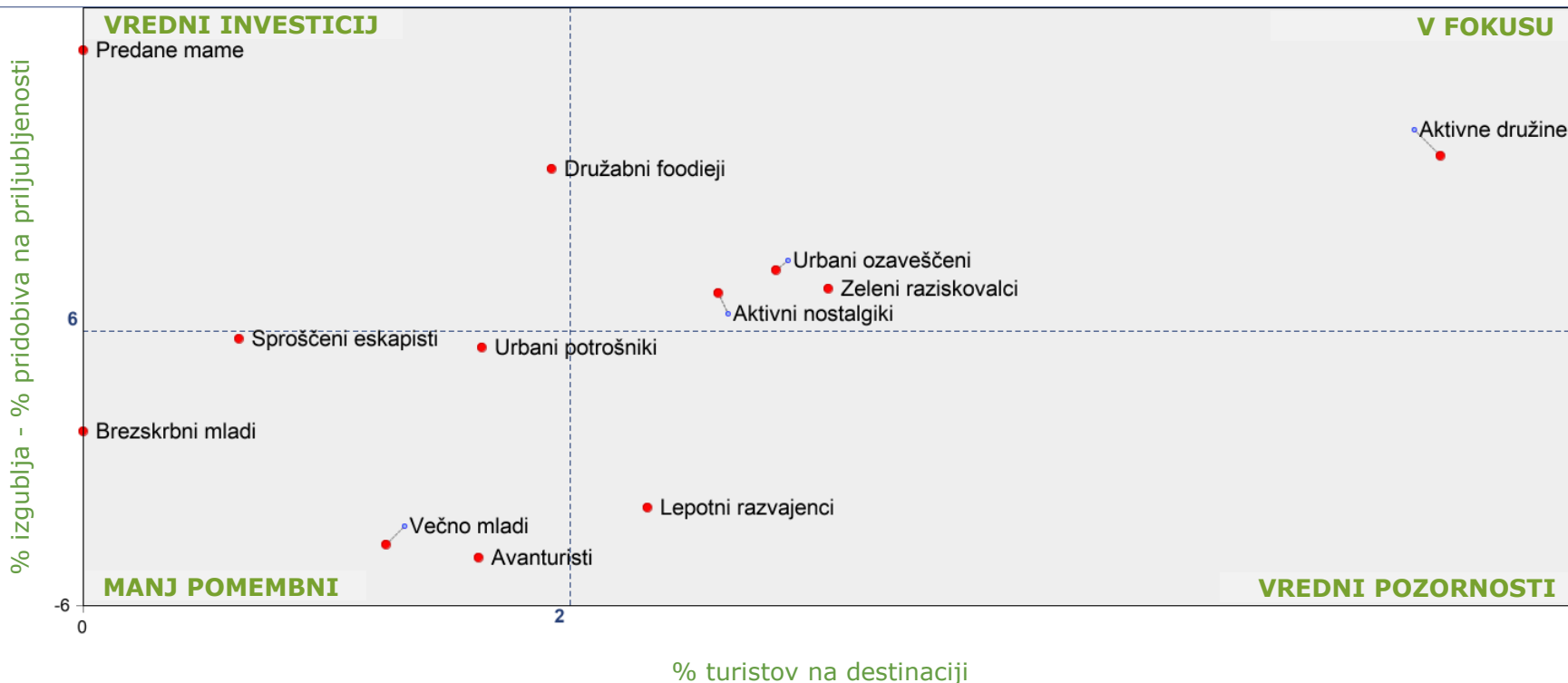


**OPOMBE:**

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).

# ŠPANIJA: Relevantnost Slovenije

Relevantnost Slovenije kot turistične destinacije glede na priljubljenost po segmentih turistov

