



SLOVENIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2017.




HRVATSKA
Puna života

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje: parlamentarna republika.

Površina: 20.273 km².

Glavni grad: Ljubljana – 288.919 stanovnika.

Ostali veći gradovi: Maribor, Celje, Kranj, Velenje, Kopar i Novo Mesto – u navedenim gradovima živi više od četvrtine ukupnog broja stanovnika.

Stanovništvo: 2.064.836 stanovnika (1. travnja 2017.); 1.025.013 muškaraca i 1.039.823 žena, od čega 1.948.995 slovenskih i 115.841 stranih državljana.

Izvor: SURS

Prosječna starost stanovništva je 43 godine.

Dobna struktura

- 0 – 14 godina – 14,9 %
- 15 – 64 godine – 66,2 %
- 65 i više godina – 18,9 %



OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Slovenija je posljednjih godina napravila brojne pozitivne pomake i u velikoj mjeri povećala konkurentnost na tržištu. Prosječan godišnji porast BDP-a od 3,1 % u 2016. posljedica je povećanog izvoza te bolje konkurentnosti gospodarstva. Javni financijski dug nastavlja trend smanjenja još od 2015. na ispod 3 % BDP-a. Gospodarski rast prati oporavak tržišta rada, što utječe na rast raspoloživog dohotka.

Aktualno stanje gospodarstva

Bruto domaći proizvod u 2016. iznosio je 39,769 milijuna eura te se realno povećao za 3,1 %. Glavni generator gospodarskog rasta i dalje ostaje izvoz, a trend povećanja bilježi se i kroz osobnu potrošnju. Trgovinska bilanca i dalje je pozitivna te se povećava dosegnuvši u 2016. 3,701 milijun eura i pridonijevši rastu BDP-a za 0,5 postotnih bodova. Izvoz i uvoz robe i usluga veći su u odnosu na 2015. Izvoz robe i usluga porastao je za 6,4 % (2015. – 5 %), a uvoz robe i usluga za 6,6 % (2015. – 4,7 %). Bruto investicije su u 2016. bile realno niže za 3,6 %.

Bruto domaći proizvod 2012. – 2016.

Godina	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Tekuće cijene u mil. eura	36,076	36,239	37,615	38,837	40,418
Realan rast u %	- 2,7	- 1,1	3,1	2,3	3,1

Izvor: SURS

U 2016. bilo je 798.000 radno aktivnog stanovništva. Stopa registrirane nezaposlenosti u siječnju 2016. povećala se za 0,6 postotnih bodova (na 12,9 %); kod muškaraca za 0,8 postotnih bodova (na 12,2 %), a kod žena za 0,2 postotna boda (na 13,7 %). U usporedbi s istim razdobljem 2016., stopa nezaposlenosti pala je za 1,4 postotna boda. Među muškarcima stopa nezaposlenosti pala je u drugom

kvartalu 2016. sa 7,2 % na 5,5 %, a među ženama s 8,5 % na 7,5 %.

Prosječna mjesečna bruto plaća u lipnju iznosila je 1.602,20 eura, a neto 1.045,06 eura. U usporedbi s mjesečnom bruto plaćom u svibnju, ista se realno i nominalno smanjila za 0,7 %.

Prosječna mjesečna plaća kod pravnih osoba, lipanj 2017

	VI. 2017.	Ø I. – VI. 2017.	Ø IV. – VI. 2017.	VI. 2017. V. 2017.	VI. 2017. VI. 2016.	Ø I. – VI. 2017. Ø I. – VI. 2016.
	u eurima			indeks		
Bruto	1.602,21	1.600,74	1.602,36	99,3	102,4	101,9
Javni sektor	1.868,08	1.864,26	1.875,78	99,0	102,1	102,2
- od toga sektor država	1.875,56	1.863,01	1.876,15	99,8	102,9	102,3
Privatni sektor	1.471,60	1.469,40	1.467,41	99,5	103,0	102,1
Neto	1.045,06	1.043,88	1.044,65	99,5	102,6	102,2
Javni sektor	1.208,55	1.206,19	1.212,66	99,3	102,3	102,3
- od toga sektor država	1.215,43	1.207,90	1.214,90	100,0	102,9	102,3
Javni sektor	964,74	962,98	961,73	99,6	103,1	102,5

Izvor: SURS

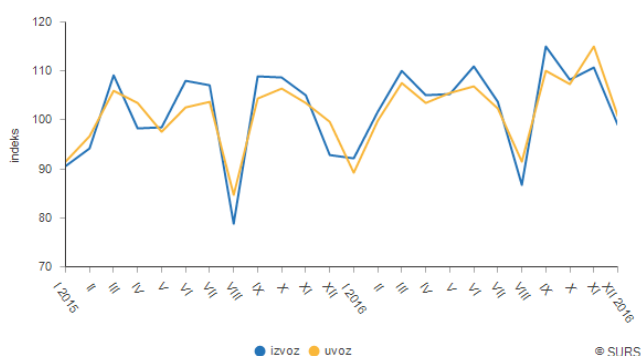
Cijene su se u kolovozu 2017. u prosjeku povećale na godišnjoj (+ 1,4 %) i na mjesečnoj razini (+ 0,2 %). Godišnjoj inflaciji najviše su pridonijele više cijene hrane i motornih goriva, dok su mjesečnoj inflaciji pridonijele veće cijene odjeće i obuće, svježeg i smrznutog povrća te motornih goriva.

Od siječnja do lipnja 2017. izvoz se povećao za 11,7 % (16.254,2 mil. eura), a uvoz za 13,7 % (15.758,3 mil. eura). Višak robne razmjene s inozemstvom iznosio je 495,9 mil. eura, a pokrivenost uvoza s izvozom iznosila je 103,1 %.

Cijene su se u kolovozu 2017. u prosjeku povećale na godišnjoj (+ 1,4 %) i na mjesečnoj razini (+ 0,2 %). Godišnjoj inflaciji najviše su pridonijele više cijene hrane i motornih goriva, dok su mjesečnoj inflaciji pridonijele veće cijene odjeće i obuće, svježeg i smrznutog povrća te motornih goriva.

