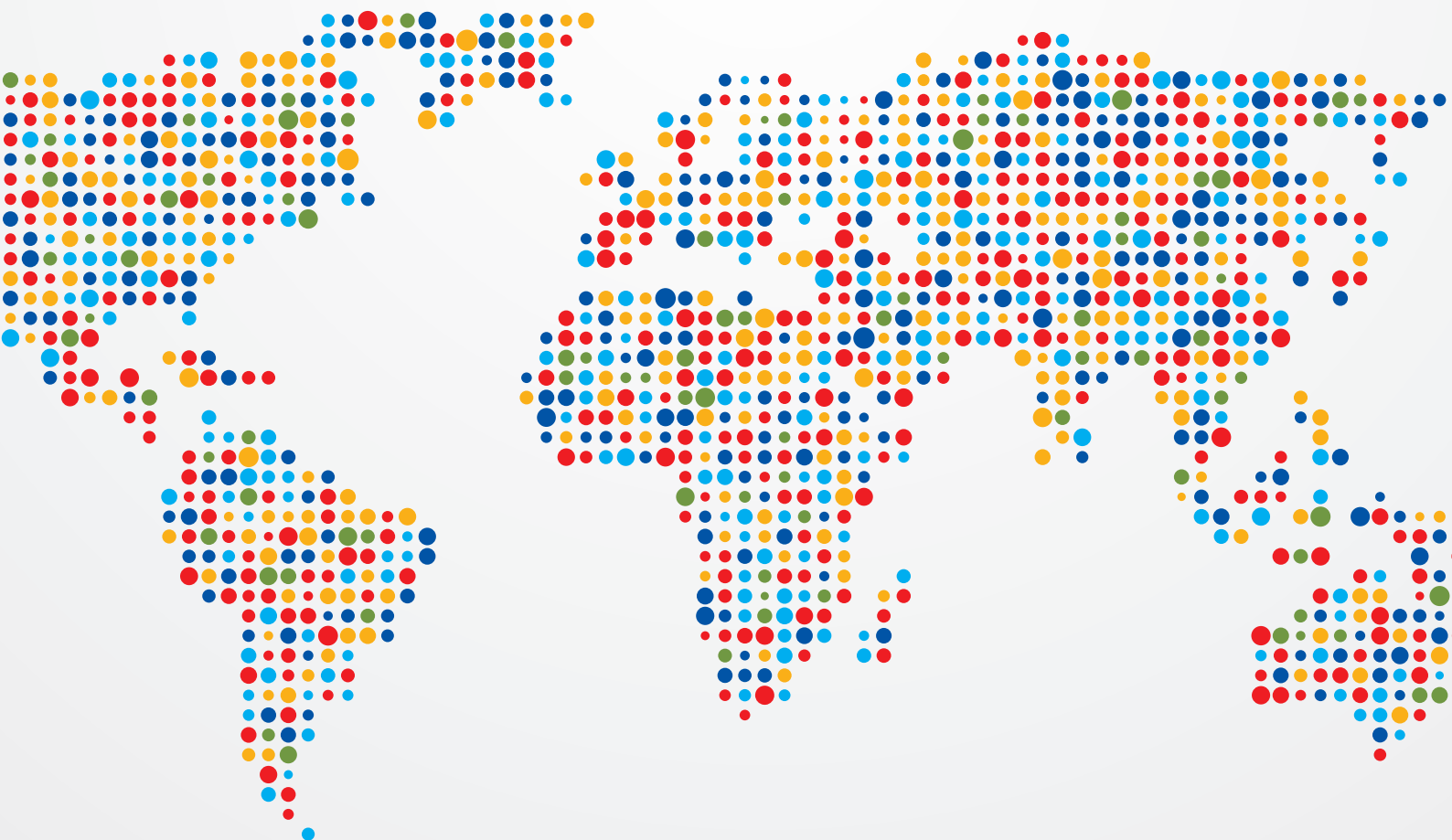


# SLOVENIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2019.



**HRVATSKA**  
*Puna života*

## OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

**Političko uređenje:** parlamentarna republika.

**Površina:** 20.271 km<sup>2</sup>.

**Najveći gradovi:** Ljubljana (292.988 stanovnika), Maribor, Celje, Kranj, Velenje, Kopar i Novo mesto - u navedenih sedam najvećih gradova Slovenije živi više od četvrtine svih stanovnika.

**Stanovništvo** (po dobi, po spolu)

Prvog travnja 2018. u Sloveniji je zabilježeno 2.067.284 stanovnika. Od toga je 1.028.014 muškaraca i 1.039.270 žena. Udio žena među državljanima Slovenije je 50,3%. Prosječna starost stanovništva je 43,4 godine. Udio stanovništva starog od 0-14 je 15,1%, od 15-64 je 65,1% te od 65 godina i više 19,8%. Udio stranih državljana među stanovnicima je 6,9%.

Tabela 1: Stanovništvo po spolu, Slovenija

	I. kvartal 2017.	IV. kvartal 2017.	I. kvartal 2018.	IV. kvartal 2018.
<b>Stanovnici</b>	2.065.895	2.065.890	2.066.880	2.076.595
<b>muški</b>	1.025.125	1.026.100	1.027.041	1.034.966
<b>žene</b>	1.040.770	1.039.790	1.039.839	1.041.629
<b>Slovenski državljani</b>	1.951.457	1.946.257	1.945.005	1.943.075
<b>muški</b>	950.811	948.652	948.185	947.657
<b>žene</b>	1.000.646	997.605	996.820	995.418
<b>Strani državljani</b>	114.438	119.633	121.875	133.520
<b>muški</b>	74.314	77.448	78.856	87.309
<b>žene</b>	40.124	42.185	43.019	46.211

## OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Izvoz i uvoz je rastao umjerenije u 4Q 2018. u odnosu na posljednje dvije godine. Prema procjenama, BDP je u 2018. iznosio 45.948 milijuna eura izražen u trenutnim cijenama, što je 6,9% više u odnosu na 2017. Realno, BDP je porastao za 4,5% (u 2017. za 4,9%). Vanjska trgovina je značajno pridonijela visokom gospodarskom rastu u 2018. godini, iako je rast izvoza bio umjereniji nego u 2017. Izvoz je porastao za 7,2% (10,7% u 2017.). Sve važnija je i domaća potrošnja, koja je u 2018. porasla za 4,6%, što je najviše od 2007. Prosječna mjesečna bruto plaća u 2018. bila je veća od one u 2017., nominalno za 3,4% i realno za 1,7%, kako u javnom, tako i u privatnom sektoru (više u privatnom). Prema posljednjim podacima (4Q 2018.) stopa nezaposlenosti je iznosila 4%, što je najniža vrijednost tih podataka nakon 3Q 2009.

Izvor: SURS

### Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP po glavi stanovnika

Slovenski bruto domaći proizvod (BDP) je 2018. iznosio 43.000 milijuna eura te se realno povećao za 4,5%. Rast izvoza i uvoza je u 4Q 2018. bio umjereniji u odnosu na posljednje dvije godine, posebno u usporedbi s cijelom 2017. i prvom polovicom 2018.. Izvoz je porastao za 6,8% u odnosu na 4Q 2017., a uvoz za 6,6%. Doprinos vanjskotrgovinskog suficita na rast BDP-a je bio pozitivan; iznosio je 0,7 postotnih bodova. U 4Q 2018. domaća je potrošnja porasla za 3,7%, što je otprilike isto kao u 2Q 2018. U 1Q i 3Q 2018. je porast bio još izraženiji (više od 5%). Najvažnije komponente domaće potrošnje su krajnja potrošnja kućanstava i bruto investicije u osnovna sredstva. Konačna se potrošnja kućanstava povećala za 2,1% u 4Q 2018., što je izraženije povećanje u odnosu na prethodna dva kvartala. Bruto investicije u osnovna sredstva su se povećale za 8,2%, što je neznatno niži rast nego u prethodnim kvartalima 2018., kada je isti iznosio između 10% i 14%.

Vrijednost poljoprivredne proizvodnje je 10% viša nego u 2017.. Vrijednost biljne proizvodnje se povećala za 22%,

a cijene su bile niže u odnosu na prethodnu godinu (za 10%). Glavni je razlog veće vrijednosti biljne proizvodnje u 2018. u odnosu na 2017. znatno veća proizvodnja voća i grožđa te vina i žitarica, dok se vrijednost stočarske proizvodnje, zbog nižih cijena stoke i životinjskih proizvoda smanjila za 2%.

Izvor: SURS

### Postotak nezaposlenosti u 2018. godini u odnosu na stanje iz 2017. godine i procjena trenda

Broj zaposlenih u 2018. je bio 2,2% veći u odnosu na 2017. Stopa nezaposlenosti u 2018. je iznosila 5,1%, za 1,4 postotna boda manje nego u 2017. U 2018. se broj aktivnih stanovnika u Sloveniji povećao za 0,7% u odnosu na 2017., do razine od sveukupno 1.034.000 osoba. Od toga, zaposlenih je 981.000, a nezaposlenih 53.000. Među nezaposlenima je bilo 48% muškaraca i 52% žena. Zabilježeno je 724.000 neaktivnih stanovnika, ili 0,9% manje nego u 2017. Stopa anketno ustanovljene nezaposlenosti smanjuje se već petu godinu za redom.

Najviša stopa nezaposlenih zabilježena je među mladima od 15 do 29 godina, 9%, no u posljednjim godinama također se smanjuje. Najviše slobodnih radnih mjesta u 2018. je bilo u prerađivačkoj industriji, građevinarstvu i ugostiteljstvu.

Izvor: SURS

### Prosječna plaća (aktualni podaci)

Prosječna mjesečna bruto plaća za 2018. bila je veća od plaće za 2017., nominalno za 3,4%, a realno za 1,7%. Prosječna bruto plaća za prosinac 2018. iznosila je 1.772,12 eura i nominalno je bila niža za 1,7%, a realno za 1,1% od plaće za studeni 2018. Prosječna neto plaća za prosinac 2018. iznosila je 1.162,67 eura i bila je nominalno niža za 2%, a realno za 1,4% niža nego u studenom 2018.. U privatnom sektoru je prosječna mjesečna neto plaća za 2018. bila veća od plaće za 2017. za 3,5%, a u javnom sektoru za 2,6%.

Tabela 2. Bruto domaći proizvod, 2015.g. - 2018. g.

Godina	2015.	2016.	2017.	2018.
Tekuće cijene u mil. €	38.863	40.357	43.000	45.948
Realan rast u %	2,3	3,1	4,9	4,5

Prosječna mjesečna neto plaća za 2018. povećala se u svim područjima u odnosu na 2017.; najmanje se povećala u obrazovanju (za 0,7%), a najviše u rudarstvu (za 7,0%). Najveću prosječnu mjesečnu neto plaću su za to razdoblje primali zaposleni u sektoru opskrbe električnom energijom, plinom i parom (iznosila je 1.581,90 eura).

Prosječna mjesečna neto plaća za 2018. povećala se u odnosu na 2017. za sve statističke regije, što je najizraženije u Pomurskoj statističkoj regiji (za 3,5%). Viša od slovenskog prosjeka zabilježena je samo u Osrednjeslovenskoj statističkoj regiji (za 8,4%) i u statističkoj regiji Jugoistočna Slovenija (za 0,2%).

Izvor: SURS

**Tabela 3: Prosječne mjesečne plaće kod pravnih osoba, Slovenija**

	XII 2018.	Ø I-XII 2018.	Ø X-XII 2018.	XII 2018. XI 2018.	XII 2018. XII 2017.	Ø I-XII 2018. Ø I-XII 2017.
	u €			indeks		
<b>Bruto</b>	1.782,12	1.681,55	1.757,14	98,3	103,4	103,4
<b>Javni sektor</b>	2.072,77	1.946,03	1.999,59	104,2	104,0	103,0
<b>od toga državni sektor</b>	1.984,79	1.925,14	1.944,58	102,8	102,5	102,3
<b>Privatni sektor</b>	1.647,78	1.557,86	1.645,14	95,2	103,4	104,0
<b>Neto</b>	1.162,67	1.092,74	1.145,29	98,0	102,9	102,9
<b>Javni sektor</b>	1.337,07	1.253,64	1.288,73	104,2	103,5	102,6
<b>od toga državni sektor</b>	1.277,68	1.241,91	1.253,00	102,7	102,1	101,9
<b>Privatni sektor</b>	1.082,07	1.017,49	1.079,02	94,8	102,8	103,5

Izvor: SURS

### Stopa inflacije (aktualni podaci)

U godišnjoj usporedbi, cijene su u 2018. porasle za 1,4%, dok je prosječna godišnja inflacija iznosila 1,7% (u 2017. za rasle su 1,7%, odnosno 1,4%).

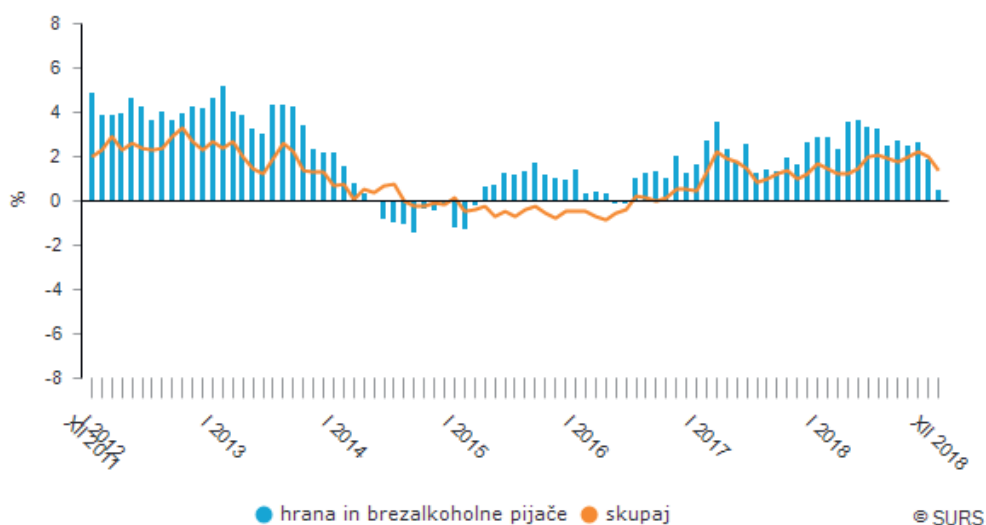
Godišnju inflaciju je uglavnom (ukupno za 0,5 postotnih bodova) pospješio rast cijena električne energije (za 3,3%), plina (za 4,3%), tekućih (za 10,4%) i krutih goriva (za 12 %) i toplinske energije (za 14,8%). Inflacija se

povećala za 0,2 postotnih bodova, zbog skupljih telefonskih usluga (za 3,8%) te skupljih aranžmana za godišnji odmor (7,3%). U godinu dana su se značajno povisile cijene bolničkih i ambulantnih usluga (za 7,0%, odnosno 5,2%), kao i stanarine (za 6,5%). S druge strane, ukupni rast cijena (za 0,2 postotna boda) su snizile niže cijene automobila (za 2,8%). Cijene usluga su za godinu dana porasle za 2,8%, a cijene roba za 0,7%. Cijene robe široke potrošnje su se povećale za 1,5%, dok su cijene trajnih i polutrajnih proizvoda snižene za 1,5%, odnosno 0,7%.