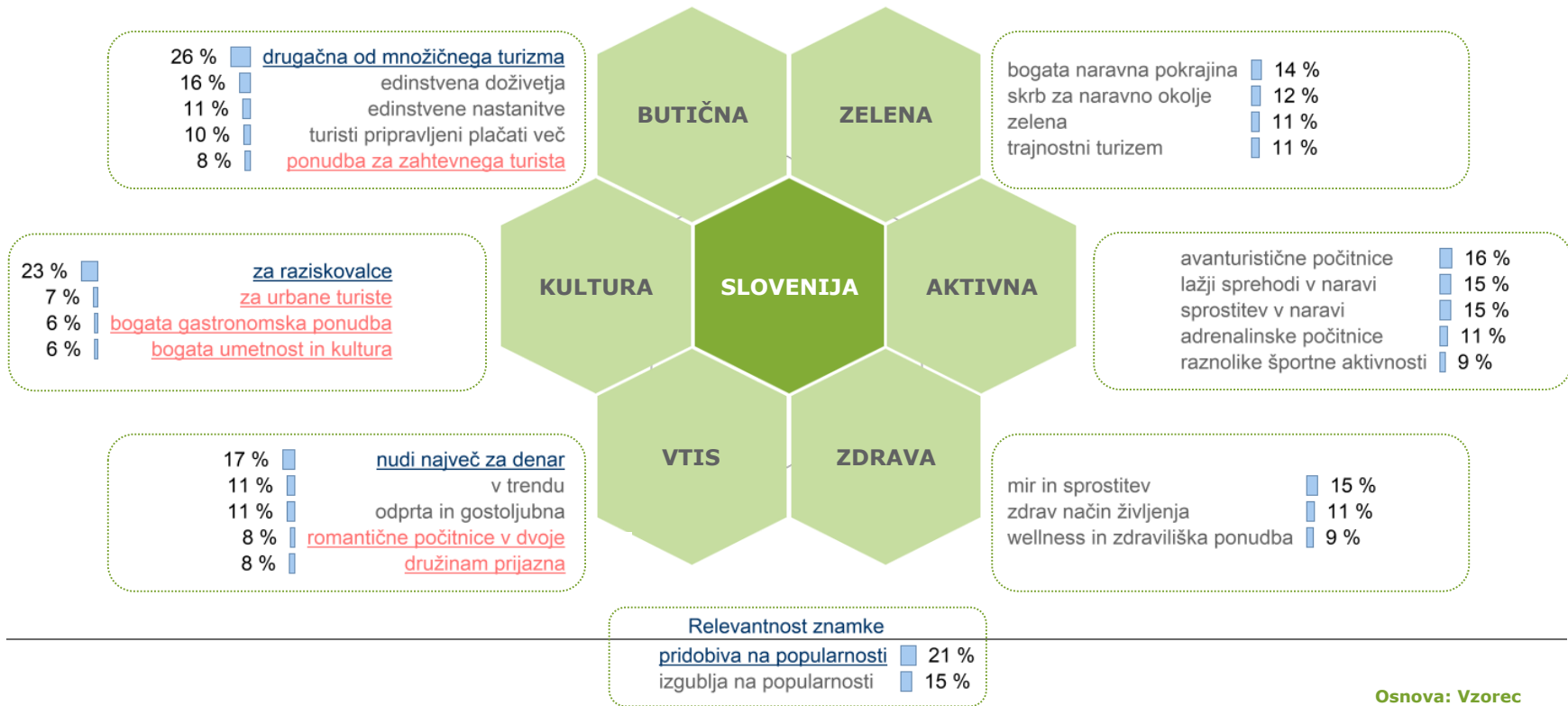


**OPOMBE:**

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).