Od siječnja do lipnja 2017. izvoz se povećao za 11,7 % (16.254,2 mil. eura), a uvoz za 13,7 % (15.758,3 mil. eura). Višak robne razmjene s inozemstvom iznosio je 495,9 mil. eura, a pokrivenost uvoza s izvozom iznosila je 103,1 %.

Indeksi izvoza i uvoza (Ø 2016. = 100)



Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Posljednjih nekoliko godina gospodarska situacija se poboljšala. BDP će ove godine biti veći za 3,1 % ponajviše zbog pozitivnih izvoznih kretanja i oporavka osobne potrošnje. Ovogodišnji nastavak pozitivnog kretanja izvoza razlog je poboljšanja konkurentnosti trgovačkog sektora

posljednjih godina. S obzirom na poboljšanje stanja na tržištu rada, uslijed jačanja rasta zaposlenosti i plaća, raste i raspoloživi dohodak domaćinstava.

Prema prognozama, gospodarski rast će se u sljedećim godinama nastaviti. Ključni razlog ovogodišnjeg poticanja rasta su rast izvoza i utjecaj dinamike državnih investicija. Njegovo povećanje u 2017. bit će posljedica rasta državnih investicija.

U narednim godinama na gospodarski rast najviše će utjecati demografski čimbenici, što će se prije svega odraziti u nižem rastu zaposlenosti te na raspoloživom dohotku i osobnoj potrošnji. Rast stranog potraživanja, sukladno

prognozama međunarodnih institucija, postupno će jačati te će utjecati i na poboljšanje konkurentnosti.

Istovremeno, s oporavkom gospodarstva poboljšava se i situacija na tržištu rada. Uz povoljan prosjek od gotovo 1,5 % rasta zaposlenosti, do kraja 2019. očekuje se i postupno smanjivanje stope nezaposlenosti na razinu koja je zabilježena prije krize (oko 6 %). Zapošljavanje će biti brže u izvozno orijentiranim aktivnostima, izgradnji i uslugama.

Prema predviđanjima, nominalni porast prosječne bruto plaće od 2017. do 2019. bit će veći nego lani.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Gospodarska kriza te smanjeno oglašavanje u tiskanim medijima zbog izrazito brzog razvoja digitalne tehnologije i promjena navika čitalačke javnosti, utjecalo je 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.

Stvarni broj medija je 1.885, no u registru je trenutno upisan 2.131 medij jer neki istovremeno izlaze u više različitih oblika (tiskani i elektronski). Među njima je najviše tiskanih (1.227), slijede elektronski (420), radijski (123) te televizijski (115).

TV

Od javnih televizijskih kuća na cjelokupnom području Slovenije, svoj program emitiraju RTV SLO (TV Slovenija 1, TV Slovenija 2, TV Slovenija 3), TV Koper, TV Maribor i MMCTV.

Televizijske kuće koje su dobile status posebnog značaja su regionalne televizije koje sa svojim signalom pokrivaju različite regije Slovenije: ATV signal, Gorenjska televizija, TV Idea, RTS, TV Celje, TV Primorka, Vaš Kanal, VTV i TV Galeja.

Sve ostale televizijske kuće isključivo su komercijalne: POPTV, Kanal A, Pink, Golica TV (Ljubljana), Planet TV, TV 3 Medias, TOP TV, NET TV, Exodus TV, Čarli TV, MTV Adria, Nova24, TV Veseljak, EPTV, ETV, Kanal 3, Koroška TV, Moj TV, Studio AS, TV Galeja, TV Kras, TV Krpan, TV Lep, TV Petelin i Mimimax.

Prema podacima za 2016., broj televizijskih kuća nešto je manji od 90, a pet od devedeset dobilo je status televizije posebnog značaja (lokalne televizije).

Pokrivenost televizijskim signalom 2017.

Program	Vrsta TV	Segment	Pokrivenost
RTV SLO (TV Slo 1, TV Slo 2, TV Slo 3)	državna	opće	cijela Slovenija
TV Koper	državna	opće	Primorska regija
TV Maribor	državna	opće	Koroška i Štajerska regija
ATV signal	lokalna	opće	Središnja Slovenija
Gorenjska TV	lokalna	opće	Gorenjska regija
TV Idea	lokalna	opće	Središnja Slovenija

Program	Vrsta TV	Segment	Pokrivenost
RTS	lokalna	opće	Štajerska regija
TV Celje	lokalna	opće	Štajerska regija
TV Primorka	lokalna	opće	Primorska regija
Vaš Kanal	lokalna	opće	Dolenjska regija i Posavlje
VTV	lokalna	opće	Štajerska regija
TV Galeja	lokalna	opće	Primorska regija
POPTV	komercijalna	opće	cijela Slovenija
Kanal A	komercijalna	opće	cijela Slovenija
Planet TV	komercijalna	opće	cijela Slovenija
TV 3 Medias	komercijalna	opće	cijela Slovenija
TOPTV	komercijalna	politika	cijela Slovenija
NET TV	komercijalna	opće	cijela Slovenija
Exodus TV	komercijalna	katolička televizija	cijela Slovenija
Sportclub	komercijalna	sport	cijela Slovenija
Čarli TV	komercijalna	zabava	cijela Slovenija
MTV Adria	komercijalna	zabava	cijela Slovenija

Izvor: <http://oddajniki.rtvlo.si/slqpub/>

POP TV ostaje najgledanija televizija (u listopadu 2016. u *prime time* terminu dosegli su 23,8 % gledanosti u ciljnoj skupini od 18 do 54 godine, Planet TV je u istom razdoblju i za istu ciljnu skupinu dosegao 8 % gledanosti, dok je Kanal A u istom terminu zabilježio gledanost od 11,2 %).