Tabela 4: Indeksi potrošačkih cijena, Slovenija 2018.

	XII 2018. XII 2017.	XII 2018. XI 2018.	I–XII2018. I–XII 2017.	XII 2018. Ø 2015.
<b>Ukupno</b>	101,4	99,4	101,7	103,46
01 Hrana i bezalkoholno piće	100,6	99,2	102,7	104,65
02 Alkoholno piće i duhan	100,4	99,5	101,8	103,77
03 Odjeća i obuća	100,3	98,3	99,2	104,03
04 Stanovi, voda, električna energija, plin i drugo gorivo	104,7	99,7	104,0	108,13
05 Kućanska oprema i tekuće održavanje stanova	100,9	100,3	100,8	101,90
06 Zdravstvo	101,3	100,0	101,3	102,73
07 Prijevoz	99,3	98,5	100,8	98,07
08 Komunikacije	103,3	101,8	100,3	105,55
09 Rekreacija i kultura	101,9	99,1	101,2	100,64
10 Obrazovanje	101,7	100,0	103,5	105,93
11 Restorani i hoteli	102,4	99,9	102,6	105,74
12 Razna roba i usluge	101,7	99,9	101,7	104,95
<b>Roba</b>	100,7	99,0	101,5	102,37
<b>Usluge</b>	103,0	100,4	102,2	105,82

Graf 1: Godišnje stope rasta potrošačkih cijena, Slovenija



Izvor: SURS

## Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

U 2018. Slovenija je izvezla 9,2% a uvezla 11,0% više robe nego u 2017.. U istom je razdoblju ostvarila suficit u vanjskoj trgovini, ali taj je iznos bio neznatno niži nego u 2017.. Cijene uvezenih proizvoda u 2018. su porasle za 1,7%. Cijene proizvoda unesenih iz zemalja eurozone porasle su za 1,1%, a cijene proizvoda uvezenih iz zemalja izvan eurozone za 2,5%. Od proizvoda koji se uvoze, u godinu dana su osjetno poskupile cijene sirove nafte i prirodnog plina (za 35,6%), dok su proizvodi u skupini „koža, kožni i srodni proizvodi“ pojeftinili (za 6,9%).

U vanjskoj trgovini u 2018. Slovenija je ostvarila više od pola ukupnog izvoza i uvoza s Njemačkom, Italijom, Hrvatskom, Austrijom i Francuskom. Te su zemlje u 2018.

bile i najvažniji trgovinski partneri Slovenije. Najvažniji proizvodi u ukupnom izvozu robe u 2018. su proizvodi iz skupina: cestovna vozila, medicinski i farmaceutski proizvodi i proizvodi iz skupine: električni strojevi, uređaji. U cjelokupnom uvozu skupina cestovnih vozila, a zatim slijede proizvodi iz skupine nafta i naftni derivati te električni strojevi, uređaji.

U ukupnoj vanjskoj trgovini je Slovenija u 2018. ostvarila suficit od 0,2 milijardi eura (pokrivenost uvoza izvozom je bila 100,8%), ali taj je suficit najniži do sada. Inače, u trgovini sa zemljama nečlanicama ove je godine, kao i niz godina zaredom, ostvarila suficit, dok je s državama članicama EU-a ostvarila deficit (ovo je bio drugi najniži od 2005., niži je bio samo u 2014.).

Izvor: SURS

Graf 2: Indeksi izvoza i uvoza (Ø 2017 =100), Slovenija



Izvor: SURS

## Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domaćino gospodarstvo

Zabilježeni gospodarski rast u 2018. bio je visok (4,5%), ali je zbog manjeg izvoza cjelokupni BDP bio niži u odnosu na 2017.. Rastu je najviše, čak i više nego prethodne godine, pridonijelo povećanje domaće potrošnje. Kao i prethodne godine, tome su najviše pridonijele znatno veće investicije u osnovna sredstva. Rast građevinskih investicija dodatno se pojačao zbog visokog rasta investicija države. S nastavkom povoljnih uvjeta, rast investicija u opremu i strojeve bio je i dalje visok, iako je potkraj godine blago usporio. Privatna i državna potrošnja su se neznatno povećale u odnosu na prethodnu godinu. Rast privatne potrošnje, potaknut neprekidnim visokim rastom zaposlenosti i povećanjem plaća te socijalnih tran-

sfera bio je umjeren zbog jačanja štednje. Rast izvoza i izvozno orijentiranog dijela gospodarstva prošle je godine počeo usporavati, što je uglavnom posljedica usporavanja rasta gospodarske aktivnosti kod trgovinskih partnera, a dijelom i prestanka jednokratnog učinka uvođenja proizvodnje novog modela osobnog automobila. Kao rezultat, gospodarski je rast bio niži nego u 2017. (4,9%), ali i dalje znatno iznad dugoročnog godišnjeg prosjeka i prosjeka u EU-u. Ministarstvo financija navodi da je skromni višak državnog sektora u 2017. (0,1% BDP) porastao na 0,8% BDP-a u 2018.. Daljnje poboljšanje je rezultat povoljnih ekonomskih kretanja, posebno na tržištu rada, uz koja se zabilježio rast prihoda od poreza i socijalnih doprinosa.

Izvor: umar.gov

## MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

### Prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) po segmentima (turistički, politički, sportski...)

Nakon problema s kojima su se uslijed gospodarske krize susreli svi mediji, a posebno tiskani, u 2017. klasični su mediji ponovno dobili na važnosti, uzmemo li u obzir da su televizija i radio te čak i tisak zabilježili rast prihoda. U 2018. je izmjereni opseg oglašavanja iznosio nešto više od milijarde eura, što znači da je ostao na približno istoj razini kao u 2017.. Još uvijek izrazito prevladava televizija (82% od ukupnog oglašavanja), na tisak otpada 8%, vanjsko oglašavanje 4%, slovenski digitalni mediji 3%, te radio 2% (uz napomenu da u mjerenje nisu uključene sve radio stanice).

Mediji su se zadnjih godina u krizi našli i zbog izrazito brzog razvoja digitalne tehnologije i promjena navika čitalačke javnosti, što je utjecalo na velike strukturne promijene, prilagođavanja te nove poslovne modele. Sve su to razlozi višegodišnjeg pada naklade, ponajviše tiskanih medija, koji su uz radio i televiziju glavni izvor kvalitetnih i kredibilnih informacija. U registar je trenutno upisanih 2.242 medija, među njima je najviše tiskanih medija, slijede elektronski, televizijski, te radijski.

Tabela 5: Bruto vrijednost oglašavanja u svim medijima, Slovenija, 2018.

Vrsta medija	2017. (u eur)	2018. (u eur)	Trend (u %)
Internet	35.421.771	36.251.415	2
Kino	208.489	276.736	33
Ostalo oglašavanje	1.201.180	1.479.072	23
Plakati	38.201.736	39.393.774	3
Radio	26.182.892	27.109.081	4
Televizije	904.108.947	897.163.846	-1
Tisak	82.635.122	81.946.509	-1
Ukupno	1.087.960.137	1.083.620.432	0

Izvor: Mediana IBO (MM, ožujak 2019.)

## TELEVIZIJSKE KUĆE

Unatoč sve većoj upotrebi interneta te činjenici da sve više ljudi sve češće prati video sadržaje preko interneta, televizija i dalje ima veoma bitnu ulogu kada je riječ o praćenju medijskog sadržaja. Danas je televizija u većini slučajeva dio paketne ponude telekomunikacijskih operatera koji svojim korisnicima televizijskog sadržaja nude pakete s fiksnom paletom televizijskih kanala, a preko digitalnih prijemnika omogućavaju i napredne funkcije kao što je npr. gledanje televizijskog sadržaja s vremenskim odmakom. Zato pod pojmom suvremene televizije smatramo klasičnu, linearnu televiziju, nelinearnu (video sadržaji na zahtjev), te Internet (sve na istoj platformi odnosno tamo gdje je gledatelj „još jučer“ očekivao samo klasičnu televiziju). 52% tržišnog udjela ima kabelaška televizija, slijedi IP-televizija sa 41%, satelitska televizija sa 5%, dok 1,6% otpada na televizijske priključke preko tehnologije MMDS. Mnogo domaćinstava zemaljski televizijski signal još uvijek prati preko sobne/ krovne antene. Televizijski signal preko sobne/ krovne antene tako za mnoge gledatelje ostaje bitan način praćenja televizije. U prosincu 2010. je u Sloveniji došlo do bitne promjene u načinu radiodifuzije, sa analogne se, naime, prešlo na digitalnu radiodifuziju.

Preko digitalne zemaljske platforme je na području čitave Slovenije moguće pratiti sljedeće programe:

- i-TV,
- Kanal A,
- TV Pink 3,
- POP TV,
- TV SLO 1,
- TV SLO 2,
- TV SLO 3.

Na određenim geografskim područjima i:

- RTS (istok),
- Tele M (istok),
- TV Kopar Capodistira (zapad),
- TV Primorka (zapad),
- Vaš kanal (centar).

## RADIO STANICE

U Sloveniji većina radijskih programa upotrebljava FM frekvencije, a samo 5 radijskih programa emitira na srednjem AM valu. Čitavo područje Slovenije, a time i cjelokupno stanovništvo pokrivaju tri radijska programa javne službe RTV Slovenije. To su Prvi program RTV, Val 202 i ARS. Najveću pokrivenost, kod regionalnih stanica, ima neprofitni program Radio Ognjišča. Veća područ-

ja Slovenije inače pokrivaju stanice koje su povezane u programske mreže. Trenutno na području Slovenije djeluje pet takvih programskih mreža: radijska mreža Radio 1, radijska mreža Radio Center, radijska mreža Radio Antena, radijska mreža Radio 94, te regionalna radijska mreža lokalnih radijskih programa Primorski val. Također, u Sloveniji trenutno posluje 6 lokalnih, 10 regionalnih, 1 studentski, te 2 neprofitna programa sa statusom radijskog programa od posebnog značaja.

## TISAK

Nakon višegodišnjeg pada naklada u tiskanom medijima, taj se trend u zadnje vrijeme zaustavlja, a naklade su već neko vrijeme stabilne. Istraživanja su pokazala da su od „ozbiljnih“ medija najčitaniji Delo, Dnevnik i Večer, dok na području dnevnih novina prednjače Slovenske novice, koje nude nešto „lakše štivo“. U zadnjih nekoliko godina na značenju dobiva i Svet24 koji je također „lakše štivo“, odnosno, cilja na manje zahtjevne čitatelje. Među čitanijima je i Nedeljski Dnevnik, dok je štajerski Večer nedavno sve svoje revije (Obrazi, Stop, ...) prodao medijskoj kući Media24. Mariborska je novinarska kuća u prošloj godini napravila veliki iskorak i na području digitalnog razvoja - razvila je regionalne stranice i ciljane portale kao npr. Seniorji namijenjen starijoj populaciji. Druga dva po veličini dnevna časopisa, ljubljanski Dnevnik i mariborski Večer su najavili spajanje. Iako se u praksi još uvijek pretpostavlja što će to značiti, stručnjaci taj potez ocjenjuju kao pozitivan i realan, s obzirom na stanje na medijskom tržištu. Smanjivanje troškova, spajanje marketinških odjela, ponuda zanimljivijih i većih paketa prema potencijalnim oglašivačima samo su dio plana.

## Internet

Po statističkim podacima SURS-a 1Q 2018. u Sloveniji se internetom koristilo 80% ljudi u skupini od 16-74 godine (u 2017. 79%). Svaki dan je internet upotrebljavalo 71% (u 2017. 68%), a 65% njih više puta na dan. Najviše redovnih korisnika interneta, njih 85% je do interneta dolazilo putem mobilnog ili pametnog telefona, 63% preko prijenosnog računala, 48% preko stacionarnog računala te 25% preko tableta. Za 40% redovitih korisnika interneta je činjenica da do interneta mogu doći kada god i gdje kod žele izrazito bitno, za 35% je bitno, za 17% njih niti nije toliko bitno, za 6% nije bitno, te za 2% uopće nije bitno.



## Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

### TELEVIZIJSKE KUĆE

Prema podacima istraživanja Medijske potrošnje za 2018. je upravo televizija među tradicionalnim medijima izgubila najviše korisnika, no unatoč tome ostaje najutjecajniji tradicionalni medij. Sve više ljudi gleda televiziju s vremenskim odmakom te istovremeno pretražuje svoj pametni telefon. Takvih je više od 70% gledatelja. Općenito, raste istovremeno praćenje više medija odjednom. Populacija Z, dakle mladi do 22 godine televiziji i dalje ne posvećuju mnogo pažnje, te u zadnjih pet godina gledanje televizije u toj ciljnoj skupini opada. U skupini od 30 godina na više televizija je iznimno važan medij.

Novosti na tehnološkom području, što prije svega kod televizije znači da gledanje ne mora nužno značiti sjedenje pred televizijom, zahtijevaju mnogo prilagođavanja. Prije svega tu mislimo na klasično televizijsko oglašavanje koje se polako, ali sigurno smanjuje. Kod ne klasičnog, odnosno, nelinearnog načina gledanja televizije oglasne blokove jednostavno preskočimo, što je direktno povezano s televizijskim financiranjem.

Televizijsko oglašavanje polako postaje „zastarjela“ kategorija na koju ćemo u budućnosti morati početi gledati kao na samo jedan oblik video oglašavanja (koji pri tom sve više odumire), a tome će se morati prilagoditi i oglašivači i korisnici. Financial Times je tako zaključio da je „30-sekundni oglas proživio svojih 5 minuta slave“, s obzirom da su sve manje konkurentan oglasima na socijalnim mrežama, tražilicama i sličnim video platformama (Facebook i Instagram, YouTube, Google, ...) (Bond, 2017). Najveću konkurenciju današnjim televizijskim kućama više ne predstavljaju druge televizijske kuće, već tehnološke tvrtke koje u Sloveniji, primjerice, uopće nisu registrirane kao „mediji“, iako diktiraju digitalni razvoj i digitalnu ekonomiju te s njom povezano digitalno oglašavanje – od tradicionalnih medija preuzimaju sredstva namijenjena oglašavanju, smanjuju njihovu ekonomsku moć i mogućnost kreiranja sadržaja, dok su sami izuzeti iz medijskih zakona (recimo pitanje kvota), te direktno diktiraju cijene oglašavanja. Ključne tvrtke poput Facebooka, Amazona, Applea, Netflix i Googlea svojim lokalnim i globalnim djelovanjem najviše determiniraju razvoj slovenskog medijskog prostora. Navedeno znači da će televizijske kuće morati pronaći druge alternativne oblike poslovnih modela kako bi preživjele na tržištu.

