

I FEEL
SLOVENIA

Spremembe in dopolnitve PROGRAM DELA STO 2020/2021

December 2019

KAZALO SPREMEMB IN DOPOLNITEV PROGRAMA DELA STO 2020/2021

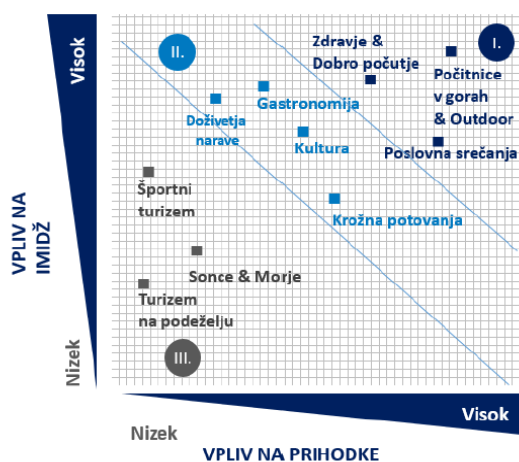
UVODNO POJASNILO.....	2
1. UVOD	3
4. PROGRAM DELA STO ZA LETI 2020 IN 2021.....	4
4.2 Struktura proračuna	4
4.3 Tržno komuniciranje	6
4.3.1 Ciljni trgi	6
4.3.2 Skupni projekti promocije	7
4.3.3 Komunikacijska orodja	7
5. KADRI.....	8
5.2. Organiziranost STO	8
6. FINANČNI NAČRT ZA LETI 2020 IN 2021	9
6.2 Odhodki za leti 2018 in 2019	9
6.2.2 Program agencije	9
Priloga1: Izjava o uresničevanju večletne strategije razvoja javne agencije.....	13

UVODNO POJASNILO

V Programu dela STO 2020/2021, november 2019, je bil v poglavju »Uvod (proračun)« kot novost naveden projekt sofinanciranja on-line in off-line aktivnosti za tri glavne skupine deležnikov: vodilne destinacije, turistično gospodarstvo in produktna združenja (za slednje tudi področje razvojnih aktivnosti), za katere je bil z letom 2020 tako prvič del proračuna (3,200.000 EUR) STO namenjen sofinanciranju aktivnosti na ravni destinacij, podjetij in produktov.

V Spremembah in dopolnitvah programa dela STO 2020/2021, december 2019, opredeljujemo dva projekta sofinanciranja on-line in off-line aktivnosti za dve glavni skupini deležnikov: vodilne destinacije in turistično gospodarstvo, za katere v letu 2020 namenimo sredstva v višini 2.000.000 EUR. Kot novost uvajamo tudi fokusirano sodelovanje s produktnimi združenji za nosilne produkte, ki so opredeljeni v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 in delujejo na trgu organizirano. To so tisti produkti, ki spadajo v skupino najpomembnejših z vidika vpliva na prihodke in na imidž (Skupina I.) ter produkte z močnim vplivom na prihodke in na imidž (Skupina II.). Nosilni produkti so za izboljšanje konkurenčnosti slovenskega turizma ključnega pomena, saj prinašajo večplastne učinke. Za te aktivnosti v letu 2020 namenimo sredstva v višini 1.000.000 EUR.

Slika 1: Prikaz umestitve nosilnih produktov v matriko glede na vpliv na ustvarjanje prihodkov in celostne podobe



I: Najpomembnejši produkti s perspektive vpliva na prihodke in na imidž. Promocijska podpora, aktivni produktni razvoj in upravljanje na nacionalni ravni.

- POČITNICE V GORAH & OUTDOOR
- ZDRAVJE & DOBRO POČUTJE
- POSLOVNA SREČANJA & DOGODKI

II: Produkti z močnim vplivom na prihodke in imidž.

- DOŽIVETJA NARAVE
- GASTRONOMIJA
- KULTURA
- KROŽNA POTOVANJA

III: Produkti z manjšim do srednjim vplivom na prihodke in imidž.