Medijske kuće Pro Plus i Sport TV u 2016. povećale su prihode, dok je Planet TV zabilježio 10-postotni pad prometa. Poslovni prihodi radijskih mreža Infonet i Radio Centar čine polovinu svih prihoda u radijskoj industriji, prihodi izdavača dnevnih novina i dalje padaju, dok se promet davatelja usluga vanjskog oglašavanja također neznatno smanjio.

Podaci Agencije Republike Slovenije za javnopravne evidencije i usluge (Ajpes) za 2016. pokazuju sličnu sliku poslovanja slovenskih medija kao i za 2015. kada su se sredstva neznatno podijelila među pojedinačnim medijima. U 2016., 95 slovenskih medija ostvarilo je gubitak od 12 milijuna eura, odnosno 58 % manje nego prethodne godine (oko 28 milijuna eura). Prošle godine slovenski mediji zabilježili su prihode od prodaje u iznosu od 315 milijuna eura, što je 7 milijuna eura ili 2 % manje nego 2015.

Televizija – Neto prihodi od prodaje u eurima, 2016.

TELEVIZIJA	LETO 2016	LETO 2015	SPREMEMBA V %
PRODUKCIJA PLUS storitveno podjetje d.o.o. Ljubljana	52.132.510	48.996.039	6 %
RADIOTELEVIZIJA SLOVENIJA javni zavod, Ljubljana*	12.788.000	11.977.000	7 %
ANTENNA TV SL, televizijska dejavnost d.o.o.	8.211.673	9.594.883	-14 %
ASPN, storitveno podjetje, d.o.o.	4.143.531	3.564.493	16 %
PINK SI Družba za radiodifuzijo, produkcijo in marketing d.o.o.	1.790.639	2.358.206	-24 %
MTV ADRIA Družba za trženje in tržne komunikacije d.o.o.	1.613.076	1.739.736	-7 %
TELEVIZIJA NOVO MESTO d.o.o.	480.463	573.675	-16 %
TV CELJE d.o.o., Celje	467.536	254.145	84 %
VTV VELENJSKI TELEVIZIJSKI STUDIO d.o.o.	326.231	306.796	6 %
NOVA HIŠA, SPLETNI IN RADIJSKI MEDIJ D.O.O.	321.113	86.812	270 %
TV IDEA - KANAL 10, družba za televizijsko dejavnost d.o.o.	263.665	174.348	51 %
ETV mediji in turizem d.o.o.	125.269	147.888	-15 %
R KANAL+ organizacija in predvajanje lokalnega TV in radijskega programa d.o.o.	94.368	101.830	-7 %
ČARLI televizijska dejavnost d.o.o.	85.507	1.011.598	-92 %
NET TV podjetje za proizvodnjo, trgovino in storitve d.o.o.	52.119	88.224	-41 %
TV3 d.o.o.	37.000	15	246567 %
VI-TEL podjetje za avdio-video dejavnost d.o.o.	19.856	10.620	87 %
SEŠTEVEK SKUPINE MEDIJEV	82.952.554	80.986.308	2 %

Izvor: Marketing Magazin, listopad 2017.

Radio

Većina radijskih programa upotrebljava FM frekvencije, a samo pet radijskih programa emitira na srednjem AM valu. Cijelo područje Slovenije pokrivaju tri radijska programa javne službe RTV Slovenije (Prvi program RTV, Val 202 i ARS). Najveću pokrivenost, kod regionalnih postaja, ima neprofitni program Radio Ognjišča. Veća područja Slovenije pokrivaju radio postaje koje su povezane u programske mreže. Trenutačno djeluje pet glavnih 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, trenutačno djeluje šest lokalnih, deset regionalnih, jedan studentski te dva neprofitna programa sa statusom radijskog programa od posebnog značaja.

Radijske postaje su 2016. ostvarile 7 % manji prihod nego 2015., što se može prvenstveno pripisati radijskoj mreži Infonet, koja je zabilježila gotovo petinu niži promet, ali je s ostvarenih sedam milijuna eura prihoda još uvijek na vrhu ljestvice.

Agencija Next Marketing, koja s poduzećem Radio Center pokriva istoimenu radijsku mrežu, ostvarili su promet od 3,2 milijuna eura. Među radijskim stanicama koje godišnje ostvaruju milijun eura i više nalaze se Radio Glas Ljubljana (Aktual), koji je prošle godine imao rast prihoda od 10 % te Radio Ptuj i Radio City koji djeluju u sličnim okvirima kao i prethodne godine.

Među postajama koje su znatno povećale prihode je Zeleni val, čiji je promet porastao za četvrtinu, a uz nje ga rastom prihoda mogu se pohvaliti i Radio 1, Radio Ekspres (Megaline) i primorski Capris. Niži prihod imao je radio HIT (R Domžale) koji je na pozitivnoj nuli, nešto niže prihode zabilježili su Radio Kranj i Radio Krka, dok je promet na Radiju Univox manji za 17 %.

Radijske postaje po slušanosti, rujan 2016.

Radijska postaja	doseg (%)	doseg (u 000)
Radio Aktual	12,4	211
Radio 1	11,9	201
Val 202	11,3	191
RTV SLO 1 program	7,4	125

Radijska postaja	doseg (%)	doseg (u 000)
Radio Center	5	85
Radio City	3,7	62
Radio Ognjišča	3,2	54

Izvor: Radiometrija Media Pool, rujan 2016., sve demografske skupine

Radio – prihod od prodaje u eurima, 2016.