Najgledaniji televizijski program bio je Pop TV koji je u ožujku 2018. imao 1.087 milijuna gledatelja odnosno 68,5% populacije između 15 i 75 godina. Slijede Kanal A (862.500), Planet TV (696.300), TV Slovenija 1 (632.700), TV Slovenija 2 (482.200), National Geographic (400.800), KINO (373.900), Discovery (330.400), Fox Crime (265.200) i Animal Planet (242.800).

Pop TV je također najviše puta bio prvi izbor gledatelja, točnije: najčešće ga je gledalo 510.800 gledatelja.. Slijede TV Slovenija 1 (183.400), Planet TV (102.300), Kanal A (78.600), TV Slovenija (57.500), Fox Crime (54.000), Discovery (53.400), Sportklub 1-6 (37.700), Fox (36.900) i National Geographic (35.600).

### Ostvareni prometi televizijskih kuća u Sloveniji

U 2018. se na svih 26 televizijskih programa (po istraživanju Mediane IBO) ukupno emitiralo 3.149.096 oglasa, što u prosjeku znači 8.628 oglasa na dan. Drugim riječima, na svim programima se ukupno emitiralo više od 58 milijuna oglasnih sekunda, što znači da bi sve oglase mogli gledati čak 45 sati na dan. U usporedbi sa 2017. to znači dnevni porast od +7 objava/+30 min više prikazanih oglasa. Ukoliko te objave pretvorimo u cijene iz službenih cjenika, tada dobijemo bruto vrijednost oglašavanja koja je u 2018. za nešto manje od 1% niža u odnosu na 2017.. U televizijskom oglašivačkom miljeu u Sloveniji je s 50% udjela na vodećem mjestu medijska kuća ProPlus. Njen vodeći program Pop TV bilježi za 8% nižu bruto vrijednost oglašavanja, no unatoč tome s gotovo trećinom udjela ostaje vodeći televizijski program. Program nastavlja s provjerenom formulom uspješnih emisija te su njihovi prepoznati produkti i dalje vlastite produkcijske emisije i inovativni formati.

S 23% udjela bruto televizijskog oglašavanja slijedi konkurentski program Planet TV, koji također nastavlja s različitim *reality* programima. Nastavno na spomenuto, oni nastavljaju s produkcijom vlastitog informativnog programa, a tu su i sportski prijenosi.

Na trećem mjestu nalazi se Kanal A, s istaknutim dijelom programa koji se odnosi na sportske prijenose UEFI i Moto GP. Unatoč tome što Kanala A bilježi pad bruto vrijednosti oglašavanja, navedena tri programa čine skoro 70% „televizijskog kolača“.

S 5% udjela slijede TV3 i Brio (tematski program u vlasništvu Pro Plusa) koji su u prošloj godini zabilježili 40% bruto rasta vrijednosti oglašavanja. Na 6. mjestu nalazi se još jedan tematski program Pro Plusa - Kino, kod ko-

jega također govorimo o povećanom opsegu oglašavanja. Slijede prvi i drugi program nacionalne televizije, koji se zbog svoje prirode i programske osnove ne natječu za rejtinge – no unatoč tome i kod njih bilježimo porast bruto oglašavanja. On je veći kod drugog programa, ponajviše zahvaljujući prijenosu bitnih utakmica, olimpijskih igara i svjetskog nogometnog prvenstva.

Na televiziji su najveći oglašivači Spar Slovenije, Ferrero, Lidl Slovenija, Mercator, P&G, Telekom Slovenije, Engrotuš i Hofer.

## TISAK

### Naklade i doseg

Prema rezultatima istraživanja čitanosti i čitatelja (RBB) u izvedbi Valicon, koje obuhvaća tiskana izdanja Dela, Dnevnika, Večer grupe, Finance, Mladinsku knjigu, Auto medije, Gorenjski glas i Mladinu (razdoblje ožujak 2018.) najveći doseg ima Nedeljski dnevnik koji je u spomenutom razdoblju dosegao 309.000 čitatelja odnosno 19,5% populacije između 15 i 75 godina. Slijede prilozi Ona, Delo in dom, Vikend (sve Delo i Slovenske novice) te Moj dom (Dnevnik i Nedeljski dnevnik) sa dosegom od 227.200 i 196.500 čitatelja. Na 6. mjestu se nalazi dnevnik Slovenske novice sa 186.700 čitatelja, odnosno, 19,5% populacije između 15 i 75 godina. Među ostalim dnevnim novinama uključenim u istraživanje najčitanije je bilo Delo (153.900 čitatelja), slijede Dnevnik i Večer (po 107.900 čitatelja svaki) te financijski dnevni časopis Finance (80.900 čitatelja). U istraživanje nisu bile uključene edicije iz skupine Media24 među kojima se nalaze dnevne novine Svet24, EkipaSN te tjednik Reporter.

Podaci o nakladama iz istog istraživanja nisu bili dostupni, no prema podacima iz godišnjeg izvještaja grupe Dnevnik za 2017., koje se poziva na istraživanje unutar Slovenske oglašivačke zbornice (revidirane prodane naklade), u to su vrijeme Slovenske novice imale najveću nakladu u visini 54.130 primjeraka (odnosno -7% u odnosu na 2016.), a potom slijedi Delo sa 27.252 primjerka (-6%), Dnevnik 21.384 (-3%), Večer 20.151 (-5%) i Finance 6.115 primjeraka (-8%). Među tjednicima prednjači Nedeljski dnevnik (81.070), Družina (26.094) i Nedelo (22.468). Prilozi s najvećim distribuiranim nakladama su Vikend, Pilot i Ona.

Najčitaniji dnevni časopis su Slovenske novice, s nakladom od 54.130 primjeraka. Nedeljsko izdanje izlazi pod imenom Nedeljske novice, a sastavni prilozi toga

časopisa su: Priloge Plus 50, Ona, Delo in dom i Vikend. Drugi po nakladi i čitanost, najveći slovenski časopis ozbiljnijeg sadržaja je Delo, s nakladom 27.252 primjerka. Revijalni prilozi Dela su Sobotna priloga (opća tematika), Ona (za žensku publiku), Delo in dom, Odprta kuhinja, Plus 50, Vikend, Znanost, Na kolesih, Trip, Panorama i Kult. Nedjeljno izdanje Dela izlazi pod imenom Nedelo (naklada: 25.354). Najnovije izdanje Dela je poslovni časopis koji izlazi na tjednoj bazi - Svet kapitala (naklada 31.678). Jedini dnevni poslovni časopis u Sloveniji su Finance (naklada: oko 9.000). Treće po redu su dnevne novine Dnevnik, s nakladom od 21.384 primjerka. Najpoznatije tjedno izdanje te medijske kuće je Nedeljski dnevnik koji izlazi srijedom te je sa svojih 93.600 pretplatnika najčitaniji tjednik u Sloveniji. Ostali prilozi tog dnevnog časopisa su Nika (izlazi svaku drugu srijedu u Dnevniku i Nedeljskom dnevniku), Moj dom, Pilot, Objektiv (svaku subotu), Oddih (turistički prilog sa nakladom od 47.000 primjeraka). Večer su dnevne novine koje su najzanimljivije za područje Maribora i okolice, s prosječnom nakladom od oko 21.000 primjeraka. Nedjeljno izdanje izlazi pod imenom Večer v nedeljo, s nakladom od 22.600 primjeraka. Primorske novice su glavne dnevne novine na području Primorske regije, s nakladom od 20.000 primjeraka, a 7. val njihov je subotnji prilog.

Grupacija Media24 obuhvaća nekoliko bitnih edicija - dnevne novine Svet24 (naklada 48.000), sportske dnevne novine koje su objedinile slovenske Ekipe i hrvatske Sportske novosti pod nazivom Ekipe SN - sportski dnevnik (22.000), mali oglasnik Salomonov oglasnik (10.000), Dolenjski list (11.000), radio Aktual (po slušanosti trenutno najbolji u Sloveniji) te zabavne časopise: Zvezde (54.000), Zarja (41.000), Avenija (15.000), Maja (25.000) i Naša ženska (12.000). Zanimljivo je da su tijekom godine u svoj portfelj dodali edicije koje su kupile od grupe Večer. Radi se o revijama: Stop spored (48.000), Obrazi (11.600), Naš dom (9.700), Science Illustrated (5.000) i Kih (10.000).

Sljedeća velika grupacija različitih medija je Adriamedia koja obuhvaća: Story (10.500), Elle (6.000) i Cosmopolitan (13.000). Časopisi koji se bave gastro i eno tematikom su sljedeći: Dober tek s nakladom od 9.200, Pet zvezdic sa nakladom od 5.500, Dolce Vita sa 4.000 primjeraka. Časopisi sa isključivo turističkom tematikom su: Fokusplus (26.000), Horizont (7.000), Potovanja in stil (8.000) te Potovanja v dvoje (10.000). Časopisi koji se bave tematikom aktivnog načina provođenja slobodnog vremena: Bicikelj (5.000), Tekač (5.000), Sokol (2.500), Val Navtika (6.400) i Navtika plus (7.500).

## Ostvareni promet tiskanih medija

Ukupna bruto vrijednost oglašavanja u tiskanim medijima iznosi nešto manje od 90 milijuna eura, odnosno, nešto manje od 82 milijuna eura izuzmemo li internetsko oglašavanje, što je 1% manje nego godinu ranije. Ako izvršimo mjerenje prema broju objava, sveukupno je objavljeno 59.063 oglasa, odnosno, 162 objave dnevno. Među medijskim kućama koji izdaju tiskane medije na prvom je mjestu MK Delo, zatim Media24, Večer, Dnevnik i Adria Media Ljubljana. Još uvijek se čeka na lani najavljeno povezivanje medijskih kuća Dnevnik i Večer. Suglasnost Ministarstva za kulturu već su dobili, još se čeka na odluku Javne agencije za zaštitu konkurencije.

Medijska potrošnja se izrazito mijenja, što najbolje osjete upravo tiskani mediji koji se moraju prilagođavati novim zahtjevima i promjenama tržišta te slijedom istih postati multimedijske kuće koje svoje sadržaje mogu prodavati preko različitih platformi.

Tisak je još uvijek najzanimljiviji za trgovce, automobilsku industriju i farmaceutsku industriju. Tiskane medije dijelimo na dnevne novine, revije, časopise i tematske priloge. U bruto oglašivačkom udjelu 1/3 otpada na dnevne novine, gdje bilježimo povećanje bruto vrijed-

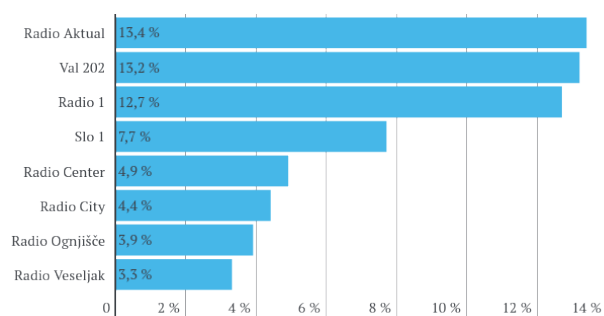
nosti prihoda od 32% a potom slijede revije, dok se 19% odnosi na tematske priloge. Sa 12% udjela slijede časopisi, što su podaci podjednaki onima od godinu ranije.

## RADIO

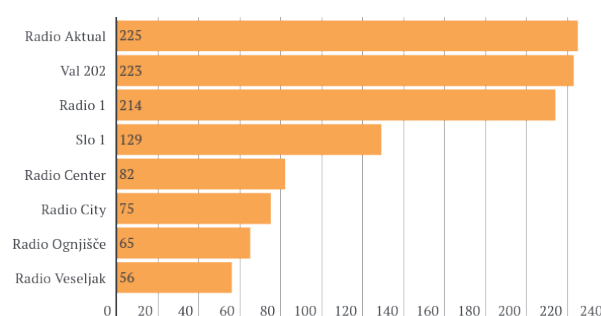
### Ostvareni prometi radijskih mreža:

Istraživanje realiziranog prometa izvršeno je kroz analizu sljedećih radio stanica na nacionalnoj razini: Radio 1, Radio Antena, Radio Center, Radio Prvi i Val 202. U ukupnom udjelu oglašivača, tih pet radio stanica predstavlja promet u visini 2%. Ukupno je na navedenih pet stanica u 2018. bilo emitirano 7,5 milijuna oglasnih sekundi, što znači da bi sve oglase ukupno na dan slušali 6 sati, odnosno, govorimo o 1.363 objava na dan. Te bi brojke naravno bile i znatno više ukoliko bismo u istraživanje uključili i druge radio stanice te radio stanice regionalnog i lokalnog značaja. Na području Slovenije takvih je 50-tak, izuzmemo li one internetske. Od radija se kao medija sve češće zahtjeva multimedijски pristup u utrci za pridobivanjem slušatelja te posljedično oglašivača. Aplikacije, video produkcija i socijalne mreže suvremeni su pristupi i kanali kojima se nužno moraju služiti u radiju 21. stoljeća.

### DOSEG (%)



### DOSEG (1.000)



Izvor: Radiometrija Media Pool, veljača 2018, Slovenija, sve demografske skupine

## ELEKTRONSKI MEDIJI

Prema podacima istraživanja Mjerenje posjećenosti internetskih stranica (MOSS) za 2018. vidljivo je da slovenske internetske stranice u prosjeku posjećuje 1.332.202 odnosno 79% korisnika, koji na internetu prosječno provode 5 sati i 17 minuta mjesečno. Najviše korisnika je staro od 25 do 49 godina. Najposjećenija stranica i dalje ostaje 24ur.com.