- ŠPORTNI TURIZEM
- SONCE & MORJE
- TURIZEM NA PODEŽELJU

V dokumentu Spremembe in dopolnitve programa dela STO 2020/2021, december 2019, v nadaljevanju navajamo spremenjeno vsebino vsled zgoraj navedenih sprememb in dopolnitev.

1. UVOD

PRORAČUN

Spremenita se drugi in tretji odstavek ter se doda četrti odstavek, ki se po novem glasijo (str. 4):

Leta 2020 je za izvajanje programa dela STO predviden proračun **16,425.000 EUR** (od tega iz naslova MGRT virov v višini 10,800.000 EUR, 750.000 EUR lastnih virov ter 4,875.000 EUR iz naslova promocijske takse), za delovanje STO pa **2,675.000 EUR** (od tega iz naslova MGRT virov v višini 2,450.000 EUR ter 225.000 EUR iz naslova promocijske takse), kar pomeni skupaj **19,100.000 EUR**. *Leta 2021* je za izvajanje programa dela STO prav tako predviden proračun **16,425.000 EUR** (od tega iz naslova MGRT virov v višini 10,800.000 EUR, 750.000 EUR lastnih virov ter 4,875.000 EUR iz naslova promocijske takse), za delovanje STO pa prav tako **2,675.000 EUR** (od tega iz naslova MGRT virov v višini 2,450.000 EUR ter 225.000 EUR iz naslova promocijske takse), kar pomeni skupaj **19,100.000 EUR**. Trenutno aktivnosti na STO znotraj kadrovskega načrta izvaja 40 zaposlenih, od tega trije predstavniki v tujini (v Nemčiji, Italiji in Avstriji), v letu 2020 pa nameravamo vzpostaviti tudi predstavništvo v Veliki Britaniji.

Pomembna novost je projekt sofinanciranja on-line in off-line aktivnosti za dve glavni skupini deležnikov: vodilne destinacije in turistično gospodarstvo. Z letom 2020 bo tako prvič del proračuna (2,000.000 EUR) STO namenjen sofinanciranju aktivnosti na ravni destinacij in podjetij.

Kot novost uvajamo tudi fokusirano sodelovanje s produktivnimi združenji za nosilne produkte, ki so opredeljeni v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 in delujejo na trgu organizirano. To so tisti produkti, ki spadajo v skupino najpomembnejših z vidika vpliva na prihodke in na imidž (Skupina I.) ter produkte z močnim vplivom na prihodke in na imidž (Skupina II.). Nosilni produkti so za izboljšanje konkurenčnosti slovenskega turizma ključnega pomena, saj prinašajo večplastne učinke. Za te aktivnosti v letu 2020 namenimo sredstva v višini 1.000.000 EUR.

4. PROGRAM DELA STO ZA LETI 2020 IN 2021

4.2 Struktura proračuna

Spremeni se drugi odstavek, ki se po novem glasi (str.15):

Tržnemu komuniciranju (digitalno in klasično komuniciranje, odnosi z javnostmi, sejmi in borze, poslovni dogodki, sofinanciranje promocijskih in razvojnih aktivnosti, promocija ključnih turističnih produktov ter skupni projekti promocije) bomo namenili 13.667.000 EUR oziroma 83 % programskih sredstev. V letih 2020 in 2021 bomo izvajali aktivnosti tržnega komuniciranja na ključnih trgih, rastočih perspektivnih trgih in oddaljenih trgih. Za vsak trg smo pripravili komunikacijski splet in opredelili glavne turistične produkte in ciljne skupine; aktivnosti so predstavljene v prilogi: Izkaznice po trgih.