RADIO	LETO 2016	LETO 2015	SPREMEMBA V %
INFONET MEDIA, radijska produkcija, d.d.	7.206.660	8.831.170	-18 %
NEXT MARKETING, marketinška agencija, d.o.o.	2.002.329	2.059.388	-3 %
RADIO GLAS LJUBLJANA d.d., Ljubljana	1.869.173	1.635.783	14 %
RADIO TEDNIK PTUJ družba za časopisno in radijsko dejavnost d.o.o.	1.498.559	1.573.350	-5 %
RADIO CENTER, družba za radijsko dejavnost, trgovino in storitve d.o.o.	1.208.450	1.106.338	9 %
RADIO CITY družba za radijsko in televizijsko dejavnost, trgovino in storitve d.o.o.	1.126.742	1.158.464	-3 %
Radio Pro 1, Radijska produkcija, d.o.o.	953.797	810.959	18 %
RADIO OGNJIŠČE, ustvarjanje in predvajanje radijskega in televizijskega programa d.o.o. Koper	601.055	631.909	-5 %
MEGALINE d.o.o. radijska dejavnost	585.572	512.901	14 %
RADIO CAPRIS d.o.o. radijska dejavnost	461.963	414.548	11 %
REGIONALNA RADIJSKA POSTAJA RADIO KUM TRBOVLJE, d.o.o.	423.331	409.439	3 %
KOROŠKI RADIO D.O.O. SLOVENJ GRADEC	384.856	388.073	-1 %
ALPE ADRIA "ZELENI VAL" podjetje za radiofuzijo in marketing, d.o.o.	354.006	280.659	26 %
RADIO SORA, podjetje za informiranje, d.o.o.	312.066	353.387	-12 %
REČAL MEDIA, družba za tržno komuniciranje d.o.o.	299.143	273.849	9 %
UNIVOX Podjetje za RTV produkcijo d.o.o.	279.769	337.509	-17 %
RADIO 94, produkcija radijskega programa d.o.o. Postojna	276.600	299.792	-8 %
RADIO KRKA Novo mesto, d.o.o.	231.305	311.091	-26 %
RADIO TRIGLAV JESENICE, D.O.O.	229.641	248.727	-8 %
RADIO KRANJ, Podjetje za informiranje in ekonomsko propagando, d.o.o.	218.629	318.965	-31 %
RADIO 1, storitve in trgovina, d.o.o.	3.960	10.840	-63 %
R DOMŽALE trgovsko in proizvodno podjetje, d.o.o.	916	117.884	-99 %
SEŠTEVEK SKUPINE MEDIJEV	20.528.521	22.085.025	-7 %

Izvor: Marketing Magazin, listopad 2017.

Tisak

Među tiskanim medijima najviše je onih koji izlaze mjesečno (401), slijede oni koji izlaze manje od četiri puta godišnje (274), oni koji izlaze kvartalno (269), od pet do devet puta godišnje (171), tjedni (60), dvotjedni (42), dok je najmanje dnevnik (10).

Dnevni časopis s najvišom nakladom su Slovenske novice (64.000), a sastavni prilozi su Priloge Plus 50, Ona, Delo in domi i Vikend. Nedeljsko izdanje izlazi pod imenom Nedeljske novice.

Drugi po nakladi i čitanost, najveći ozbiljni slovenski časopis, je Delo s nakladom od 34.486 primjeraka. Revijalni prilozi Dela su Sobotna priloga, Ona, Delo i dom, Odprta kuhinja, Plus 50, Vikend, Znanost, Na kolesih, Trip, Panorama i Kult. Nedjeljno izdanje Dela izlazi pod imenom Nedelo (naklada: 32.758). Najnovije izdanje Dela je Svet kapitala (naklada 37.900), poslovni časopis koji izlazi na tjednoj bazi.

Treće po redu su dnevne novine Dnevnik s nakladom od 25.482 primjeraka. Najpoznatije tjedno izdanje je Nedeljski dnevnik koji izlazi srijedom te je s nakladom od 84.940 primjeraka najčitaniji tjednik u Sloveniji. Ostali prilozi su Nika (izlazi svaku drugu srijedu u Dnevniku i Nedeljskem dnevniku), Moj dom, Pilot, Objektiv, 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 24.353 primjeraka. Nedjeljno izdanje izlazi pod imenom Večer v nedeljo s nakladom od 26.000 primjeraka.

Primorske novice su glavne dnevne novine na području Primorske regije s nakladom od 20.000 primjeraka, 7. val njihov je subotnji prilog.

Jedini dnevni poslovni časopis u Sloveniji je Finance (naklada: 8.538 primjeraka).

Grupacija Media24 pod svojim okriljem broji nekoliko bitnih edicija: dnevne novine Svet24 (naklada 70.000), sportske dnevne novine koje su objedinile slovensku Ekipa i hrvatske Sportske novosti pod nazivom Ekipa SN – sportski dnevnik, mali oglasnik Salomonov oglasnik, Dolenjski list, radio Aktual te zabavne časopise: Zvezde (47.000), Zarja (36.000), Avenija (20.500), Maja (20.500) i Fatalna (18.000).

Slijedeća velika grupacija različitih medija je Adriamedia koja obuhvaća: Story (10.500), Nova (22.500), w Lea (13.000), Lisa (11.000), Lady (50.000), Jana (40.000), Elle (6.000) i Cosmopolitan (13.000).

Časopisi koji se bave gastro i eno tematikom su Dober tek sa nakladom od 9.200 primjeraka, Pet zvezdic s nakladom od 5.000 primjeraka, Dolce Vita (4.000).

Časopisi s isključivo turističkom tematikom: 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), Tekoč (5.000), Sokol (2.500), Val Navtika (8.200) i Navtika plus (7.500).

Zajedničko poslovanje 25 najvećih tiskanih medija pokazuje da je trend drastičnog pada prihoda konačno zaustavljen. Prošle godine tiskani mediji ostvarili su nešto manje od 170 milijuna eura prihoda, što je oko 3 % manje u odnosu na godinu prije. Pad prihoda i dalje se nastavlja kod najvećih izdavača dnevnih novina, posebice u Večeru, koji je u godinu dana izgubio nešto manje od tri milijuna eura, dok su Dnevnik i Delo zabilježili pad prometa između 3 % i 4 %, Finance 5 %, a Primorske novice gotovo 10 %. Mladinska knjiga ima niži prihod, gdje se promet u jednoj godini smanjio za četiri milijuna eura (17 %). Na pozitivan ukupan rezultat jako je utjecao i rast prihoda izdavača Salomon, koji je s 43 milijuna eura prihoda prestigao dugogodišnjeg vođu na ljestvici, izdavačku kuću Delo. U jednoj godini Salomon je zabilježio rast prihoda od 20 %, odnosno sedam milijuna eura više nego 2015., a rastom prometa može se pohvaliti i Adria Media.