**Tabela 6: Prikaz internetskih stranica po posjećenosti, podaci za srpanj 2019.g.**

	PORTAL	DOSEG	DOSEG (%)	TREND
1	24ur.com	738.819	55,60%	-4,50%
2	siol.net	632.674	47,60%	-3,30%
3	zurnal24.si	631.123	47,50%	-1,50%
4	slovenskenovice.si	604.821	45,50%	-0,90%
5	svet24.si	541.374	40,80%	4,20%
6	rtvslo.si	490.380	36,90%	-7,70%
7	delo.si	460.452	34,70%	-1,10%
8	bolha.com	397.535	29,90%	2,10%
9	Med.Over.Net	371.874	28,00%	2,10%
10	vecer.com	336.032	25,30%	2,60%
11	najdi.si	272.804	20,50%	-3,40%
12	dnevnik.si	267.235	20,10%	2,40%
13	zadovoljna.si	250.325	18,90%	-12,70%
14	bizi.si	230.692	17,40%	-1,80%
15	radio1.si	224.615	16,90%	-3,10%
16	okusno.je	223.777	16,90%	-0,70%
17	itis.si	215.892	16,30%	-0,90%
18	cosmopolitan.si	210.993	15,90%	-19,40%
19	bibaleze.si	185.397	14,00%	1,10%
20	govori.se	178.480	13,40%	7,60%
21	vizita.si	171.872	12,90%	6,80%
22	maribor24.si	168.476	12,70%	8,10%
23	aktivni.si	162.860	12,30%	-1,50%
24	moskismet.com	159.154	12,00%	-4,10%
25	hudo.com	154.581	11,60%	7,50%
26	reporter.si	151.628	11,40%	5,10%
27	nadlani.si	147.209	11,10%	23,30%
28	sensa.si	146.547	11,00%	8,50%

**Tabela 6: Prikaz internetnih stranica po posjećenosti, podaci za srpanj 2019.g.**

	PORTAL	DOSEG	DOSEG (%)	TREND
29	cekin.si	135.511	10,20%	11,60%
30	finance.si	124.091	9,30%	7,30%
31	dominvrt.si	123.761	9,30%	8,10%
32	primorske.si	119.834	9,00%	8,00%
33	citymagazine.si	106.916	8,10%	-5,10%
34	mariborinfo.com	96.001	7,20%	11,60%
35	elle.si	90.563	6,80%	5,40%
36	slo-zeleznice.si	79.990	6,00%	-0,20%
37	mojedelo.com	78.702	5,90%	-32,60%
38	nogomania.com	76.192	5,70%	-4,50%
39	sobotainfo.com	71.623	5,40%	1,60%
40	voyo.si	64.399	4,80%	0,50%
41	ringaraja.net	52.969	4,00%	-15,50%
42	mladina.si	51.525	3,90%	-9,50%
43	planet-lepote.com	45.119	3,40%	2,50%
44	avto-magazin.si	44.196	3,30%	-11,10%
45	vestnik.si	43.222	3,30%	0,10%
46	tochnoto.si	41.262	3,10%	28,50%
47	dolenjskilist.si	38.672	2,90%	-4,30%
48	avtomobilizem.com	33.116	2,50%	9,10%
49	last-minute.si	27.165	2,00%	33,70%
50	dijaski.net	26.545	2,00%	-58,50%

Izvor: MOSS (<http://www.moss-soz.si/si/novice/>)

## Društvene mreže

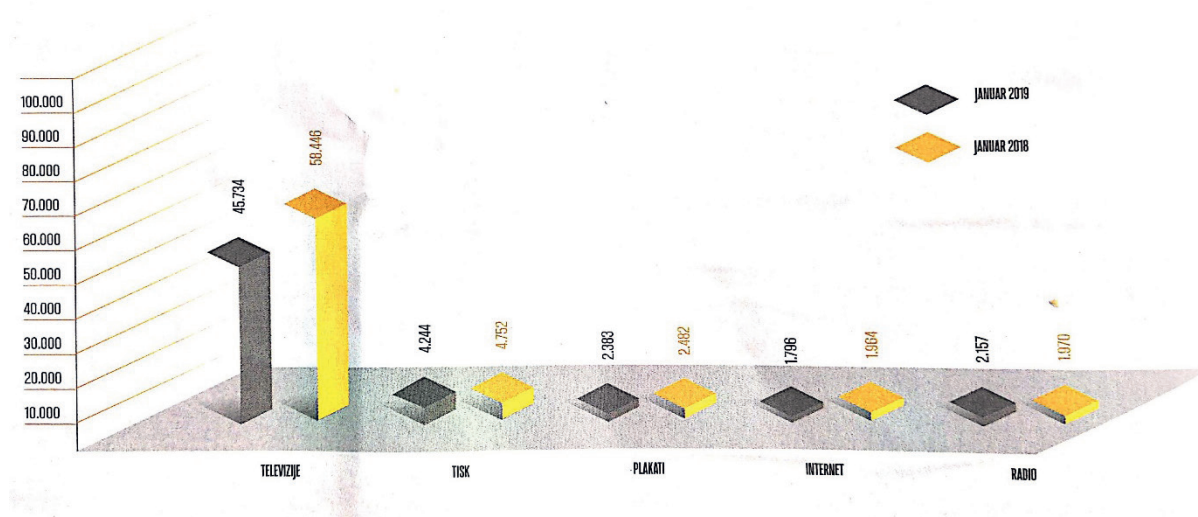
Facebook je prošle godine proslavio svoj 14. rođendan, a njegovim starenjem stare i prosječni korisnici. Facebook je sve manje zanimljiv za one mlađe od 25. godina – broj korisnika u toj starosnoj skupini izrazito opada. Istovremeno, Facebook postaje zanimljiv starijima od 55 godina (po nekim istraživanjima samo u 2018. se Facebooku pridružilo 0,5 milijuna ljudi starijih od 55 godina). Mladi se istovremeno sele na neke druge mreže poput Instagrama, Twittera i Snapchata.

Unatoč sve većem trendu migracije korisnika, facebook zasada ostaje najomiljenija socijalna mreža. Analitičari najavljuju da se očekuje da će broj korisnika između 25. i 44. godine starosti ostati nepromijenjen, dok će rasti broj korisnika starijih od 55. godine.

## OGLAŠAVANJE U MEDIJIMA

Iz niže navedene tablice vidljivo je kako još uvijek najveći dio oglašavanja otpada na televiziju, a slijede tisak, vanjsko oglašavanje/OOH/DOOH, Internet te radio.

Graf 4: Oglašavanje po vrsti medija (u '000), ožujak 2018./2019.g.



Izvor: Marketing magazin, ožujak 2019.

Tabela 7: Tiskani mediji po segmentima

DNEVNI	općenito	poslovni	turizam	aktivni
Delo	+	+		
Dnevnik	+	+		
Večer	+	+		
Svet 24	+	+		
Slovenske novice	+	+		
Primorske novice	+	+		
<b>TJEDNI</b>				
Dolenjski list	+	+		
Nedeljske novice	+	+		
Nedeljski dnevnik	+	+		
Nedelo	+	+		
Večer v Nedeljo	+	+		
Mladina	+	+		
Global	+	+		
<b>MJESEČNI</b>				
Fokusplus			+	+
Dober tek			+	
Moje zdravje			+	+
City Life			+	+
City magazine			+	+
Potovanja v dvoje			+	+
Slovenian Traveller			+	+
Horizont			+	+
Ljubljana Exclusive			+	
Val navtika			+	+
Navtika plus			+	+
Sokol			+	+
Tekač			+	+
Bicikelj			+	+

Tabela 15: Portali po segmentima

PORTALI	općenito	poslovni	turizam	aktivni
24ur.com	+	+		
siol.net	+	+		
medover.net			+	+
zadovoljna.si			+	+
okusno.je			+	
avtokampi.si		+	+	+
vandraj.si			+	+
skolesomnapoti.si			+	+
aktivni.si			+	+
bicikel.com			+	+
siol.net	+	+		
dnevnik.si	+	+		
delo.si	+	+		
rtvslo.si	+	+		
radio1.si	+		+	



## PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

### Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2018. otputovali na odmor (% ukupnog broja stanovnika)

U 2018. Slovenci su realizirali više od 4,5 milijuna (4.575.000) privatnih putovanja, što je 7% više u odnosu na 2017. (4.288.000). Na više od polovice tih putovanja Slovenci su otputovali u inozemstvo. Najposjećenija država na privatnim putovanjima bila je Hrvatska.

U 2018. na barem jedno privatno putovanje uputilo se oko 1.222.000 ili 69% stanovnika Slovenije u dobi od 15 i više godina, što je 3% više u odnosu na 2017.. U 2018. je na jedno ili više putovanja (poslovnih ili privatnih) otputovalo 2.869.000 Slovenaca. Ukupan broj svih privatnih putovanja u 2018. iznosio je 4.461.000. Na najmanje jedno duže putovanje (barem 4 noćenja) je otputovalo 1.468.000 Slovenaca.

Najviše privatnih putovanja bilo je realizirano u 3Q (lipanj, srpanj, kolovoz). U 2018. realizirano je također oko 1.739.000 privatnih jednodnevnih izleta te oko 302.000 jednodnevnih poslovnih izleta u inozemstvo.

Izvor: SURS

### Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji

U 2018. je bilo realizirano 4.575.000 privatnih putovanja. Od ukupnog broja privatnih putovanja 41% je realizirano u Sloveniji, a 59% u inozemstvu. Najposjećenija država na privatnim putovanjima u inozemstvo bila je Hrvatska (61%), zatim slijede Italija (7%), Austrija (6%) i Bosna i Hercegovina (5%).

Privatno putovanje je u prosjeku trajalo 4,5 noćenja (2,7 noćenja u Sloveniji i 5,8 noći u inozemstvu). Prosječni dnevni izdaci su na takvim putovanjima iznosili oko 50 eura po turistu (40 eura u Sloveniji i 53 eura u inozemstvu). Turist koji je boravio u hotelu ili sličnom objektu je dnevno potrošio najviše novca (90 eura; u Sloveniji 67 eura, u inozemstvu 100 eura), a najmanje je potrošio turist koji je boravio u vlastitom smještaju (18 eura; u Sloveniji 18 eura, u inozemstvu 19 eura).

Četiri petine svih poslovnih putovanja je realizirano u inozemstvu. Stanovnici Slovenije stariji od 15 godina su prošle godine otišli na oko 616.000 poslovnih (ili studijskih) putovanja. Od ukupnog broja poslovnih putovanja 20% je realizirano u Sloveniji, a 80% u inozemstvu. Poslovna putovanja su u prosjeku trajala 3,3 noćenja (u Sloveniji 2,2 noćenja i 3,6 noćenja u inozemstvu), dok je prosječni dnevni trošak po turistu na takvim putovanjima iznosio oko 181 eura (u Sloveniji 129 eura i 189 eura u inozemstvu).

Izvor: SURS

Prema SURS-u 2018., niti jedno putovanje nije realizirala 541.000 Slovenaca. Glavni su razlozi bili financije (218.000) te loše zdravlje (214.000). Broj Slovenaca koji su rekli da nisu osjećali potrebu da putuju iznosi 113.000 – više muškaraca (64.000) nego žena (50.000). Zbog nedostatka slobodnog vremena i poslovnih obaveza 115.000 Slovenaca nije otišlo na putovanje – 75.000 muškaraca i 40.000 žena, zbog nedostatka vremena s obzirom na obiteljske obaveze – 15.000 muškaraca i 31.000 žena.

Tabela 8: Ukupan broj Slovenaca koji su u 2018.g. otputovali na odmor (u 000)

	2017	Indeks 2018/2017
Otputovali na turističko putovanja privatno i/ili poslovno	2.869	115,2
Otputovali na privatno putovanje	2.461	106
Otputovali na poslovno putovanje	408	115,9

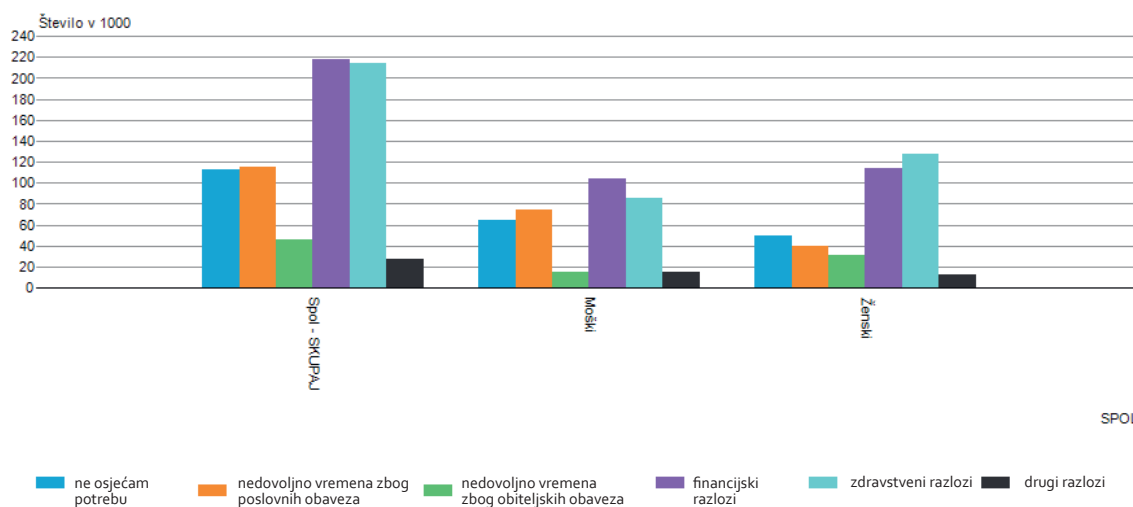
Izvor: SURS

**Tabela 9: Broj turističkih putovanja Slovenaca, 2018.g. (u 000)**

	2018.	Indeks 2018/2017
Slovenija	2.003	110,5
Inozemstvo	3.189	105,8

Izvor: SURS

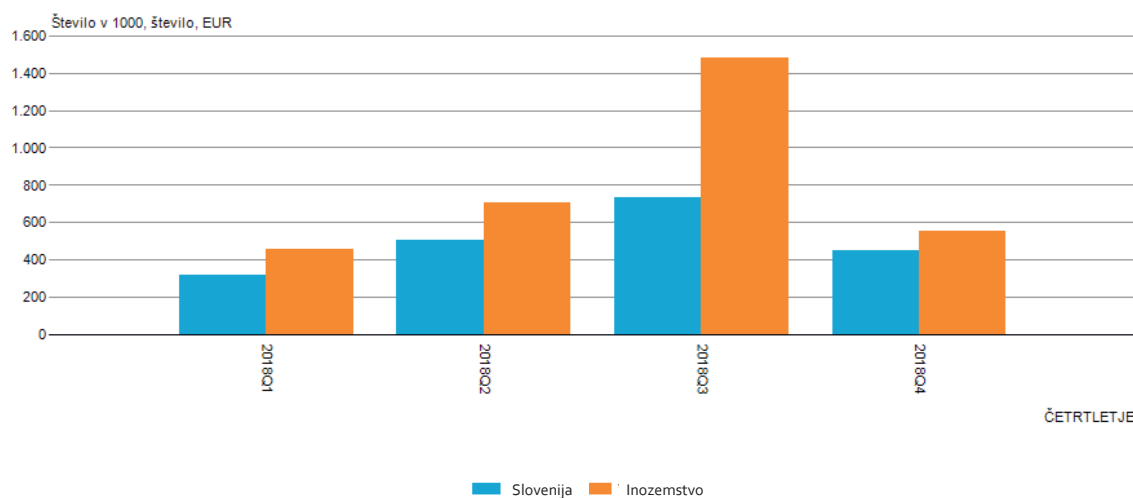
**Graf 5: Razlozi, zbog kojih Slovenci nisu otišli na putovanje raspoređeni po spolu (u '000), 2018.**