n=1551



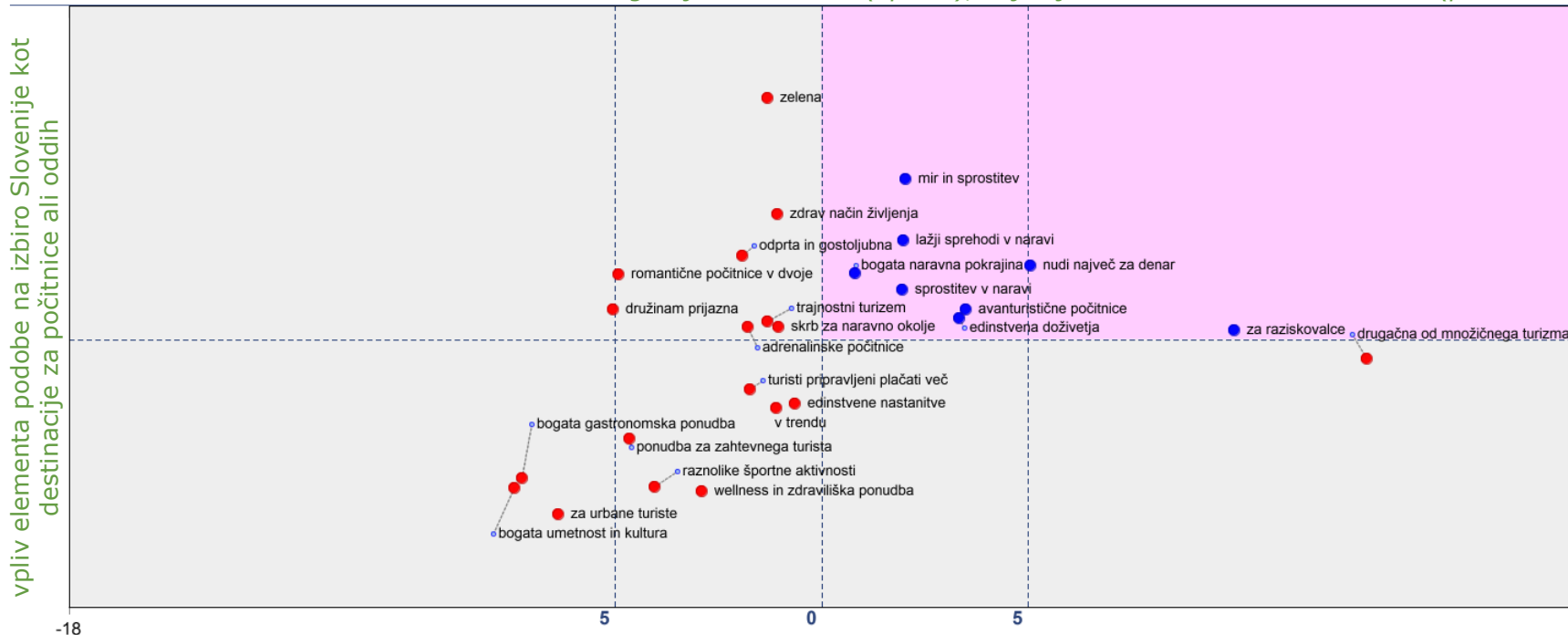
Osnova: Vzorec

# ŠPANIJA: Pomembnost elementov

Vpliv elementov na izbiro Slovenije kot destinacije za počitnice ali oddih

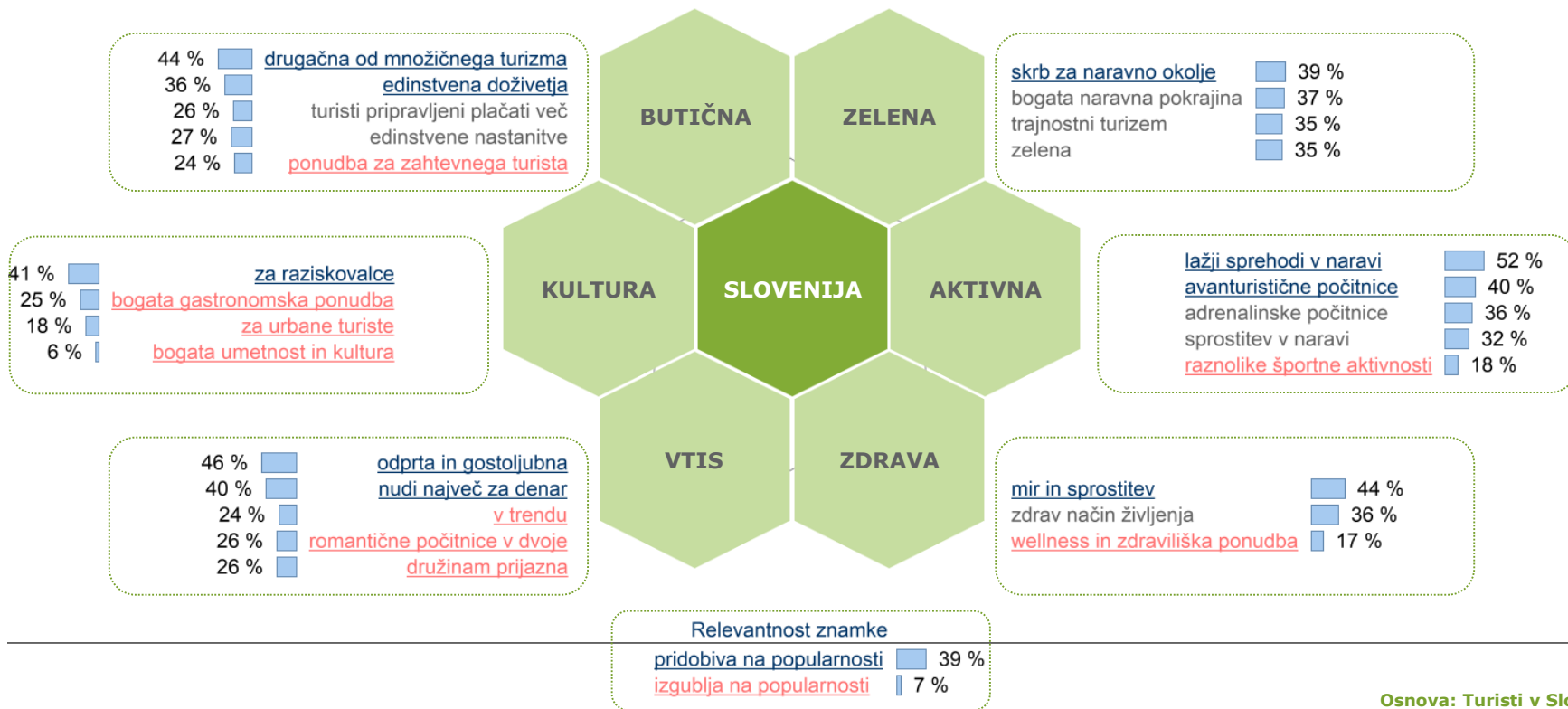


\*zanimivi elementi so v zgornjem delu slike (vplivni), najboljši so tisti na desni strani slike (pomembni)



**OPOMBE:**

Vodila za interpretacijo: elementi v zgornjem desnem kvadrantu močno vplivajo na podobo destinacije. To so elementi, ki vplivajo na to, da se posameznik odloči za dopustovanje na destinaciji. Višji srednji kvadrant predstavlja nove priložnosti.