Tisak – Neto prihod od prodaje u eurima, 2016.

■ TISK - Čisti prihodi podjetja od prodaje v EUR			
ZALOŽNIŠKA HIŠA	LETO 2016	LETO 2015	SPREMEMBA V %
SALOMON d.o.o., podjetje za zaposlovanje invalidov, proizvodnjo, posredovanje in storitve Ljubljana	43.272.652	36.065.183	20 %
DELO časopisno založniško podjetje, d.o.o.	37.433.756	38.540.856	-3 %
MLADINSKA KNJIGA ZALOŽBA d.d.	20.597.875	24.701.829	-17 %
DNEVNIK Družba medijskih vsebin d.d.	17.914.839	18.739.055	-4 %
ČASNIK VEČER časopisno založniško podjetje d.o.o.	8.697.096	11.553.149	-25 %
ČASNIK FINANCE, časopisno založništvo d.o.o.	7.216.653	7.636.353	-5 %
ADRIA MEDIA LJUBLJANA, založništvo in trženje, d.o.o.	5.458.518	5.365.386	2 %
VIDEOTOP, družba za trgovino, storitve in založništvo, d.o.o.	4.795.338	5.917.322	-19 %
PRIMORSKE NOVICE, časopisno - založniška družba, d.o.o.	3.918.594	4.283.343	-9 %
GORENJSKI GLAS, časopisno podjetje, d.o.o., Kranj	3.098.246	3.107.345	0 %
ČASOPISNO ZALOŽNIŠKA DRUŽBA KMEČKI GLAS, d.o.o.	2.575.183	2.702.100	-5 %
MLADINA časopisno podjetje d.d., Ljubljana	2.334.114	2.488.907	-6 %

■ TISK - Čisti prihodi podjetja od prodaje v EUR			
ZALOŽNIŠKA HIŠA	LETO 2016	LETO 2015	SPREMEMBA V %
JAVNO PODJETJE URADNI LIST REPUBLIKE SLOVENIJE d.o.o.	2.165.303	2.096.516	3 %
OGNJIŠČE založniška dejavnost d.o.o.	2.158.138	2.129.050	1 %
NT&RC Podjetje za časopisno in radijsko dejavnost d.o.o. Celje	1.310.206	1.397.052	-6 %
PODJETJE ZA INFORMIRANJE, Murska Sobota d.d.	1.235.016	1.255.618	-2 %
DOLENJSKI LIST Novo mesto, d.o.o., časopisno založniška družba	1.032.778	1.100.114	-6 %
NOVICE založniško podjetje, d.o.o.	990.489	1.023.614	-3 %
TEHNIŠKA ZALOŽBA SLOVENIJE d. d., Ljubljana	696.339	762.802	-9 %
ROSSAD d.o.o. založništvo, svetovanje, trgovina	643.299	1.153.281	-44 %
TEHNIŠKI marketing in založništvo d.o.o.	636.556	471.791	35 %
NAŠ ČAS časopisno-založniška in RTV družba, d.o.o.	628.663	688.348	-9 %
ALPRESS Podjetje za trgovino, tehnološke in organizacijske storitve ter inženiring, d.o.o.	475.171	521.087	-9 %
SEŠTEVEK SKUPINE MEDIJEV	169.284.820	173.700.101	-3 %

Izvor: Marketing Magazin, listopad 2017.

Elektronski mediji

Izdavač	Internetni portal
PRO Plus d.o.o.	24ur.com, vizita.si, zadovoljna.si, okusno.je, moškisvet.com, bibaleze.si, dominvrt.si, cekin.si, voyo.si, pro-plus.si
Styria digital marketplaces d.o.o.	bolha.com, mojedelo.com
TSmedia d.o.o.	siol.net, najdi.si, itis.si, bizi.si
RTV Slovenija javni zavod	rtvslo.si
Overnet d.o.o.	Med.Over.Net
Delo d.o.o.	slovenskenovice.si, delo.si, deloindom.si, micna.si, polet.si
Feniks media d.o.o.	zurnal24.si2
VSN, d.o.o.	hudo.com3
Svet24, d.o.o.	svet24.si, reporter.si, njena.si, ekipa24.si, najstnica.si
Dnevnik d.d.	dnevnik.si
Časnik Finance, d.o.o.	finance.si
Infonet Media d.d.	radio1.si
Večer d.o.o.	vecer.com
Antenna TV SL d.o.o.	planet.si
Danu d.o.o.	ringaraja.net
Primorske novice ČZD d.o.o.	primorske.si

Izdavač	Internetni portal
Adria Media Ljubljana d.o.o.	aktivni.si, govori.se, sensa.si, avto-magazin.si, lisa.si, elle.si
SŽ-potniški promet d.o.o.	slo-zeleznice.si
Popcom d.o.o.	igre123.com
Carpe Diem d.o.o., Kranj	racunovodja.com
Reformabit d.o.o.	citymagazine.si, hedonizem.si
Eksa d.o.o.	dijaski.net,studentski.net
Mladina d.d., Ljubljana	mladina.si
Mediasplet d.o.o.	izklop.com
Netmedia d.o.o.	sobotainfo.com
D.Labs d.o.o.	avtomobilizem.com
Nogomanija d.o.o.	nogomania.com
Mediaspeed, Borut Cvetko s.p.	mediaspeed.net
Avtobusna postaja Ljubljana d. d.	AP-Ljubljana.si
Dolenjski list Novo mesto d.o.o.	dolenjskilist.si
Eksa d.o.o.	studentski.net
Kompas d.d.	kompas.si
Bicikel - Boštjan Svete s.p.	bicikel.com
ELEKTRUM skupina d.o.o.	strojnistvo.com
Potovanja Pirc d.o.o.	last-minute.si
Gorenjski Glas d.o.o., Kranj	gorenjskiglas.si
Motiviti d.o.o.	bringler.com