SPOL

Vir: Statistični urad Republike Slovenije

**Graf 6: Broj turističkih putovanja Slovenaca, kvartalno, 2018. (u 000)**

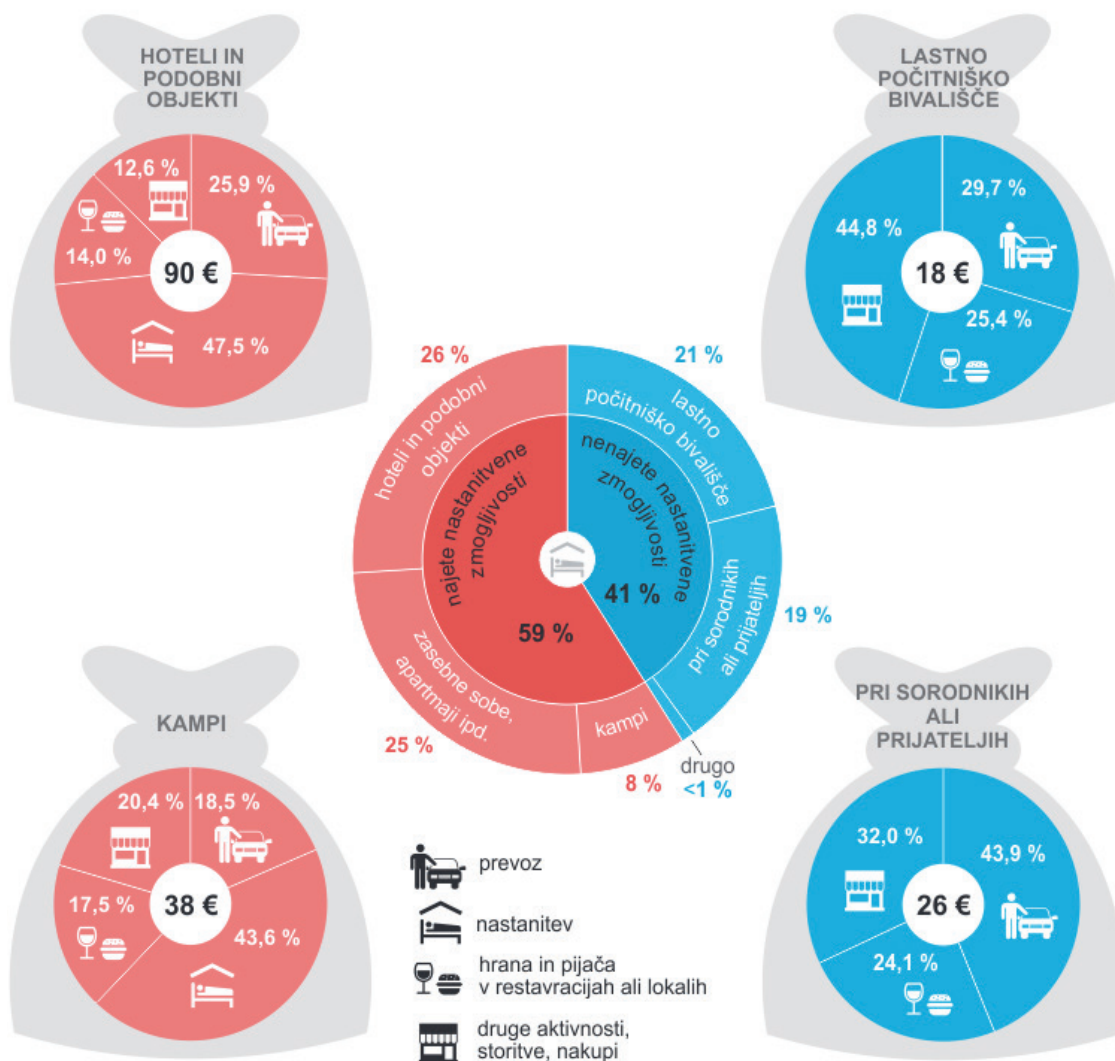


ČETRTLETJE

Izvor: SURS

Vir: Statistični urad Republike Slovenije

Graf 7: Privatna turistička putovanja po glavnim vrstama smještaja, Slovenija 2018.g.



Nekateri seštevki se zaradi zaokroževanja ne ujemajo.  
Vir: SURS

Izvor: SURS

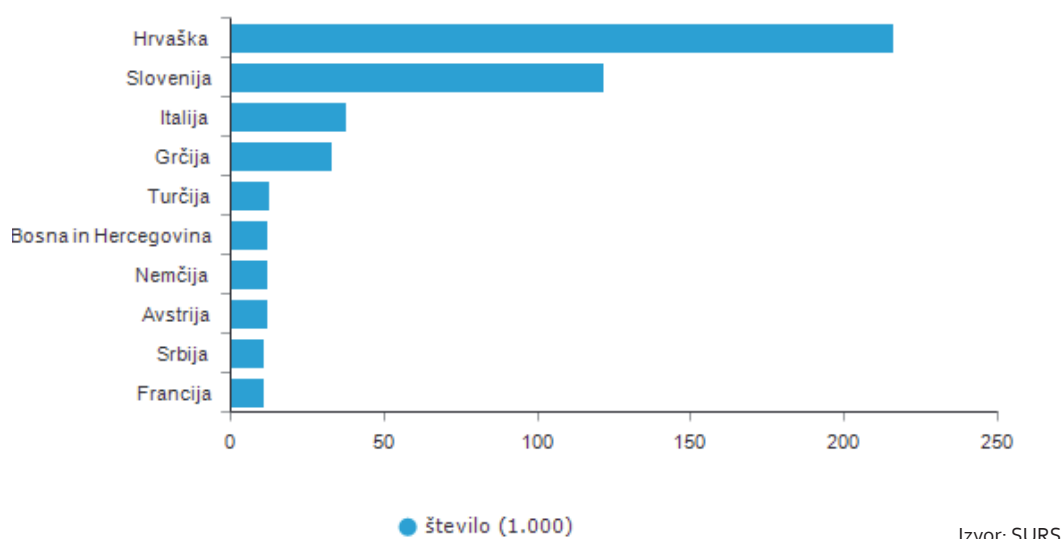
## Redoslijed omiljenih destinacija – promjene u redoslijedu u odnosu na prethodnu godinu

Prema podacima iz SURS-a, u 2018. najviše se slovenskih turista odlučilo za Hrvatsku (61%). Slijedile su Italija (7%), Austrija (6%) te Bosna i Hercegovina (5%).

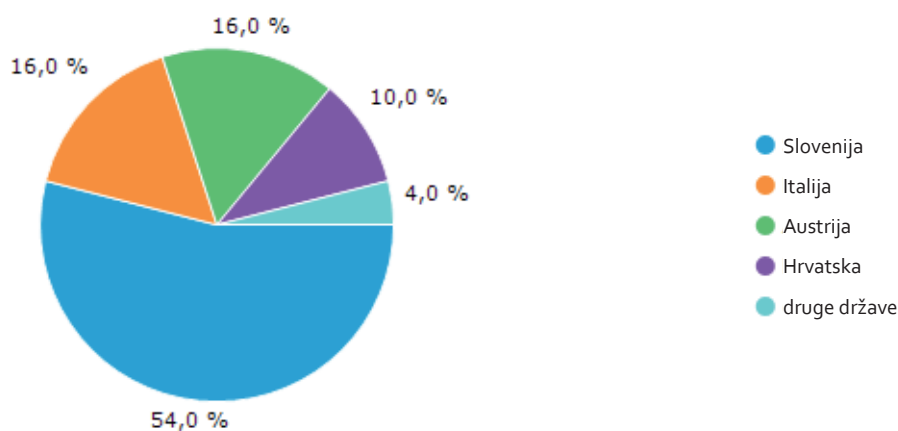
Prema podacima putničkih agencija, najviše je organiziranih putovanja zabilježeno u Hrvatskoj, nakon čega slijede Slovenija, Italija, Grčka, Turska te Bosna i Hercegovina.

Trenutno, podaci za 2018. za putničke agencije još nisu dostupni na Statističnom uradu Republike Slovenije, zadnji dostupni podaci su iz 2017.

**Graf 8: Redoslijed omiljenih destinacija, 2017.**



**Graf 9: Omiljene destinacije na jednodnevnim izletima, 2017.**



## Omjer između organiziranog i individualnog prometa za omiljene destinacije

Slovenski turisti, u većini (preko 80%), svoja privatna putovanja organiziraju bez pomoći turističke agencije. U 2017. su slovenske putničke agencije organizirale privatna putovanja za oko 600.000 Slovenaca s najmanje jednim noćenjem, od kojih je 122.000 noćilo u Sloveniji, 478.000 u inozemstvu. U 2017. su slovenske putničke agencije također organizirale jednodnevne izlete za 248.000 Slovenaca, od čega je 133.000 putovalo u Sloveniji, 116.000 u inozemstvu.

## Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja / gostiju

Glavne prednosti naših turističkih destinacija, s gledišta slovenskog gosta, su poznavanje jezika i kulture, bogata gastronomija, enologija, prirodne ljepote i razvedenost obale te dobra mogućnost za prilagodbu smještajnih segmenata (raznovrsnost ponude u smještajnim kapacitetima). Među prednosti svakako možemo ubrojiti i koncentraciju različite ponude na relativno malom prostoru te povezanost ponude s domaćim ponuđačima proizvoda i usluga.

Upravo iz gore navedenih razloga, Slovenija za Hrvatsku predstavljaju izuzetno važno, stabilno tržište na koje se Hrvatska može osloniti. Jedan od nedostataka proizlazi iz osjećaja manjeg angažmana domaćina u odnosu na

ostale strane goste (nekako se podrazumijeva da Slovenci uvijek dolaze te da su „naši“, uz očekivanja da će imati puno razumijevanja ako se njima ne pristupi na isti način kao njemačkom, britanskom ili austrijskom gostu). Jedan od bitnijih nedostataka, koji se sve češće spominje, je podizanje cijena smještaja, cestarina te cijene u restoranima.

Turoperatori uvijek očekuju veću fleksibilnost hotelijera i spremnost na akcijske popuste te bolje uvjete. Nezadovoljstvo također proizlazi i iz činjenice, da se vrše rana stopiranja prodaje sa strane hrvatskih hotelijera koji se u slučajevima praznih kapaciteta u vrijeme visoke sezone okreću tim istim turoperatorima. Također, navode prisustvo hotelijera na tržištu s nižim cijenama od onih koje su dogovarali u vrijeme *first minute* prodaje od 31. 1. do 31. 3., što pridonosi valu nezadovoljstva kod gostiju koji su bukirali u to vrijeme, odnosno, na početku godine. Navode da imaju više primjera da hotelske kuće u direktnim rezervacijama daju nerealne popuste, odnosno, prodaju po neto agencijskim cijenama što je za agencije apsolutno neodrživo.

## Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

U 87% slučajeva slovenski turisti putovali su osobnim motornim vozilom (4.392.000 putovanja). Slijede zrakoplov (6%, odnosno 427.000 putovanja) te autobus (5%, odnosno 288.000 putovanja).

Tabela 10: Udio turističkih putovanja u inozemstvo u 2017. i 2018. po vrsti prijevoznog sredstva

	Udio u putovanjima 2017. (%)	Udio u putovanjima 2018. (%)
Osobno cestovno motorno vozilo	88	87
Autobus	5	5
Avion	5	6

Izvor: SURS

### Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor (odlazak u agencije, internet, ...)

Slovenski gosti su prije svega individualci. Privatna putovanja koja realiziraju putem turističke agencije većinom su paket aranžmani, ili se bukiraju samo usluge smještaja. Internet koriste prije svega kao izvor informacija te prilikom organiziranja dužih putovanja u inozemstvo.

### Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Slovenski turisti su na putovanjima u inozemstvo u 2018. najviše noćenja ostvarila u objektima za najam 32,7%, zatim u hotelima i sličnim objektima 28%, pa u kampovima 11,5%. U 15,9% slučajeva slovenski turisti su na svojim putovanjima u inozemstvo bili smješteni kod obitelji i prijatelja te u 11,9% slučajeva u vlastitim kućama za odmor.

**Tabela 11: Noćenja slovenskih gostiju u inozemstvu prema vrstama smještaja, 2018.**

Objekti	Noćenja (u 000)	%
Drugi objekti za najam	5.657	32,7%
Hoteli i slični objekti	4.837	28%
Kod obitelji ili prijatelja	2.749	15,9%
Objekt u vlasništvu	2.054	11,9%
Kampovi	1.984	11,5%
Ukupno	17.305	100%

Izvor: SURS

**Tabela 12: Privatna putovanja slovenskih gostiju u inozemstvo prema vrstama smještaja, 2018.**

Objekti	Putovanja (u 000)	%
Hoteli i slični objekti	1.146	35,9%
Drugi objekti za najam	900	28,2%
Kod obitelji ili prijatelja	444	13,9%
Objekt u vlasništvu	402	12,6%
Kampovi	289	9,07%
Ukupno	3.188	100%

Izvor: SURS

Prilikom posjeta Hrvatskoj, slovenski su gosti najviše dolazaka ostvarili u hotelima i sličnim objektima (35,9%), slijede drugi objekti za najam (28,2%) te boravak kod obitelji ili prijatelja (13,9%).

## Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja / posebna razrada odmorišnog segmenta

Kao glavni razlog odlaska na putovanje, slovenski turisti su naveli provođenje slobodnog vremena (odmor, godišnji odmor, putovanje – 86,8 %) te posjet rodbini i prijateljima.

**Tabela 13: Motivi putovanja slovenskih gostiju u inozemstvo, 2018. (u 000)**

Privatna putovanja - skupa	2018.
Provođenje slobodnog vremena	2.342
Posjet rodbini i prijateljima	355
Drugo	-
Kraća (1-3 noćenja)	
Provođenje slobodnog vremena	999
Posjet rodbini i prijateljima	195
Drugo	-
Duža (4 ili više noćenja)	
Provođenje slobodnog vremena	1.343
Posjet rodbini i prijateljima	160
Drugo	-

Izvor: SURS

Slovenski turisti su u prosjeku tijekom 2018. najviše potrošili na smještaj, a najmanje na hranu i piće u restoranima i lokalima te za aktivnosti, usluge i kupovanje. Ipak, znatno se povećao trošak za hranu i piće u restoranima, dok je trošak usluga i drugih aktivnosti pao u odnosu na prošlu godinu.