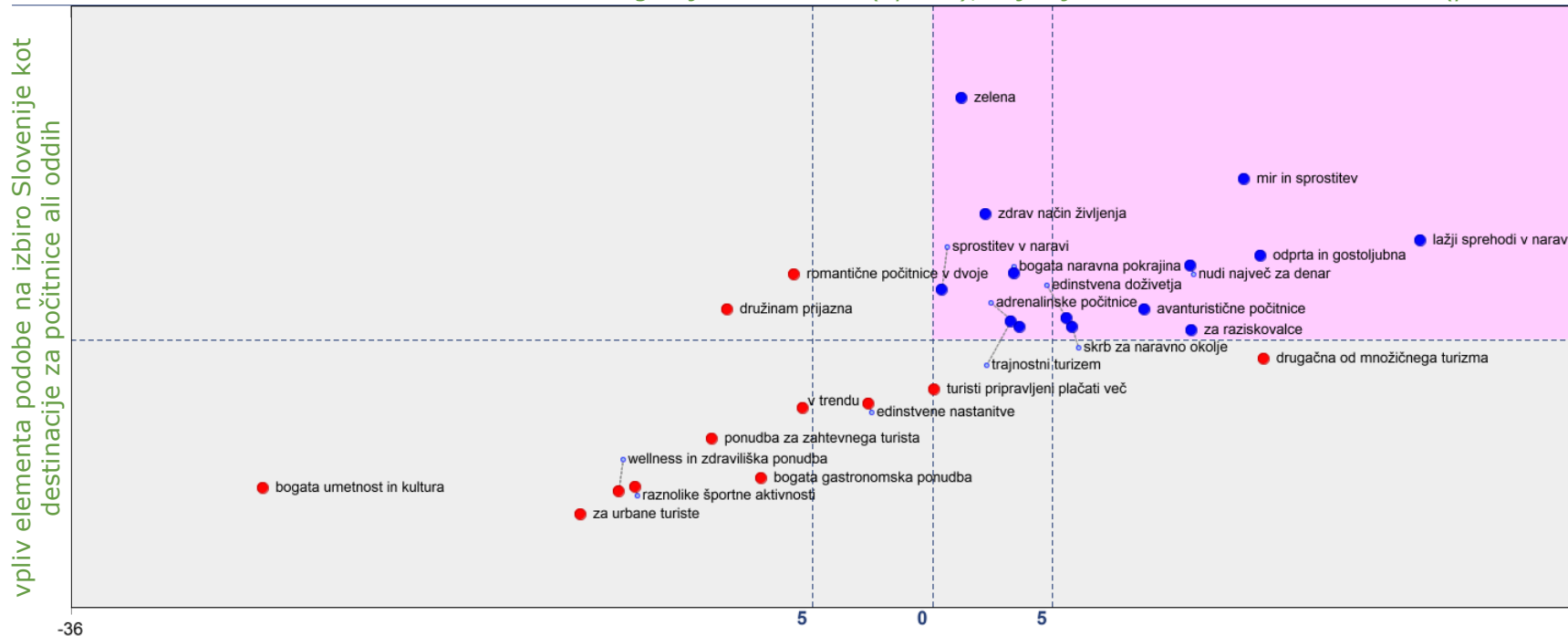
# ŠPANIJA: Pomembnost elementov

Vpliv elementov na izbiro Slovenije kot destinacije za počitnice ali oddih

Podvzorec: turisti v Sloveniji



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



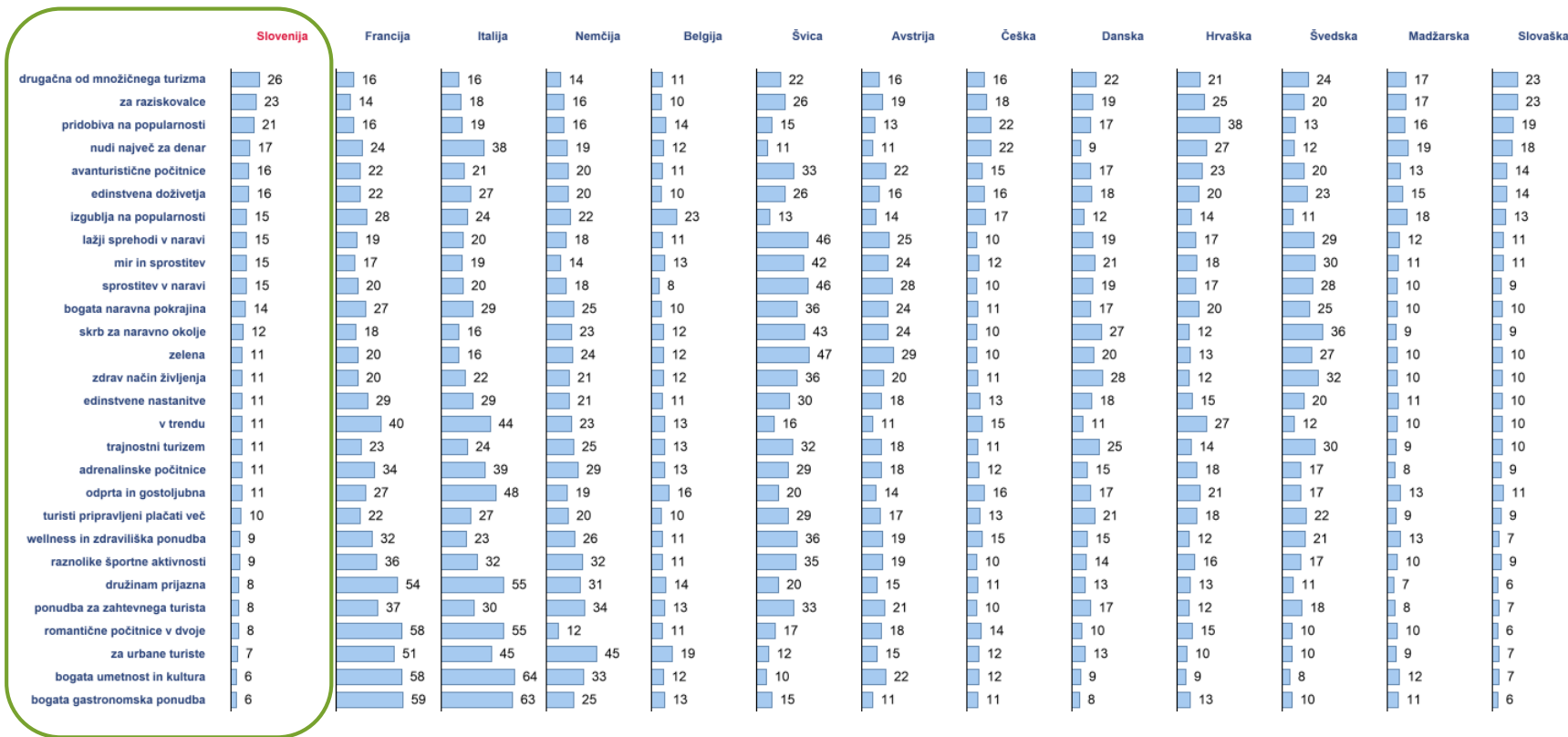
šibkejša asociacija Slovenije ← → močnejša asociacija Slovenije

**OPOMBE:**

Vodila za interpretacijo: elementi v zgornjem desnem kvadrantu močno vplivajo na podobo destinacije. To so elementi, ki vplivajo na to, da se posameznik odloči za dopustovanje na destinaciji. Višji srednji kvadrant predstavlja nove priložnosti.