Spremeni se Tabela 3, ki se po novem glasi (str.15):

Tabela 3: Sredstva za promocijo

Sredstva za promocijo (proračunski in lastni viri)	2020	Delež	2021	Delež	Indeks 21/20
I. TRŽNO KOMUNICIRANJE Digitalno in klasično komuniciranje, odnosi z javnostmi, sejmi in borze, poslovni dogodki, sofinanciranje promocijskih aktivnosti, promocija ključnih turističnih produktov, skupni projekti promocije <i>Ključni trgi, rastoči in perspektivni trgi, oddaljeni trgi ter skupni projekti promocije</i>	13.667.000	83 %	13.667.000	83 %	100
II. TRŽENJSKA INFRASTRUKTURA Portal, oblikovanje vsebin, promocijski material, raziskave, razvoj, evropski projekti, blagovna znamka, drugi projekti	2.758.000	17 %	2.758.000	17 %	100
SKUPAJ	16.425.000	100 %	16.425.000	100 %	100

Spremenijo se naslov, celotno besedilo in sliki 8 ter 9, ki se po novem glasijo (str.15 in 16):

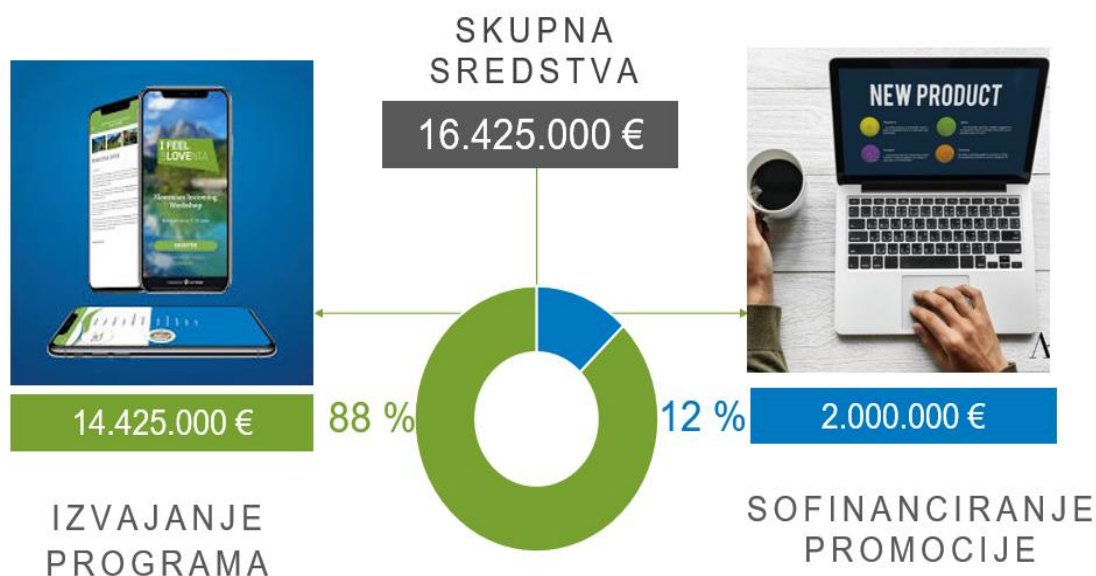
RAZPIS ZA SOFINANCIRANJE PROMOCIJSKIH AKTIVNOSTI TER PROMOCIJA KLJUČNIH TURISTIČNIH PRODUKTOV

Z letom 2020 uvajamo novost, projekt sofinanciranja on-line in off-line aktivnosti za dve glavni skupini deležnikov: vodilne destinacije in turistično gospodarstvo.

Prav tako kot novost uvajamo fokusirano sodelovanje s produktnimi združenji za nosilne produkte, ki so opredeljeni v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 in

delujejo na trgu organizirano. To so tisti produkti, ki spadajo v skupino najpomembnejših z vidika vpliva na prihodke in na imidž (Skupina I.) ter produkte z močnim vplivom na prihodke in na imidž (Skupina II.). Nosilni produkti so za izboljšanje konkurenčnosti slovenskega turizma ključnega pomena, saj prinašajo večplastne učinke.

Slika 8: Predvidena skupna sredstva 2020 in 2021



12% od skupnih programskih sredstev STO, ki za leto 2020 znašajo 16,425.000 EUR, bo namenjenih sofinanciranju aktivnosti na ravni destinacij in podjetij, z enim pomembnim ciljem, to je povečanje sinergij med krovno ter ponudbeno/destinacijsko ravniyo.