**Tabela 14: Prosječni dnevni izdaci slovenskih turista, 2018.**

Vrsta troška	2018.	Indeks 2018./17.
Trošak za smještaj	19,38	103,2
Trošak za prijevoz	25,62	109,9
Trošak hrane i pića u restoranima i lokalima	10,93	112,9
Trošak za druge aktivnosti, usluge	10,78	99,1

Izvor: SURS

## Pregled organizatora putovanja na tržištu (grupacije, tržišni lideri, financijska snaga, specijalisti)

Hrvatska je kao turistička destinacija zastupljena u programima sljedećih organizatora putovanja:

**Tabela 15: Popis turističkih agencija u Sloveniji**

Naziv turističke agencije	Grad	Internetska stranica
A-DMC Nikaia d.o.o.	Ljubljana	<a href="http://www.nikaia.si">www.nikaia.si</a>
ADRIA Plus d.o.o.	Črnomelj	<a href="http://www.adria-holidays.net">www.adria-holidays.net</a>
Agencija M d.o.o.	Maribor	<a href="http://www.agencija-m.com">http://www.agencija-m.com</a>
ALPETOUR Potovalna agencija,d.d.	Kranj	<a href="http://www.alpetour.si">www.alpetour.si</a>
TA Avantura d.o.o.	Ljubljana	<a href="http://www.avantura.si/">http://www.avantura.si/</a>
Bledtours	Bled	<a href="http://www.bledtours.si">www.bledtours.si</a>
Bonus	Maribor	<a href="http://www.bonus.si">www.bonus.si</a>
BooM	Krško	<a href="http://www.boom.si">www.boom.si</a>
Center turizem d.o.o	Murska Sobota	<a href="http://www.mojcenter.net">www.mojcenter.net</a>
TA Chebul, KlanB d.o.o.	Kranj	<a href="http://www.chebul.si">www.chebul.si</a>
Collegium Mondial Travel d.o.o.	Ljubljana	<a href="http://www.collegium.si">www.collegium.si</a>
Condor Travel d.o.o.	Celje	<a href="http://www.condor-travel.com">www.condor-travel.com</a>
EUROVAL D.O.O.	Maribor	<a href="http://www.euroval.si">www.euroval.si</a>
Gradtur d.o.o.	Ljubljana	<a href="http://www.gradtur.si">www.gradtur.si</a>
Happy Tours	Domžale/Ljubljana	<a href="http://www.happytours.eu">www.happytours.eu</a>
Il Conte	Nova Gorica	<a href="http://www.ilconte.si">www.ilconte.si</a>
Intelekta M. Sobota d.o.o.	Murska Sobota	<a href="http://www.intelekta.eu">www.intelekta.eu</a>
Intours	Ljubljana	<a href="http://www.intours-dmc.com/si">www.intours-dmc.com/si</a>
Nomago d.o.o.	Ljubljana	<a href="http://www.nomago.si/">www.nomago.si/</a>
TA KLAS	Murska Sobota	<a href="http://www.apms.si/go/488/">www.apms.si/go/488/</a>
Klik2Go	Ljubljana	<a href="http://www.klik2go.si">http://www.klik2go.si</a>
KOMPAS d.d.	Ljubljana	<a href="http://www.kompas.si">www.kompas.si</a>
Kompas Novo Mesto d.o.o.	Novo Mesto	<a href="http://www.kompas-nm.si">www.kompas-nm.si</a>
Linda d.o.o.	Kranj	<a href="http://www.linda.si">www.linda.si</a>
Liberty Adriatic	Ljubljana	<a href="https://liberty-adriatic.com/contact/">https://liberty-adriatic.com/contact/</a>
TA MARCO POLO d.o.o.	Ajdovščina	<a href="http://www.marcopolo.si">www.marcopolo.si</a>
M&M Tours, Mitja Moškotevc s.p.	Laško	<a href="http://www.mmtours.si">www.mmtours.si</a>
M&M Turist	Ljubljana	<a href="http://mmturist.si">http://mmturist.si</a>
SMR&Co. d.o.o.	Škofja Loka	<a href="http://www.odklop.com">www.odklop.com</a>
OJLA	Šempeter	<a href="http://www.ojla.si">www.ojla.si</a>
PALMA d.o.o.	Celje	<a href="http://www.palma.si">www.palma.si</a>



Naziv turističke agencije	Grad	Internetska stranica
Putra d.o.o.	Murska Sobota	<a href="http://www.putra.si">www.putra.si</a>
M.B .Dolinar d.o.o.	Celje	<a href="http://www.potepuh.si">www.potepuh.si</a>
PROMET T&T travel agency	Ljubljana	<a href="http://www.smarteuropetravel.com">www.smarteuropetravel.com</a>
RELAX turizem d.d.	Ljubljana	<a href="http://www.relax.si">www.relax.si</a>
Sajko turizem d.o.o.	Slovenska Bistrica	<a href="http://www.sajko-turizem.si">www.sajko-turizem.si</a>
TA Sonček d.o.o., Maribor	Maribor	<a href="http://www.soncek.com">www.soncek.com</a>
TENTOURS d.o.o.	Domžale/Ljubljana	<a href="http://www.tentours.si">www.tentours.si</a>
UI Turizem Uršula Sreš s.p.	Nova Cerkev	<a href="http://www.ui-turizem.com">www.ui-turizem.com</a>
Transalp	Ljubljana	<a href="http://www.transalp.si">www.transalp.si</a>
Vivatreking popotniška agencija	Ljubljana	<a href="http://www.vivatreking.com">www.vivatreking.com</a>
ABC tourism	Ljubljana	<a href="http://www.abc-tourism.si">www.abc-tourism.si</a>
Alpe-Jadran d.o.o.	Ljubljana	<a href="http://www.alpe-jadran.net">www.alpe-jadran.net</a>
AuteNtica d.o.o.	Koper	<a href="http://www.autentica.si">www.autentica.si</a>
Albatros-Bled	Bled	<a href="http://www.albatros-bled.com/">www.albatros-bled.com/</a>
E-prvak	Ljubljana	<a href="http://www.eprvak.si">www.eprvak.si</a>
Exoterra	Ljubljana	<a href="http://www.exoterra.si/">http://www.exoterra.si/</a>
Cruise Ferry Center	Portorož	<a href="https://krizarjenje.si/">https://krizarjenje.si/</a>
Grand Cuvée Tours	Mengeš	<a href="http://www.grandcuvetours.com/">http://www.grandcuvetours.com/</a>
STA potovanja	Ljubljana	<a href="https://www.stapotovanja.com/">https://www.stapotovanja.com/</a>
Last minute.si	Maribor	<a href="https://www.last-minute.si/">https://www.last-minute.si/</a>
Oasis tours	Ljubljana	<a href="http://www.oasistours.si">www.oasistours.si</a>
Odpelji se	Ljubljana	<a href="http://www.odpelji.se">www.odpelji.se</a>
Križarjenja b2b	Ljubljana	<a href="http://www.krizarjenja-b2b.com">www.krizarjenja-b2b.com</a>
Vard	Celje	<a href="http://www.vard.si">www.vard.si</a>
Benotours	Ljubljana	<a href="http://www.benotours.com">www.benotours.com</a>
Zum	Ljubljana	<a href="http://www.zumatours.net/">http://www.zumatours.net/</a>
Eko potovanja	Radeče	<a href="http://ekopotovanja.com">http://ekopotovanja.com</a>
SkiFun	Ljubljana	<a href="http://www.skifun.si">www.skifun.si</a>
GrasTours	Ljubljana	<a href="http://www.grastours.net">www.grastours.net</a>
Nata International	Iška	<a href="http://www.nata-int.si">www.nata-int.si</a>
Uniglobe TM Travel	Ljubljana	<a href="http://www.uniglobetmtravel.si">www.uniglobetmtravel.si</a>
Adventours	Velenje	<a href="http://www.adventours.si">www.adventours.si</a>
Quo vadis	Ljubljana	<a href="http://www.quovadis.si">www.quovadis.si</a>
Agencija Guliver	Celje	<a href="http://www.agencija-guliver.si">www.agencija-guliver.si</a>
Izimanija	Ptuj	<a href="http://www.izimanija.si">www.izimanija.si</a>
Helia	Bled	<a href="http://www.helia.si">www.helia.si</a>

Naziv turističke agencije	Grad	Internetska stranica
Supra travel	Ljubljana	<a href="http://www.supratravel.si">www.supratravel.si</a>
Maya Team	Tolmin	<a href="http://www.maya.si">www.maya.si</a>
Adrenalinček avanture	Celje	<a href="http://www.adrenalincek.org">www.adrenalincek.org</a>
Partner	Ljubljana	<a href="http://agencija-partner.si">http://agencija-partner.si</a>
Airpass	Ljubljana	<a href="http://www.airpass.eu">www.airpass.eu</a>
Ideja turizem	Sežana	<a href="http://ideja-turizem.si">http://ideja-turizem.si</a>
Astraea Tours	Lipica	<a href="http://www.krasnadlani.si">www.krasnadlani.si</a>
Top Line	Portorož	<a href="https://benetke.com/">https://benetke.com/</a>
Destina	Bohinjska Bistrica	<a href="http://www.destina.si">www.destina.si</a>
Eja	Maribor	<a href="http://www.eja.si">www.eja.si</a>
Europapartner	Ptuj	<a href="http://www.europapartner.si">www.europapartner.si</a>
4 season travel	Zgornje Gorje	<a href="http://www.slovenia-transfers-tours.com">www.slovenia-transfers-tours.com</a>
Gor Turizem	Rogašovci, Murska Sobota	<a href="http://www.gorturizem.si">www.gorturizem.si</a>
Istra Terra	Koper	<a href="http://www.istraterra.com">www.istraterra.com</a>
Katja TU	Nova Gorica	<a href="http://www.touroperator.si">www.touroperator.si</a>
Raca	Škofja Loka	<a href="http://www.raca.si">www.raca.si</a>
Meteor	Cerklje na Gorenškem	<a href="http://www.meteor.si">www.meteor.si</a>
Okarina tours	Ljubljana	<a href="http://www.okarina.si">www.okarina.si</a>
Outdoor Galaxy	Bovec	<a href="http://www.outdoor-galaxy.com">www.outdoor-galaxy.com</a>
Premiki	Ljubljana	<a href="http://premiki.com">http://premiki.com</a>
Rudi turs	Šmartno pri Litiji	<a href="http://rudi-turs.si">http://rudi-turs.si</a>
Slovenia Explorer	Ljubljana	<a href="http://www.slovenia-explorer.com">www.slovenia-explorer.com</a>
Ari tours	Maribor	<a href="http://www.aritours.si">www.aritours.si</a>
Bookingpoint	Ljubljana	<a href="http://www.bookingpoint.net">www.bookingpoint.net</a>
Center turistična agencija	Murska Sobota	<a href="http://www.mojcenter.net">www.mojcenter.net</a>
Gea d.o.o.	Šempeter pri Gorici	<a href="http://www.gea-ta.si">www.gea-ta.si</a>
Go portorož	Portorož	<a href="http://www.goportoroz.si">www.goportoroz.si</a>
Jereb	Ljubljana	<a href="http://www.jereb.si">www.jereb.si</a>
Intelekta	Murska Sobota	<a href="http://www.intelekta.eu">www.intelekta.eu</a>
Mamut Slovenija	Bled	<a href="http://www.slovenija.eu.com">www.slovenija.eu.com</a>
Mana d.o.o.	Novo Mesto	<a href="http://www.mana.si">www.mana.si</a>
Movis d.o.o.	Medvode	<a href="http://movis.si">http://movis.si</a>
Nova TA	Idrija	<a href="http://www.tanova.si">www.tanova.si</a>
Spik TA	Izola	<a href="http://www.spik-travel.si">www.spik-travel.si</a>
Tarol TA	Ajdovščina	<a href="http://www.tarol.si">www.tarol.si</a>
Twin TA	Ljubljana	<a href="http://www.twintur.com">www.twintur.com</a>

Naziv turistične agencije	Grad	Internetska stranica
ViaTours	Maribor	<a href="http://viatours.si">http://viatours.si</a>
Baobab	Dramlje	<a href="http://www.baobab-vodenja.si">www.baobab-vodenja.si</a>
TA Majolka	Videm pri Ptuju	<a href="http://www.ta-majolka.si">www.ta-majolka.si</a>
Agencija Oskar	Kranj	<a href="http://www.agencija-oskar.si">www.agencija-oskar.si</a>
Žnidars Turizem	Maribor	<a href="http://znidars-turizem.com">http://znidars-turizem.com</a>
Balkanika TA	Maribor	<a href="http://www.balkanika.si">www.balkanika.si</a>
Pojzedon Turizem	Rače	<a href="http://www.pozejdon-turizem.com">www.pozejdon-turizem.com</a>
Klas TA	Murska Sobota	<a href="http://www.apms.si/go/580/Predstavitev-TA-Klas">www.apms.si/go/580/Predstavitev-TA-Klas</a>
Fabula tours	Nova Gorica	<a href="http://www.fabulatours.eu">www.fabulatours.eu</a>
Agencija Van Gogh	Maribor	<a href="http://www.agencija-vangogh.si">www.agencija-vangogh.si</a>
Avrigo	Nova Gorica	<a href="http://www.avrigo.si">www.avrigo.si</a>
FANIANI SKUPINA d.o.o.	Ljubljana	<a href="http://www.faniani-group.com">www.faniani-group.com</a>
INES TOURS d.o.o.	Kranj	<a href="http://www.ines-tours.si/sl/">http://www.ines-tours.si/sl/</a>
ROUNDAABOUT TRAVEL (TJ's d.o.o.)	Ljubljana	<a href="http://www.travel-slovenia.com">www.travel-slovenia.com</a>
ETC ADRIATIC	Podgorje	<a href="http://etc-adriatic.si/turisticna-agencija/">http://etc-adriatic.si/turisticna-agencija/</a>

## OSVRT NA 2019.

# OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

### Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2019. (usporedba s proteklim godinama) – analiza emitivnog potencijala tržišta

Slovensko tržište već dugi niz godina bilježi uzlazni trend rasta turističkog prometa. Prema procjenama predstavništva, u pred i posezoni još ima prostora za rast. Naravno, da bi se realizirao dodatni potencijal, dodatno i ciljano ulažemo na tržište u vidu podizanja svijesti o mogućnostima koje Hrvatska pruža i izvan glavne ljetne sezone. Takvim pristupom očekujemo povećanje u navedenom razdoblju – u PPS-u. S obzirom na postignute rezultate u 2018. i broj stanovnika Republike Slovenije, svako povećanje ostvarenog prometa je za slovensko tržište već u domeni fenomena.

### Redoslijed omiljenih destinacija – procjena za 2019.

S obzirom na prve procjene rezultata za 2019. i broj ostvarenih noćenja na području Hrvatske, slovenski gosti su po broju noćenja stranih gostiju u nekoliko županija na prvom ili drugom mjestu i to u Međimurskoj županiji i Krapinsko-zagorskoj županiji. U Primorsko-goranskoj, Zadarskoj i drugim županijama su na drugom mjestu ili među vodećih pet tržišta, iako je u apsolutnim brojkama daleko najviše noćenja zabilježeno u Istarskoj županiji, gotovo 1/3 svih ostvarenih noćenja slovenskih gostiju. Što se tiče redoslijeda omiljenih destinacija, poredak se nije bitno mijenjao u odnosu na prethodnu godinu:

1. Umag
2. Mali Lošinj
3. Medulin
4. Novigrad
5. Dobrinj

Slovenski gosti odlično poznaju hrvatsku obalu, putuju i kontinentalnim dijelom zemlje. Inače, omiljene destinacije slovenskih gostiju su one koje imaju bogatu i sadržajnu ponudu aktivnog provođenja slobodnog vremena te se nalaze u dometu od maksimalno 4 sata vožnje od polaznog odredišta.