Prikaz internetnih stranic prema posjećenosti, rujun 2016

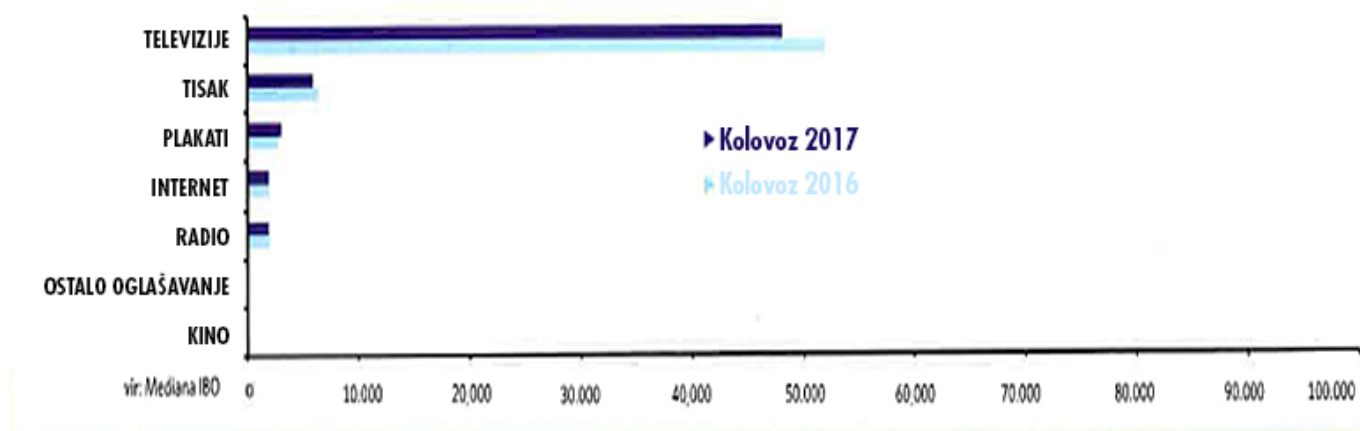
Internetna stranica	Izdavatelj	Doseg	Doseg (%)
Siol.net	TS media d.o.o.	684.491	53,10
24ur.com	PRO Plus d.o.o.	681.302	52,80
Rtvslo.si	RTV Slovenija, javni zavod	583,343	45,20
zurnal24.si	Feniks media d.o.o.	550.326	42,70
slovenskenovice.si	Delo d.o.o.	512,559	39,70
Svet24.si	Svet24, informativne vsebine d.o.o.	465.842	36,10
Bolha.com	Styria digital marketplaces, d.o.o.	463.178	35,90
Med.Over.Net	Overnet d.o.o.	415.800	32,20
delo.si	Delo d.o.o.	355.641	27,60
najdi.si	TSmedia, d.o.o.	343.080	26,60
hudo.com	I.R.V. d.o.o.	289.763	22,50
itis.si	TSmedia, d.o.o.	265.538	20,60
bizi.si	TSmedia, d.o.o.	253.894	19,70
vecer.com	Večer d.o.o.	242.845	18,80
dnevnik.si	Dnevnik, d.d.	238.334	18,50
radio1.si	Infonet Media d.d.	229.600	17,80

Internetska stranica	Izdavatelj	Doseg	Doseg (%)
vizita.si	PRO Plus, d.o.o.	227.978	17,70
okusno.je	PRO Plus, d.o.o.	199.758	15,50
zadovoljna.si	PRO Plus, d.o.o.	188.338	14,60
moškisvet.com	PRO Plus, d.o.o.	175.413	13,60
bibaleze.si	PRO Plus, d.o.o.	170.794	13,20
cosmopolitan.si	Adria Media Ljubljana d.o.o.	146.115	11,30
finance.si	Časnik Finance, časopisno založništvo d.o.o.	138.496	10,70
cekin.si	PRO Plus, d.o.o.	125.274	9,70
mojedelo.com	Styria digital marketplaces, d.o.o.	116.415	9,00
govori.se	Adria Media Ljubljana d.o.o.	116.351	9,00
dominvrt.si	PRO Plus, d.o.o.	114.912	8,90
primorske.si	Primorske novice ČZD, d.o.o.	104.751	8,10
aktivni.si	Adria Media Ljubljana, založništvo in trženje, d.o.o.	104.671	8,10
citymagazine.si	Reformabit d.o.o.	101.058	7,80

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

Oglašavanje u medijima

Bruto vrijednost oglašavanja prema vrsti medija, kolovoz 2016./2017.



Izvor: Marketing Magazin, listopad 2017

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

U 2016. je na jedno ili više putovanja otputovalo gotovo 2.854.000 Slovenaca. Od toga je na barem jedno privatno putovanje otputovalo 85,4 %, a na barem jedno poslovno putovanje 14,6 %.

Ukupno su Slovenci otišli na gotovo 4,6 milijuna turističkih putovanja, od čega je 88,7 % bilo privatnih, a 11,3 % službenih.

Ukupan broj stanovnika Slovenije koji su 2016. otputovali na odmor (u 000)

	2016.	Indeks 2016./2015.
Otputovali na turističko putovanja privatno i/ili poslovno	2.854	99,5
Otputovali na privatno putovanje	2.438	109,4
Otputovali na poslovno putovanje	416	94,5

Izvor: SURS

Najviše privatnih putovanja realizirano je u trećem kvartalu (lipanj, srpanj, kolovoz). Ukupno je zabilježeno 2.854.000 putovanja u inozemstvo, od čega je 2.438.000 bilo privatnih.