Slika 9: Shematski prikaz dveh razpisov za sofinanciranje promocijskih in razvojnih aktivnosti za leti 2020 in 2021



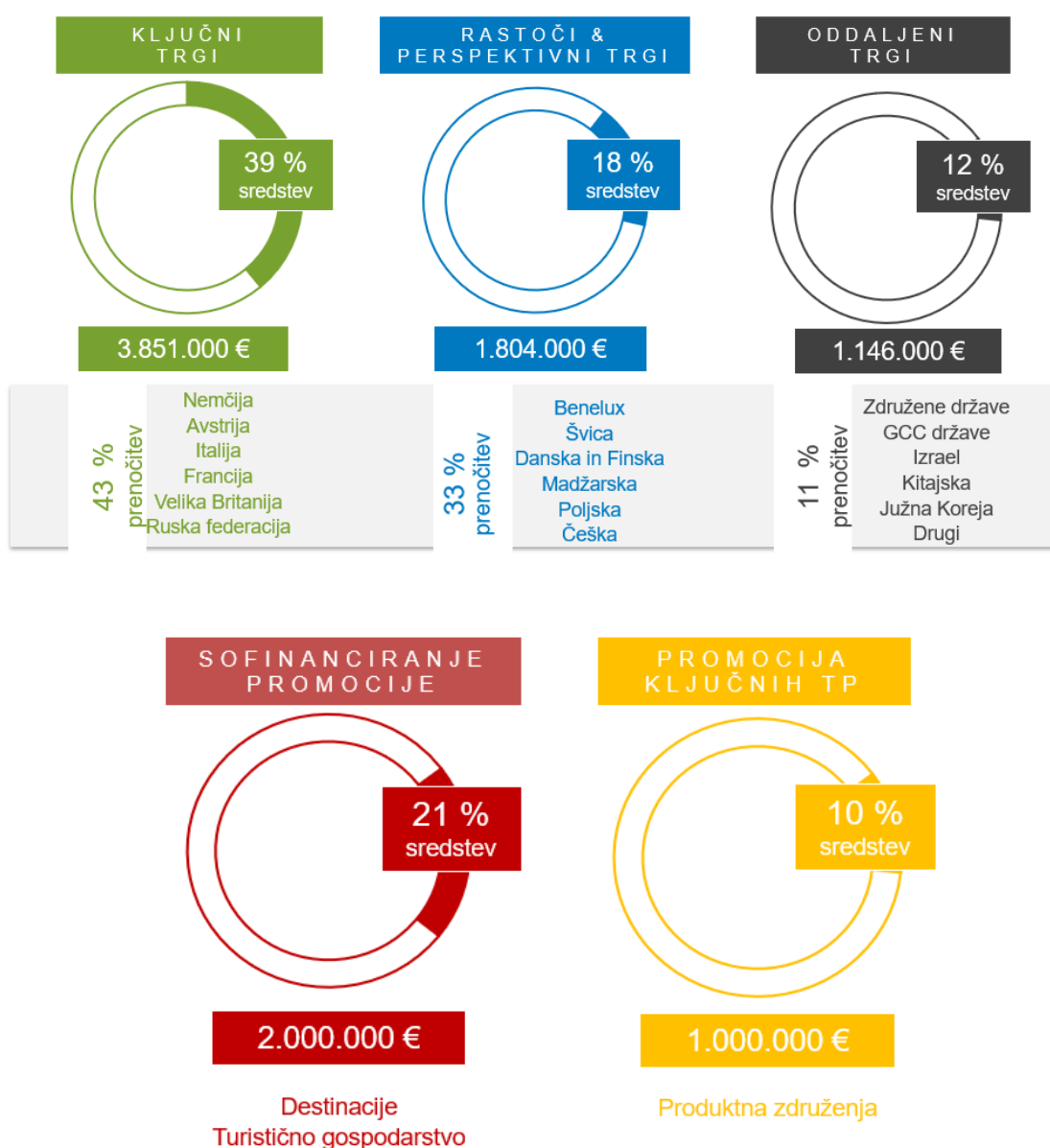
4.3 Tržno komuniciranje

4.3.1 Ciljni trgi

Spremenita se prvi odstavek in slika 10, ki se po novem glasita (str.17):

Za tržno komuniciranje, sofinanciranje promocijskih in razvojnih aktivnosti na tujih trgih ter promocijo ključnih turističnih produktov bomo v letih 2020 in 2021 namenili 9.801.000 EUR na leto.