### Razlozi promjene u redoslijedu omiljenih destinacija

Na odabir destinacija za odmor najviše su utjecali slijedeći faktori: Internet kao medij koji utječe na realizaciju putovanja te biranje destinacija prema cjenovnom kriteriju, dostupnost automobilom te sadržaji koje destinacija nudi. Karakteristike slovenskog turističkog tržišta su i dalje ostale gotovo nepromijenjene - Slovenci i dalje ostaju izrazito individualni gosti, koji u prosjeku putuju barem dva puta godišnje, jednom na duže putovanje te (izvan sezone) na kraća putovanja (1-3 dana). Kad se odlučuju na kraća putovanja odabir je obično destinacija u blizini, a presudnu ulogu imaju troškovi dolaska te aktivnosti koje destinacija pruža. Izuzetno su osjetljivi na odnos cijene i kvalitete, uz velika očekivanja. Svakako su gosti koji vole ponovno dolaziti u destinacije koje su provjerene i u kojima se osjećaju ugodno.

### Ukupan pregled organizatora putovanja na tržištu u 2019.

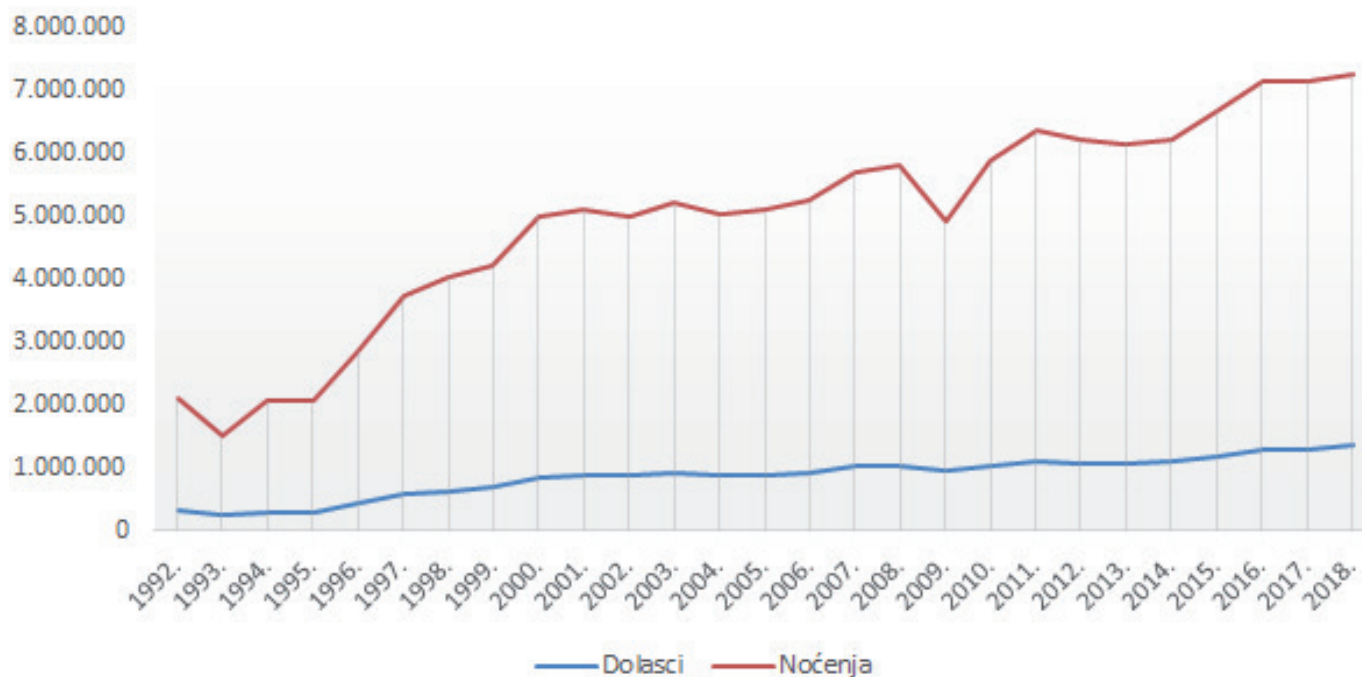
Turističke agencije koje djeluju na području Slovenije najviše aranžmana prodaju u Hrvatskoj. Osim vlastite države i Hrvatske, traže se i Italija, Grčka, Turska, Njemačka, Austrija. U odnosu na 2018. primjećuje se veliki rast broja prodanih aranžmana za Tursku, Grčku i sjevernu Afriku, točnije Tunis, Egipat i dr. Prema podacima TA, prometi za Hrvatsku su za nijansu bolji ili stagniraju, ovisno od agencije do agencije. U svakom slučaju, agencije koje su nudile sadržajne proizvode te srednju ili višu kategoriju smještaja bilježe blagi porast, dok agencije koje nude osnovni proizvod (smještaj + hrana) bilježe stagnaciju, čak i pad prodaje. Također, moramo napomenuti da agencije koje su se orijentirale na nižu kategoriju ponude smještaja, samim time i niže cijene, uglavnom prelaze na jeftinija tržišta poput Crne Gore, Albanije, Bugarske i sl.

## PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU U 2019.

SLOVENIJA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1992.=100	apsol.	indeks	1992.=100
1992.	306.170		100	2.088.897		100
1993.	229.660	75	75	1.494.457	72	72
1994.	294.438	128	96	2.065.931	138	99
1995.	299.908	102	98	2.059.840	100	99
1996.	438.000	146	143	2.862.000	139	137
1997.	577.920	132	189	3.735.047	131	179
1998.	637.662	110	208	4.035.713	108	193
1999.	689.851	108	225	4.237.203	105	203
2000.	848.888	123	277	5.015.481	118	240
2001.	876.987	103	286	5.119.205	102	245
2002.	869.000	99	284	4.993.371	98	239
2003.	918.462	106	300	5.207.786	104	249
2004.	884.273	96	289	5.032.470	97	241
2005.	878.882	99	287	5.099.116	101	244
2006.	913.072	104	298	5.245.881	103	251
2007.	1.015.379	111	332	5.689.746	108	272
2008.	1.042.666	103	341	5.802.277	102	278
2009.	962.604	92	314	4.925.252	85	236
2010.	1.016.572	106	332	5.885.315	119	282
2011.	1.099.919	108	359	6.389.183	109	306
2012.	1.053.553	96	344	6.239.493	98	299
2013.	1.066.610	101	348	6.159.032	99	295
2014.	1.101.552	103	360	6.236.114	101	299
2015.	1.191.998	108	389	6.677.930	107	320
2016.	1.297.760	109	424	7.138.759	107	342
2017.	1.297.681	100	424	7.140.125	100	342
2018.	1.364.252	105	446	7.278.621	102	348

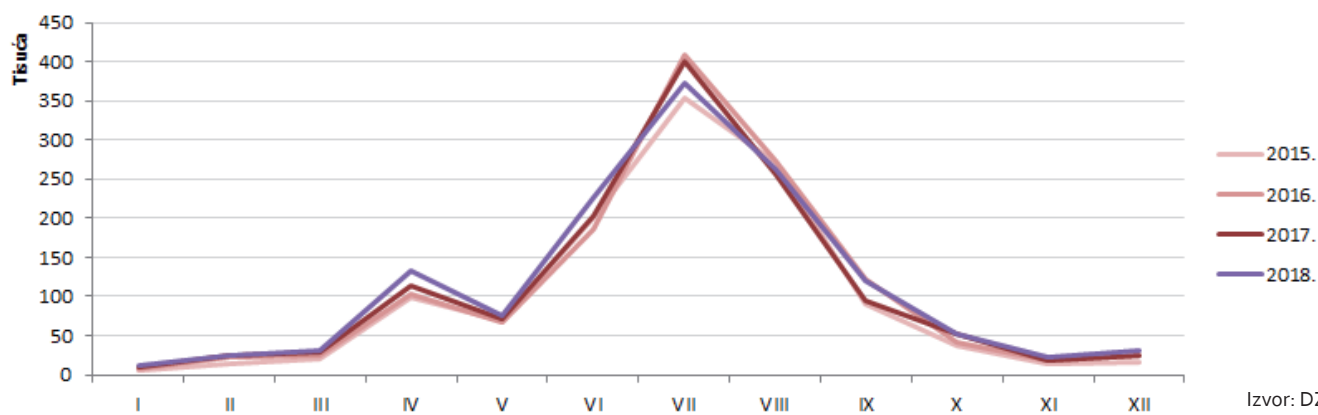
Izvor: DZS

## Dolasci i noćenja slovenskih turista, razdoblje 1992. - 2018.



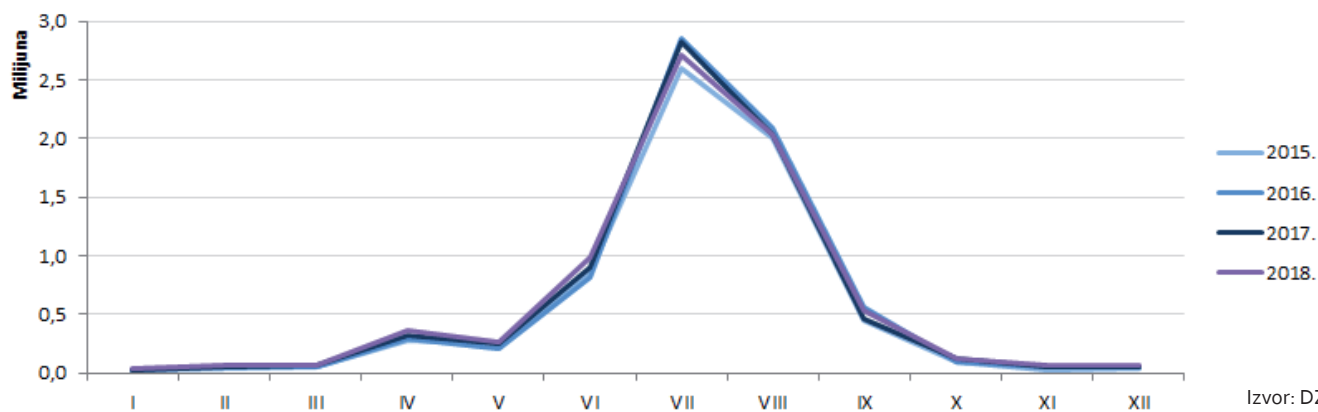
Izvor: DZS

## Dolasci po mjesecima - Slovenija



Izvor: DZS

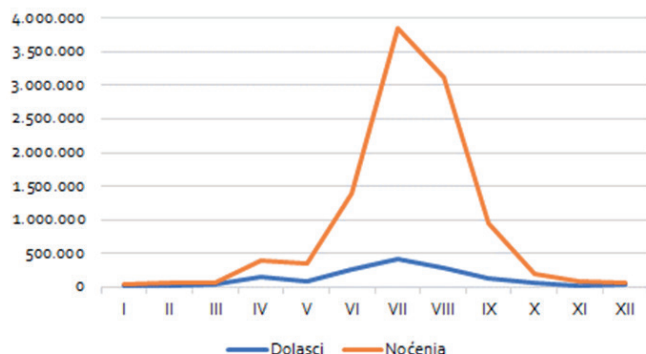
## Noćenja po mjesecima - Slovenija



Izvor: DZS

## REZULTATI 2018. PREMA SUSTAVU eVISITOR

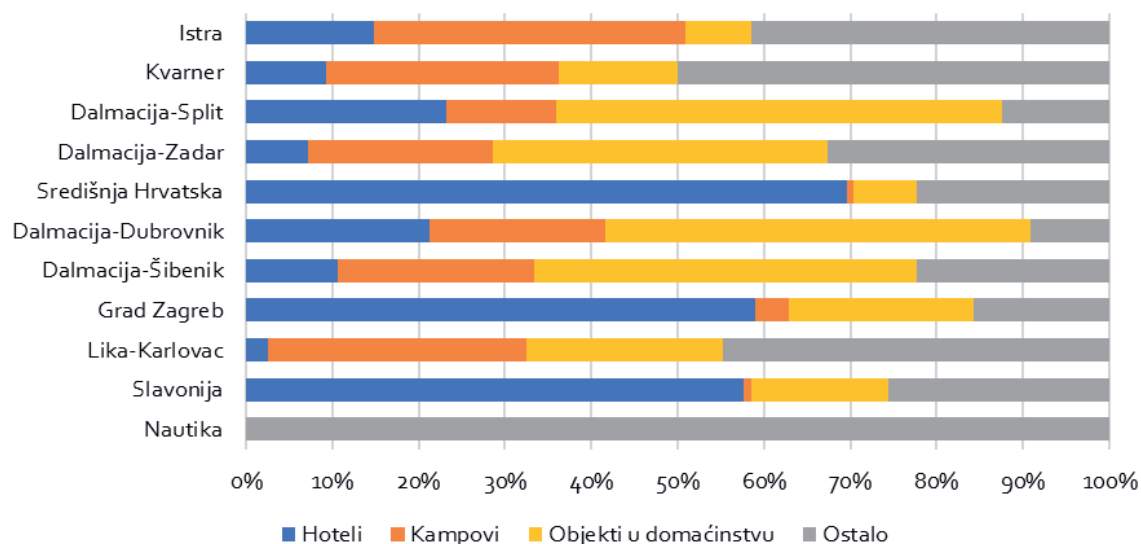
### Dolasci i noćenja slovenskih turista, 2018.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Umag	699.129
Mali Lošinj	597.787
Novigrad (Istarska)	405.814
Medulin	404.936
Dobrinj	392.751
Novalja	367.101
Poreč	342.237
Vodnjan	341.499
Malinska-Dubašnica	305.335
Vir	279.956

### Noćenja slovenskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2018.



### Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Dubrovnik	39.194	297.189
Dalmacija-Split	103.336	741.276
Dalmacija-Šibenik	72.350	550.105
Dalmacija-Zadar	196.592	1.759.181
Grad Zagreb	30.313	49.680
Istra	575.743	3.549.897
Kvarner	366.434	2.898.260
Lika-Karlovac	54.049	467.029
Nautika	26.988	129.650
Slavonija	6.904	11.740
Središnja Hrvatska	41.430	100.468
<b>Ukupno</b>	<b>1.513.333</b>	<b>10.554.475</b>