Dvije trećine svih privatnih putovanja u inozemstvo ostvareno je u Hrvatskoj, a po broju poslovnih putovanja prednjači Njemačka (15 %). Najposjećenija zemlja na privatnim putovanjima u inozemstvo bila je Hrvatska (66 %), slijede Italija (5 %), Austrija (4 %) i Bosna i Hercegovina (4 %). Prosječan broj noćenja na privatnim putovanjima iznosi 4,9 (u Sloveniji prosječno tri, u inozemstvu prosječno 6,1 noć). U prosjeku su privatne osobe potrošile oko 44 eura dnevno (prosječno 36 eura dnevno na privatnim putovanjima u Sloveniji, na privatnim putovanjima u inozemstvu 46 eura dnevno).

U drugom kvartalu 2017. na barem jedno privatno putovanje išlo je približno 543.000 ili 31 % stanovnika Slovenije starih najmanje 15 godina, što je za dva postotna boda više nego u drugom kvartalu 2016. Sveukupno je ostvareno oko 949.000 privatnih putovanja, od toga se 58 % odvijalo u inozemstvu, a 42 % u Sloveniji. Prosječno su obuhvaćala 3,4 noćenja (4,3 u inozemstvu, 2,1 u Sloveniji). Osobe na privatnim putovanjima prosječno su potrošile oko 51 euro dnevno (u inozemstvu 55 eura, u Sloveniji 42 eura).

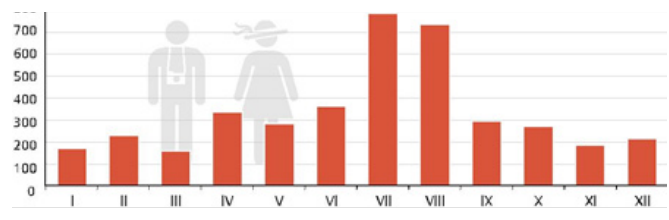
Stanovnici Slovenije najviše putuju tijekom slobodnih dana, u srpnju i kolovozu kada ostvaruju više od trećine (37 %) svih privatnih putovanja.

Broj turističkih putovanja, 2016. (u 000)

	2016.	Indeks 2016./2015.
Slovenija	1.720	107,8
Ukupno	2.854	99,5

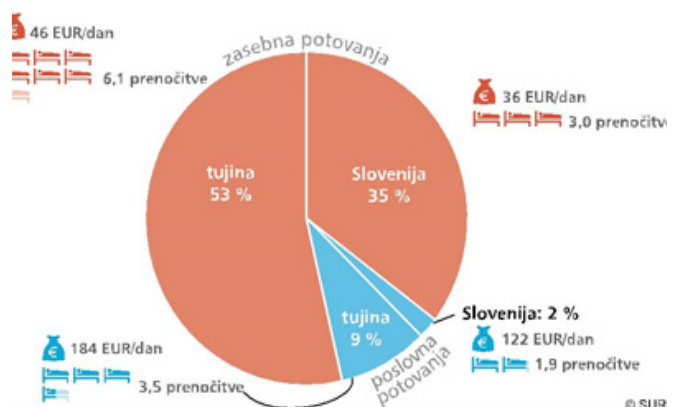
Izvor: SURS

Broj turističkih putovanja po mjesecima, 2016. (u 000)



Izvor: SURS

Turistička putovanja, 2016.

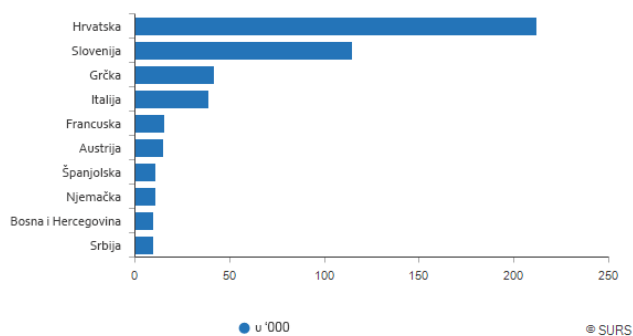


Izvor: SURS

Omiljene odmorišne destinacije

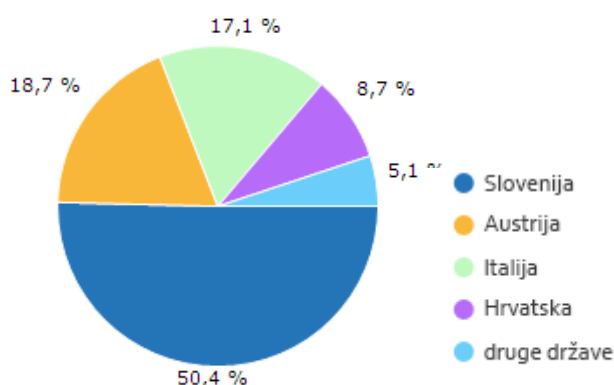
Prema podacima slovenskih putničkih agencija, najviše slovenskih turista odlučilo se za Hrvatsku, Sloveniju, Grčku i Italiju. Najviše jednodnevnih izleta ostvarili su u Sloveniji, Austriji, Italiji i Hrvatskoj.

Putovanja u destinacije koja su organizirale turističke agencije, 2016.



Izvor: SURS

Jednodnevni izleti koje su organizirale turističke agencije, 2016.



Izvor: SURS

U 2016. putničke agencije su organizirale putovanja s barem jednim noćenjem za 583.000 domaćih turista, od čega je 115.000 turista noćilo u Sloveniji, a 468.000 u inozemstvu. Najčešće destinacije za domaće turiste u inozemstvu bile su Hrvatska, Grčka, Italija, Francuska i Austrija. U jednodnevnim izletima koje su organizirale putničke agencije, sudjelovalo je 248.000 domaćih turista, od čega je 125.000 ostvareno u Sloveniji, a 123.000 u inozemstvu (od kojih je većina putovala u Austriju, Italiju i Hrvatsku).