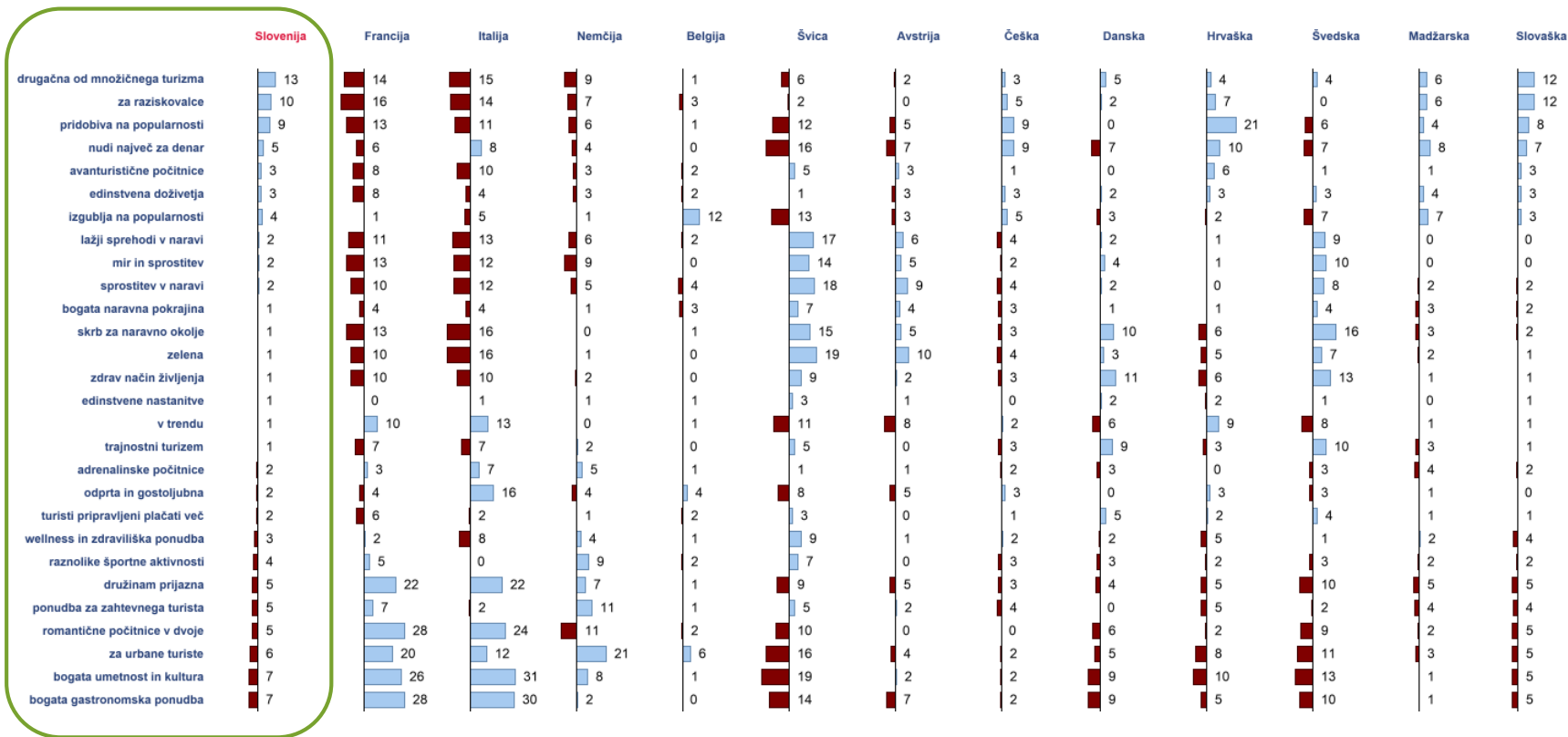


# ŠPANIJA: Podoba destinacij



Opombe: Anketiranci so za vsak navedeni element oziroma trditev, ki je vezana na podobo držav kot turističnih destinacij, izbrali tri izmed ponujenih držav, za katere menijo, da trditve najbolj veljajo. Najprej so izbrali državo, za katero trditev najbolj velja. Prikazani so deleži navedb za destinacije po elementih. Elementi so sortirani po deležu navedb za destinacijo Slovenija.

# ŠPANIJA: Značilni elementi destinacij



Prikazana so odstopanja od teoretske vrednosti za vsak element. Pozitivno odstopanje v desno (modra barva) pomeni, da je element bolj značilen za to destinacijo glede na ostale destinacije. Negativno odstopanje v levo (rdeča barva) pomeni, da je element manj značilen za to destinacijo glede na ostale destinacije. Elementi so sortirani glede na značilnosti za destinacijo Slovenija.

**OPOMBE:**

# **POZNAVANJE, IZKUŠNJA IN PRIPOROČILA SLOVENIJE**



# ŠPANIJA: Poznavanje in izkušnje s Slovenijo



## POZNAVANJE SLOVENIJE

Osnova: vzorec

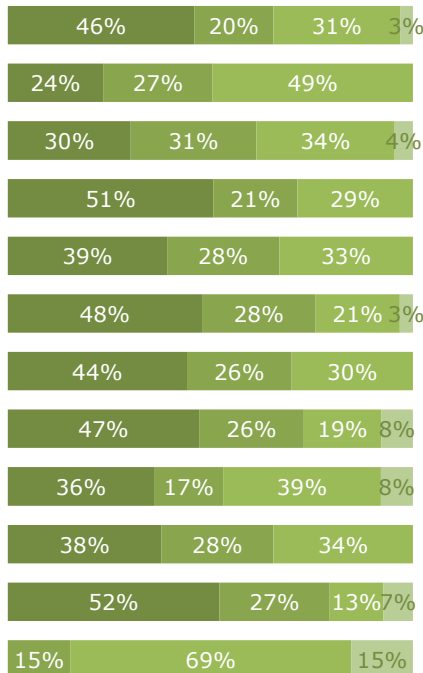


Poznavanje:



## ZADOVOLJSTVO

Osnova: obiskovalci Slovenije

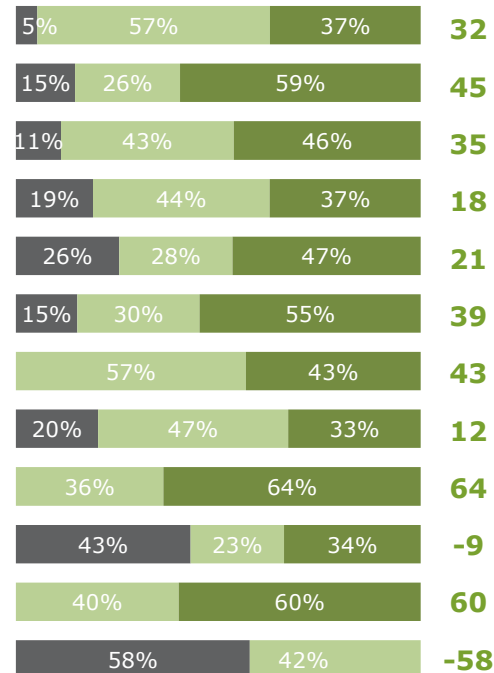


Izpolnjevanje pričakovanj:



## NPS - STOPNJA PRIPOROČANJA

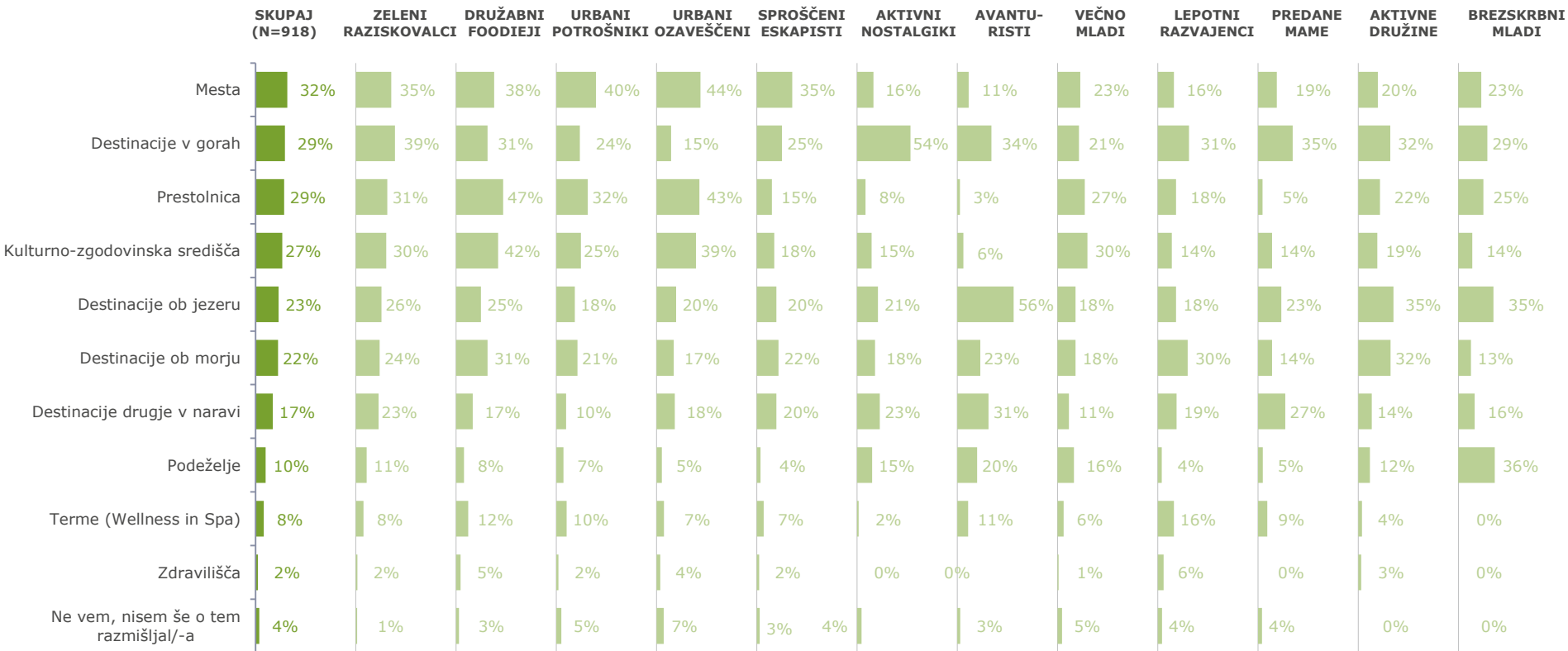
NPS Indeks



Priporočila:



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





## Priložnosti za izboljšave - Top 12

Obrekovalci in nevtralni (Slovenije ne bi priporočili), n=112



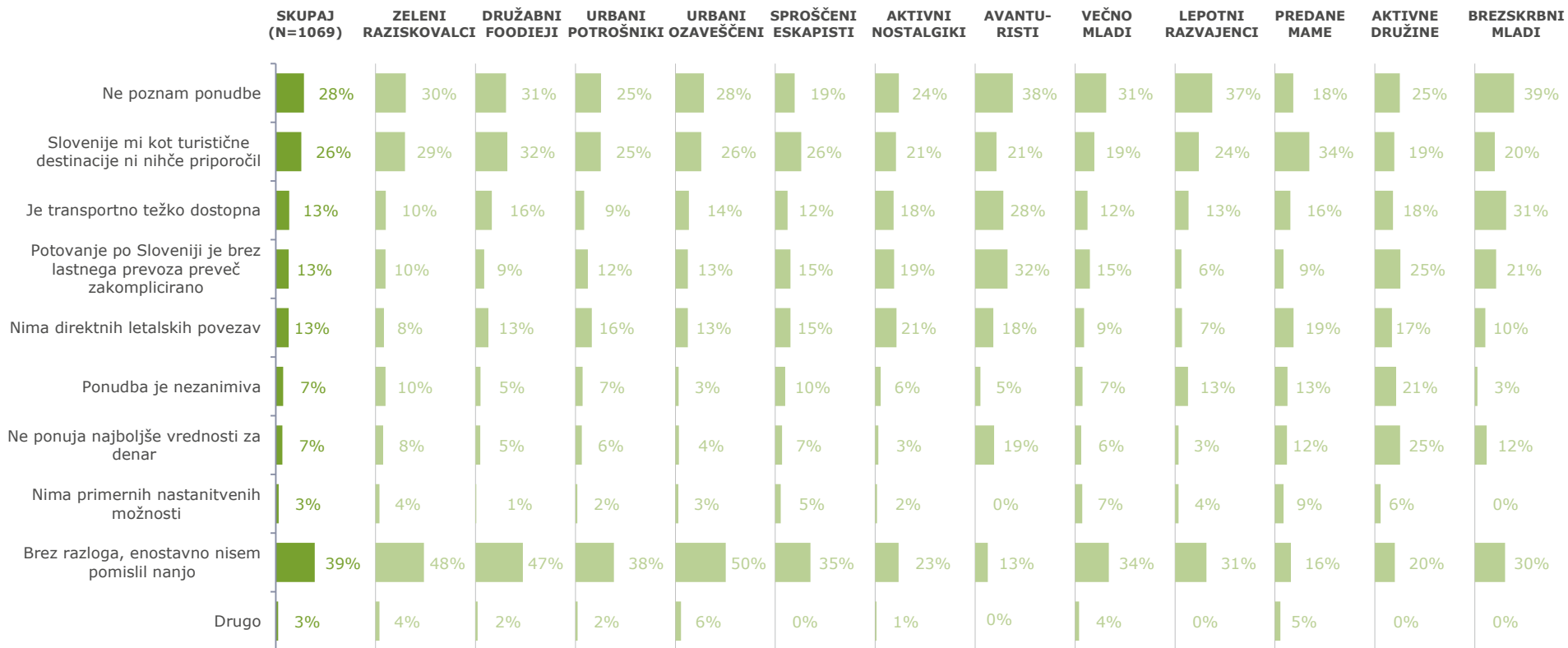
**OPOMBE:** OSTALE NAVEDBE: več informacij, info točk, premalo poznan, več hotelskih kapacitet, nastanitvev, kulinarika, bolj kakovostni hoteli, nastanitvev, boljše čistoča, urejenost