Slika 10: Prikaz strukture sredstev za tržno komuniciranje, sofinanciranje promocijskih aktivnosti ter promocijo ključnih turističnih produktov za 3 sklope trgov



Spremenita se naslov in celotno besedilo, ki se po novem glasita (str.21):

RAZPIS ZA SOFINANCIRANJE PROMOCIJSKIH AKTIVNOSTI TER PROMOCIJA KLJUČNIH TURISTIČNIH PRODUKTOV

V letu 2020 in 2021 bomo izvedli projekt sofinanciranja on-line in off-line aktivnosti za dve glavni skupini deležnikov: vodilne destinacije in turistično gospodarstvo, za kar bomo namenili sredstva v višini 2.000.000 EUR oziroma 21 % sredstev za tuje trge (brez sredstev za skupne/globalne projekte) ter aktivnosti fokusiranega sodelovanja s produktnimi združenji za nosilne produkte, ki so opredeljeni v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 in delujejo na trgu organizirano. To so tisti produkti, ki spadajo v skupino najpomembnejših z vidika vpliva na prihodke in na imidž (Skupina I.) ter produkte z močnim vplivom na prihodke in na imidž (Skupina II.). Za te aktivnosti bomo v letu 2020 namenili sredstva v višini 1.000.000 EUR oziroma 10 % sredstev za tuje trge (brez sredstev za skupne/globalne projekte).

4.3.2 Skupni projekti promocije – komuniciranje s poslovnimi javnostmi

Spremeni se drugi odstavek, ki se po novem glasi (str.21):

V letih 2020 in 2021 bomo SKUPNIM PROJEKTOM PROMOCIJE namenili **3.866.000 EUR** sredstev tržnega komuniciranja. Sredstva bodo namenjena za:

4.3.3 Komunikacijska orodja

Spremeni se celotno besedilo, ki se po novem glasi (str.22):

Za vsak trg smo pripravili komunikacijski splet različnih orodij tržnega komuniciranja. V letih 2020 in 2021 nadaljujemo usmeritev v vsebinski digitalni marketing, vendar nadgrajeno in skladno z novo Strategijo vsebinskega digitalnega marketinga 2022. Če vzamemo za osnovo sredstva za tržno komuniciranje na tujih trgih, bo z vidika orodij tržnega komuniciranja 11 % sredstev namenjenih poslovnim borzam in sejmom, 25 % digitalnemu oglaševanju, 20 % klasičnemu oglaševanju, 7 % odnosom z javnostmi, 6 % pospeševanju prodaje (dogodki z organizatorji potovanj), 21 % on-line in off-line aktivnostim sofinanciranja na ravni destinacij in podjetij ter 10 % promociji ključnih turističnih produktov.

Priloga 1: Izjava o uresničevanju večletne strategije razvoja javne agencije



Kot zakoniti zastopnik Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma, Dimičeva 13, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju STO), v skladu s 36. členom Zakona o javnih agencijah (Ur.l. RS, št. 52/02, 51/04 – EZ-A In 33/11 – ZEKom-C) podajam

I Z J A V O,

da ima STO sprejet dokument »**STRATEGIJO RAZVOJA SLOVENSKE TURISTIČNE ORGANIZACIJE ZA OBDOBJE 2016 – 2020**«, ki v svoji vsebini kot vodilna institucija za razvoj in trženje slovenskega turizma opredeljuje:

- doprinos k poslovni uspešnosti slovenskega turizma in njegove konkurenčnosti,
- ukrepe za izboljševanje konkurenčnosti gospodarstva nasploh in podobo ter ugled Slovenije kot države,
- zagotavljanje kvalitetnih storitev v odnosu do javnosti in uporabnikov,
- ukrepe za zagotavljanje učinkovite porabe sredstev ter
- ukrepe za zagotavljanje učinkovite kadrovske politike.

Julij 2016

mag. Maja Pak,
direktorica STO