### Dolasci po dobi i spolu

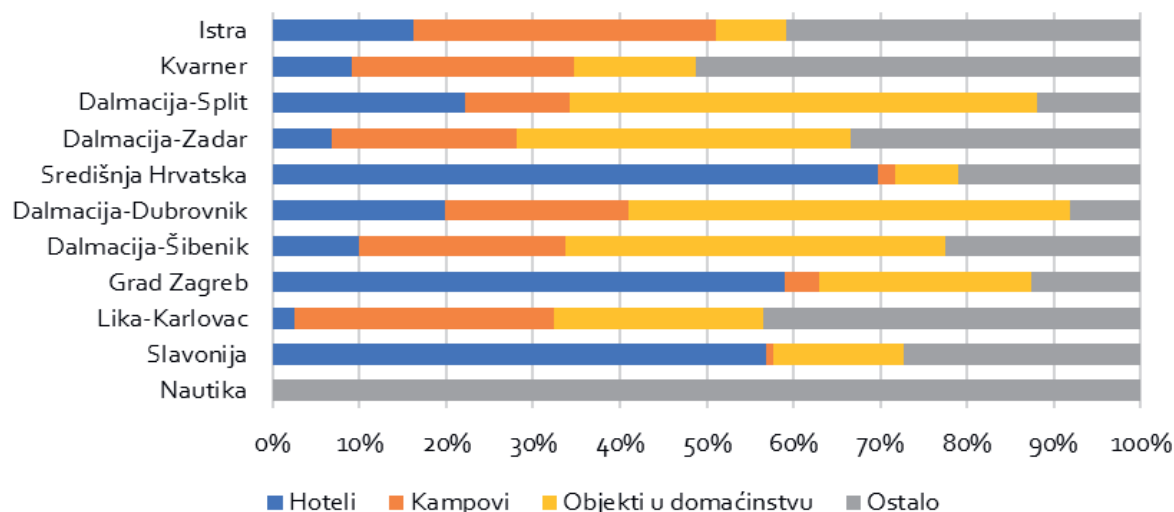
Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	4,1%	4,0%
6-11 godina	5,1%	4,9%
12-17 godina	3,1%	3,0%
18-24 godina	2,9%	3,2%
25-34 godina	6,8%	7,4%
35-44 godina	10,7%	10,3%
45-54 godina	8,7%	8,0%
55-64 godina	5,8%	5,4%
> 65 godina	3,4%	3,1%

## REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – STUDENI 2019. PREMA SUSTAVU eVisitor

### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Umag	738.036
Mali Lošinj	598.247
Medulin	404.218
<b>Dobrinj</b>	401.034
Novigrad (Istarska)	389.593
Novalja	377.610
Poreč	356.226
Vodnjan	326.606
Malinska-Dubašnica	323.409
Vir	297.735

### Noćenja slovenskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I.-XI.2019.



### Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	594.801	3.596.759
Kvarner	367.533	2.956.109
Dalmacija-Zadar	204.385	1.866.568
<b>Dalmacija-Split</b>	106.216	753.093
Dalmacija-Šibenik	75.171	583.970
Lika-Karlovac	54.873	477.650
Dalmacija-Dubrovnik	41.386	316.566
Nautika	32.534	157.411
Središnja Hrvatska	40.130	97.181
Grad Zagreb	22.602	39.292
Slavonija	6.915	11.870
<b>Ukupno</b>	<b>1.546.546</b>	<b>10.856.469</b>

### Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	4,1%	3,9%
6-11 godina	5,2%	4,9%
12-17 godina	3,2%	3,1%
<b>18-24 godina</b>	2,9%	3,2%
25-34 godina	6,5%	7,1%
35-44 godina	10,5%	10,2%
45-54 godina	8,8%	8,1%
55-64 godina	5,9%	5,5%
> 65 godina	3,5%	3,2%



## Aktualni imidž Hrvatske

Stalnim podizanjem kvalitete usluge turističkog proizvoda i usluge, što je zapaženo i kod slovenskih gostiju, Hrvatska kao turistička destinacija kontinuirano napreduje. Kao omiljena turistička destinacija na slovenskom tržištu i dalje drži nerikosnoveno prvo mjesto pri odabiru odmora. Sve veći interes slovenskih gostiju usmjeren je prema bogatoj ponudi produkata koji omogućuju aktivno provođenje slobodnog vremena, odmora na svježem zraku, u prirodi. Na raznim manifestacijama diljem Hrvatske bilježi se veliki postotak sudjelovanja slovenskih natjecatelja, a takvi podaci idu nam u korist obzirom da se većina takvih manifestacija održava u pred i sezoni. Iako je Hrvatska najbliža i najdostupnija destinacija, prema kojoj slovenski gosti imaju visoki afinitet, treba imati na umu da je porast cijena smještaja u 2019. izazvao određeni revolt na tržištu, što u 2020. svakako treba imati u vidu.

## Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2019.

U 2019. se svakako očekuju bolji rezultati od odlične 2018., što znači oko 1,45 mil. dolazaka i 10,5 mil. noćenja, su udjelom u ukupnom prometu od cca. 10%.

## Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2019.

Omjer organiziranih i individualnih dolazaka ostaje na razini od oko 20:80 u korist individualaca, s trendom porasta u korist individualnih dolazaka. Razlog je veća dostupnost informacija i lakše direktne i online rezervacije.

## Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2019.

Hrvatska je najzastupljenija destinacija kod svih glavnih turoperatora u Sloveniji, koji izdaju i posebne separate u vrijeme pojedinih zanimljivih razdoblja (prvomajski praznici, školski praznici, jesenski školski praznici i sl.). U 2019. nije došlo do značajnih promjena u odnosu na prethodne godine.

## Prognoza rezultata u 2019. organizatora putovanja

Svi organizatori putovanja i u ovoj godini ostvarit će pozitivan rezultat, odnosno prosječno povećanje prometa u rasponu od 2–5%.

## Zrakoplovni čarteri u 2019.

Turooperatori odustaju od avionskog prijevoza, jer za njega nema dovoljno interesa s obzirom na cestovnu dostupnost. Prošlogodišnje veze Adria Airwaysa, s dva direktna leta od Ljubljane do Dubrovnika i Brača, nisu zabilježile dovoljan interes publike, stoga su i ukinute.

## Autobuseri u 2019.

Kod autobusera se stanje nije bitnije mijenjalo u odnosu na 2018. I dalje su na tržištu Izletnik Celje, Integral Brežice, Integral Novo Mesto, J&J turizem, Nered turizem in prevozi, Koratur – avtobusni promet, Avrigo – družba za avtobusni prevoz in turizem te ostali manji autobuseri.

## Individualni promet u 2019.

Individualni promet u 2019. ostati će i dalje na vrlo visokom nivou, sa 80-85% ukupnog prometa.

---

## PREDVIĐANJA ZA 2020. TURISTIČKA SEZONA 2020. – OPĆI POKAZATELJI

---

### Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2020.

Kao što je i ranije spomenuto, slovenski gosti su u 2019. ponovno ostvarili porast u broju dolazaka i broju noćenja. Rezultat 2020. ovisi o cijenama ponude koje će hotelske kuće postaviti, kao i cijenama privatnog smještaja. Također, ne smijemo zaboraviti na limitirajući faktor populacije Slovenije, tako da bi ponavljanje rezultata iz 2019. bilo izuzetan uspjeh u 2020.

### Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2020. uz usporedbu s očekivanjima za 2019.

Ne očekuju se neke veće promjene redoslijeda omiljenih destinacija u 2020.: Hrvatska, Slovenija, Turska, Grčka, Italija, Austrija.

### Prognoze organizatora putovanja za 2020.

Prognoze organizatora putovanja za 2020. na tragu su očekivanja da će proširenje turističke ponude i dodatnih turističkih sadržaja, tj. povećanje kvalitete, rezultirati i porastom broja putovanja. Ipak, sugeriraju vrlo opreznu politiku cijena, veću fleksibilnost hotelijera i spremnost na akcijske popuste te bolje uvjete.

Također, moramo napomenuti opće prisutnu činjenicu da Slovenci u Hrvatsku dolaze u gotovo isključivo privatnom aranžmanu, što uz mogućnosti online prodaje stvara poteškoće organizatorima putovanja.

---

## TURISTIČKA SEZONA 2020. – HRVATSKA

---

### Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2020.

Procjenjujemo ponavljanje rezultata iz prethodnih godina, na razini od 1,5 mil. dolazaka i 10,5 mil. noćenja.

### Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska će i dalje ostati u vrhu interesa organizatora putovanja. Visoka zastupljenost Hrvatske očekuje se u programima putovanja, naročito na području ponude aktivnog turizma (biciklizam, avanturizam i sl.), wellness, odnosno zdravstvenog turizma. Isto tako, u strukturi ponude povećati će se ponuda kraćih odmora te ponuda destinacija u unutrašnjosti, s naglaskom na izletničke

ture i upoznavanje proizvoda gastronomije, enologije, ekoloških proizvoda i aktivnog odmora.

### Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2019.

- uskladiti cjenovnu politiku po sistemu „vrijednost za novac“ - cijena usluge treba što vjernije odražavati kvalitativnu i kvantitativnu vrijednost iste,
- veća fleksibilnost hotelijera i spremnost na akcijske popuste te bolje uvjete,
- veća ponuda aktivnog turizma (izuzetni naglasak na aktivnom provođenju slobodnog vremena), širenje i obogaćivanje turističkih sadržaja
- voditi brigu o zadovoljavanju visokih ekoloških standarda te o očuvanju čistoće okoliša.

## Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdana (Public Holidays)	2019.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2020.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2019	Utorak	1	01.01.2020	Srijeda	1	01.01.2021	Petak	1
Nova godina (New Year's Day)	02.01.2019	Srijeda	1	02.01.2020	Četvrtak	1	02.01.2021	Subota	1
Prešerenov dan (Slovenian cultural festival – Prešeren Day)	08.02.2019	Petak	6	08.02.2020	Subota	6	08.02.2021	Ponedjeljak	7
Uskrs (Easter)	21.04.2019	Nedjelja	16	12.04.2020	Nedjelja	15	04.04.2021	Nedjelja	14
Uskrsnji ponedjeljak (Easter Monday)	22.04.2019	Ponedjeljak	17	13.04.2020	Ponedjeljak	16	05.04.2021	Ponedjeljak	15
Dan ustanka protiv okupatora (Uprising Against the Occupation Day)	27.04.2019	Subota	17	27.04.2020	Ponedjeljak	18	27.04.2021	Utorak	18
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2019	Srijeda	18	01.05.2020	Petak	18	01.05.2021	Subota	18
Praznik rada (Labour Day)	02.05.2019	Četvrtak	18	02.05.2020	Subota	18	02.05.2021	Nedjelja	18
Dan državnosti (National Day)	25.06.2019	Utorak	26	25.06.2020	Četvrtak	26	25.06.2021	Petak	26
Velika Gospa (Feast of the Assumption)	15.08.2019	Četvrtak	33	15.08.2020	Subota	33	15.08.2021	Nedjelja	33
Dan reformacije (Reformation Day)	31.10.2019	Četvrtak	44	31.10.2020	Subota	44	31.10.2021	Nedjelja	44
Dan Svih svetih (All Saints Day)	01.11.2019	Petak	44	01.11.2020	Nedjelja	44	01.11.2021	Ponedjeljak	45
Božić (Christmas)	25.12.2019	Srijeda	52	25.12.2020	Petak	52	25.12.2021	Subota	52
Dan neovisnosti i ujedinjenja (Independence and Unity Day)	26.12.2019	Četvrtak	52	26.12.2020	Subota	52	26.12.2021	Nedjelja	52

Izvor: <https://www.feiertagskalender.ch/index.php?geo=3439&jahr=2020&klasse=3&hl=en>

Školski praznici	2020.	
	Početak	Kraj
Božićni praznici i Nova godina	25.12.2019	02.01.2020
Zimski praznici - regija zapad	17.02.2020	21.02.2020
Zimski praznici - regija istok	24.02.2020	28.02.2020
Proljetni praznici	27.04.2020	03.05.2020
Ljetni praznici	25.06.2020	31.08.2020
Jesenski praznici (neslužbeni podaci)	26.10.2020	02.11.2020
Božićni praznici i Nova godina	24.12.2020	02.01.2021

Izvor: Eurydice

Školski praznici	2020.	
	Početak	Kraj
Božićni praznici u regiji Sicilija	24.12.2019	07.01.2020
Božićni praznici u regiji Abruzzo, Emilia Romagna, Liguria, Marche, Molise, Toskana, Venecija	24.12.2019	06.01.2020
Božićni praznici u regiji Valle d'Aosta, Apuglia, Basilicata, Calabria, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardija, Piemont, Sardinija	23.12.2019	06.01.2020
Božićni praznici u regiji Campania, Trentino-Južn Tirol	21.12.2019	06.01.2020
Karnevalski praznici u regiji Piemont, Toskana	22.02.2020	26.02.2020
Karnevalski praznici u regiji Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia	24.02.2020	26.02.2020
Karnevalski praznici u regiji Trentino-Južni Tirol	22.02.2020	01.03.2020
Karnevalski praznici u regiji Abruzzo, Sardinija	25.02.2020	25.02.2020
Karnevalski praznici u regiji Basilicata, Friuli Venezia Giulia, Venecija, Campania, Lombardija	24.02.2020	25.02.2020
Uskršnji praznici u regiji Abruzzo, Valle d'Aosta, Apuglia, Basilicata, Calabria, Campania, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Marche, Molise, Piemont, Sardinija, Sicilija, Trentino-Južni Tirol	09.04.2020	14.04.2020
Uskršnji praznici u regiji Lombardija, Molise	08.06.2020	12.09.2020
Ljetni praznici 2020. u regiji Abruzzo, Lazio	09.06.2020	13.09.2020
Ljetni praznici 2020. u regiji Piemont	10.06.2020	06.09.2020
Ljetni praznici 2020. u regiji Campania, Lombardija, Venecija	07.06.2020	10.09.2020
Ljetni praznici 2020. u regiji Calabria, Liguria	10.06.2020	13.09.2020
Ljetni praznici 2020. u regiji Emilia Romagna, Marche, Molise, Sardinija, Sicilija	06.06.2020	13.09.2020
Ljetni praznici 2020. u regiji Basilicata, Friuli Venezia Giulia	11.06.2020	10.09.2020
Ljetni praznici 2020. u regiji Valle d'Aosta	13.06.2020	11.09.2020
Ljetni praznici 2020. u regiji Apuglia	11.06.2020	17.09.2020
Ljetni praznici 2020. u regiji Trentino-Južni Tirol	17.06.2020	06.09.2020
Jesenski praznici u regiji Trentino-Južni Tirol	31.10.2020	08.11.2020
Božićni praznici	24.12.2020	06.01.2021

Izvor: Eurydice

## NAPOMENE

- Prvi svibanj i Dan Republike praznici su koji se, kada padaju u tjednu, spajaju s vikendima i koriste za putovanja - odlazak na more te *city break*.