## Elementi navdušenja - Top 12

Promotorji (Slovenijo bi priporočili), n=93



**OPOMBE:** OSTALE NAVEDBE: dobra turistična ponudba, privlačen produkt sonce in morje, dobra, kakovostna storitev, bližina, lokacija, aktivnosti, rekreacija, nastanitvev, prijetno, zabavno vzdušje



# PRILOGE







## Dodatna pojasnila

**Velikosti ciljnih skupin in segmentov** (absolutne vrednosti) so bile izračunane na osnovi **podatkov o populaciji** držav na dan 1. jan., 2018\*:

Država	Celotna populacija*	Populacija v starosti 18-65 let*
Belgija	11.351.727	7.075.878
Češka	10.578.820	6.811.816
Danska	5.748.769	3.549.649
Madžarska	9.797.561	6.382.651
Španija	46.528.024	29.823.712
Švedska	9.995.153	6.050.551
Švica	8.419.550	5.472.750

Pri izračunu porabe turistov je bila uporabljena **valutna konverzija** na dan 28. okt., 2018\*\*:

- **Češka:** 1 CZK= 0.03869 EUR
- **Danska:** 1 DKK= 0.13404 EUR
- **Madžarska:** 1 HUF= 0.00309 EUR
- **Švedska:** 1 SEK= 0.09680 EUR
- **Švica:** 1 CHF= 0.87290 EUR

\*Vir: <http://ec.europa.eu/eurostat>

\*\*Vir: <https://www.ecb.europa.eu>



## Legenda ikon

### VRSTA NAMESTITVE



**Apartma**



**Hostel**



**Hotel**



**Butični  
hotel**



**Zasebna  
namestitev**



**Kamp**



**Sorodniki ali  
prijatelji**

### NAČIN TRANSPORTA



**Letalo**



**Avto**



**Kolo**



**Hoja**



**Javni  
prevoz  
(avtobus)**



**Javni  
prevoz  
(vlak)**



**Avtodom**



**Motor**

# ŠPANIJA: Zeleni raziskovalci (14,4%)



Ime persone, ki predstavlja segment turistov v državi. Odstotek predstavlja delež persone v primerjavi z vsemi turisti v državi)



## TIP DESTINACIJE

Kulturne		
----------	--	--

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## VRSTA NAMESTITVE

Apartm	79%	+31
--------	-----	-----

Vprašanje: Kakšne vrste namestitev običajno iščete za svoj oddih, počitnice ali potovanje? (razvrščanje do 5 odgovorov)

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	20%	+2
------	-----	----

Vprašanje: Katero prevozno sredstvo največkrat uporabite za prihod na destinacijo ?

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobu	40%	+7
--------	-----	----

Vprašanje: Kako se običajno gibljete od ene do druge točke na destinaciji?

## AKTIVNOSTI

Ogledovanje starih mestnih jeler	87%	+20
----------------------------------	-----	-----

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## SPODBUDA

Priporočila prijateljev	50%	+5
-------------------------	-----	----

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	56%	+6
--------------------------	-----	----

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	73%	+9
Airbnb	33%	+11

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## S KOM POTUJE

V paru	57%	+4
Z družino	28%	+0

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## LASTNOSTI:

Velikost\* **2.418.763**

Delež\* **8%**

Starost **39**

Ženske **45%**

Pomlad **20%**

Poletje **59%**

Krajša potovanja **2**

Daljša potovanja **1**

# ŠPANIJA: Splošne potovalne navade in motivi



Podnaslov „Podvzorec“ označuje, na katerem podvzorc so prikazani rezultati. V primeru, kjer podvzorec ni naveden, so rezultati prikazani na celotni ciljni skupini.

## LASTNOSTI CILJNE SKUPINE:

Velikost*	<b>16.788.761</b>		<b>21%</b>
Delež*	<b>56,3%</b>	Podatki izračunani glede na velikost celotne populacije države.	<b>59%</b>
Starost	<b>40</b>		<b>2</b>
Ženske	<b>46%</b>	Delež potovanja	<b>1</b>

## POTOVALNA DRUŽBA:

Vprašanje: S kom običajno preživljate oddih, počitnice ali potujete na potovanje?  
S prijatelji **14%**  
Sam **5%**

## VRSTA DESTINACIJE:

Top 3 - Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

Kult.-zgod. središča **18%** **33%** **51%**

**3 x**

letno potuje

Pogostost potovanja v tujino ne glede na dolžino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Ogled starinskih jeder **67%**

Top 10 - Vprašanje: Kakšne vrste aktivnosti so za vas pomembne, ko potujete v tujino z namenom oddiha, počitnic ali potovanja? (več odgovorov)

Naravne znamenitosti **48%**

Muzeji, galerije, umetnost **45%**

Gastronomski užitki **44%**

Sonce in morje **44%**

Nakupovanje **34%**

Družabni dogodki, festivali, prireditve **30%**

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

Preživeti nekaj novega **22%** **47%**

Top 10 TOM - Vprašanje: Kateri je vaš glavni motiv (kateri so še drugi), da greste na oddih, počitnice ali potovanje po Evropi? (en glavni odgovor (TOM) in ostali odgovori)

Uživati v vsakdanju **9%** **28%**

Preživeti čas s partnerjem **7%** **24%**

Spočiti se, upočasniti življenje **4%** **19%**

Doživeti raznolikost **4%** **18%**

Preživeti čas z družino, utrditi vezi **5%** **18%**

Uživati v dobri hrani, pijači **2%** **17%**

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

Francija **39%** **54%**

Top 10 - OBISK DRŽAV IN PONOVA NAMERA OBISKA, pri čemer je bil podrobno podan nabor evropskih držav - Vprašanje: V katerih državah ste kadarkoli bivali vsaj 2 noči z namenom oddiha, počitnic ali potovanja? Ali bi katero izmed držav, kjer ste že potovali, obiskali ponovno? Navedbe smo primerjali s Slovenijo. (več odgovorov)

Nemčija **20%** **28%**

Nevropske države **14%** **21%**

Andora **9%** **20%**

Belgija **9%** **18%**

Nizozemska **10%** **15%**

Slovenija **1%** **2%**

■ Ponovljen obisk

■ Obisk

## OPOMBE:

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / LASTNOSTI CILJNE SKUPINE: Velikost in delež predstavljata velikost ciljne skupine glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujete. / VRSTA DESTINACIJE: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10, primerjalno s Slovenijo).

# ŠPANIJA: Elementi nakupne poti in potrošnja



Podnaslov „Podvzorec“ označuje, na katerem podvzorc so prikazani rezultati. V primeru, kjer podvzorec ni naveden, so rezultati prikazani na celotni ciljni skupini.

## VRSTA NAMESTITIVE:

Top 3 najbolj običajne namestitve prikazane v ikonah. Manj pogoste namestitve so navedene v tekstu.  
Vprašanje: Kakšne vrste namestitev običajno iščete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?  
Razvrstite od za vas bolj do manj običajne vrste namestitve. (več odgovorov)

## REZERVACIJA:

Vprašanje: Koliko vnaprej običajno rezervirate vaš oddih, počitnice ali potovanje po Evropi? Podatek prikazuje najpogostejše navedeni rezultat in vključuje vse ostale časovno krajše navedbe.

## NAČIN TRANSPORTA (%):

LETALO AVTODOM VIAK AVTOBUS



76

Do destinacije

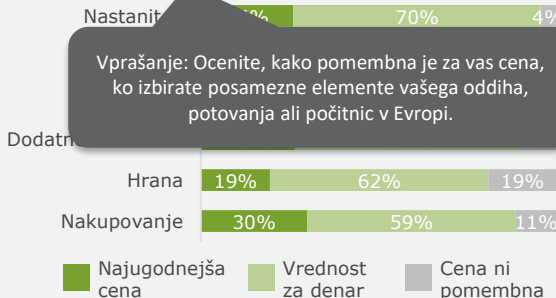
Na destinaciji (12% PEŠ, 3% MOTOR, 3% KOLO)

Vprašanje: Katero prevozno sredstvo največkrat uporabite za prihod na destinacijo /Kako se običajno gibljete od ene do druge točke na destinaciji vašega oddiha, počitnic ali potovanja?



1 33

## CENOVNA OBČUTLJIVOST:



Vprašanje: Ocenite, kako pomembna je za vas cena, ko izbirate posamezne elemente vašega oddiha, potovanja ali počitnic v Evropi.

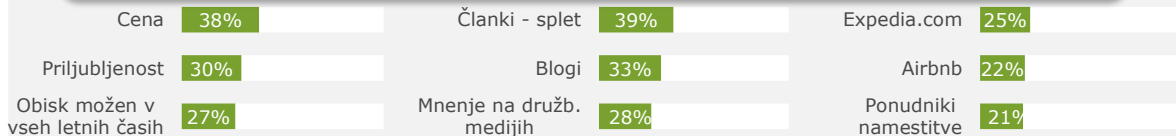
## NAKUPNA POT:

### SPODBUDE

### VIRI INFORMACIJ:

### NAČIN REZERVACIJE:

Top 5 navedb - Vprašanja: Kaj najbolj spodbudi vaše zanimanje za destinacijo, ko začnete razmišljati / Kje vse iščete informacije, ko se želite informirati o določeni destinaciji za preživljanje / Kako običajno rezervirate vaš oddih, počitnice ali potovanje v Evropi? (več odgovorov)



## PRORAČUN IN PORABA:

### NAČRTOVANI

### DEJANSKI

Vprašanje: Pomislite na vaše zadnje počitnice ali oddih v Evropi / Bivanje v Sloveniji (podvzorec Turisti v Sloveniji), kjer ste prespali vsaj 2 noči in ocenite načrtovane in dejanske stroške vašega potovanja. Stroški so izračunani na osebo na osnovi dodatnega preverjanja števila oseb in števila dni potovanja.

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / VRSTA NAMESTITIVE: kje običajno prespijo. / REZERVACIJA: koliko časa vnaprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBČUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORAČUN (načrtovani stroški) IN PORABA (dejanski stroški): stroški prevoza na osebo in vsi ostali stroški povezani z namestitvijo, hrano, aktivnostmi na osebo na dan.



**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