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

Odnos Hrvatske kao turističke destinacije i slovenskog turista je kompleksan. Govorimo o odnosu koji svoje korijene ima u povijesti zajedničke države, a koji je utjecao na stanovništvo obiju država. Osim povijesno-kulturne povezanosti, glavni razlog što Hrvatska kao turistička destinacija već godinama drži visoku poziciju je blizina, poznavanje jezika, tradicija, rodbinske veze te sličan način života.

Prednosti	Nedostaci
<ul style="list-style-type: none"> • poznavanje jezika i kulture • bogata gastronomija i enologija • prirodne ljepote i razvedenost obale • raznovrsnost ponude smještajnih kapaciteta • koncentracija različite ponude na relativno malom prostoru • povezanost ponude s domaćim ponuđačima proizvoda i usluga • sigurnost 	<ul style="list-style-type: none"> • osjećaj manjeg angažmana domaćina u odnosu na ostale goste • veća fleksibilnost hotelijera, akcijski popusti i bolji uvjeti • rano stopiranje prodaje hrvatskih hotelijera

Izvor: SURS

Zbog navedenih razloga, Slovenija za Hrvatsku predstavlja izuzetno važno stabilno tržište na koje se Hrvatska uvijek može osloniti. „Uvijek“ znači pod uvjetom da hrvatski turistički radnici zadovolje kriterije dobrog domaćina i pruže kvalitetan proizvod.

Navike putovanja

U 86 % slučajeva na putovanje su išli osobnim automobilom, dok je avion koristilo 6 %, autobus 5 %, a vlak 2 % turista.

Broj turističkih putovanja, 2016. (u 000)

	Udjel u putovanjima 2016. (%)	Indeks 2016./2015.
Osobno cestovno motorno vozilo	86	104,4
Avion	6	58,3
Autobus	5	68,5

Izvor: SURS

Kao izvor informacija prilikom organiziranja dužeg putovanja u inozemstvo ponajviše koriste internet. Još uvijek su orijentirani na ponude aranžmana agencija, najčešće ih pregledavaju na internetu, ali i dalje odlaze u poslovnice.

ili u vlastitoj vikendici. Na privatnim putovanjima oko 66 % slovenskih gostiju izabralo je turističke objekte u kojima su plaćene usluge smještaja i/ili hrane (hoteli i slični objekti 23 %, kampovi 9 % te drugi objekti za najam 23 %).

U 2016. slovenski turisti su na privatnim putovanjima najčešće noćili u hotelima, kampovima ili u drugim iznajmljenim objektima (55 %). Njih 45 % noćilo je kod obitelji, prijatelja

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

Privatna i poslovna putovanja prema spolu

	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Svi stanovnici, do 15 godina starosti	2.474.000	2.611.000	2.643.000	2.868.000	2.854.000
Stanovnici na privatnim putovanjima – ukupno	2.080.000	2.293.000	2.249.000	2.428.000	2.438.000
muškarci	1.035.000	1.142.000	1.034.000	1.220.000	1.145.000
žene	1.044.000	1.153.000	1.215.000	1.208.000	1.292.000
Stanovnici na poslovnim putovanjima – ukupno	396.000	318.000	394.000	440.000	416.000
muškarci	285.000	185.000	286.000	306.000	162.000
žene	83.000	23.000	27.000	25.000	35.000

Izvor: SURS

Motivi putovanja u inozemstvo, 2016. (u 000)

		siječanj – ožujak	travanj – lipanj	srpanj – rujanj	listopad – prosinac
Razlozi za privatno putovanje – ukupno	putovanja	258	567	1306	307
	noćenja	1283	2510	9608	1469
	prosječan broj noćenja	5,0	4,4	7,4	4,8
	prosječni troškovi po turistu za noćenje (eura)	66,09	56,62	37,71	69,45
Provođenje slobodnog vremena	putovanja	218	480	1161	224
	noćenja	1089	2002	8465	1013
	prosječan broj noćenja	5,0	4,2	7,3	4,5
	prosječni troškovi po turistu za noćenje (eura)	73,12	61,47	39,36	85,90
Posjet obitelji i prijateljima	putovanja	39	87	144	83
	noćenja	194	508	1143	456
	prosječan broj noćenja	5,0	5,9	7,9	5,5
	prosječni troškovi po turistu za noćenje (eura)	26,70	37,55	25,54	32,88

Izvor: SURS

Broj turističkih putovanja, 2016. (u 000)

Vrsta troška	2016.	Indeks 2016./2015.
Trošak za prijevoz	26,0	87,8
Trošak za smještaj	24,9	64,2
Trošak hrane i pića u restoranima i lokalima	10,7	68,2
Trošak za druge aktivnosti, usluge	11,4	71,3

Izvor: SURS

Pregled organizatora putovanja

Turistička agencija	Grad	Internetska stranica
Bonus	Maribor	www.bonus.si
BooM	Krško	www.boom.si
Collegium Mondial Travel d.o.o.	Ljubljana	www.collegium.si
Gradtur d.o.o.	Ljubljana	www.gradtur.si
Happy Tours	Domžale/Ljubljana	www.happytours.eu
Kompas d.d.	Ljubljana	www.kompas.si
Ojla	Celje	www.ojla.si
Palma d.o.o.	Celje	www.palma.si
Relax turizem d.d.	Dravograd	www.relax.si
TA Sonček d.o.o., Maribor	Maribor	www.sonchek.com
Tentours d.o.o.	Domžale/Ljubljana	www.tentours.si
Transalp	Ljubljana	www.transalp.si
Oasis tours	Ljubljana	www.oasistours.si
Supra travel	Ljubljana	www.supratravel.si
Agencija Oskar	Kranj	www.agencija-oskar.si

Izvor: SURS

OSVRT NA 2017.

OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Slovensko tržište već dugi niz godina bilježi uzlazni trend rasta turističkog prometa. Potencijala za rast svakako ima u pred i posezoni. Kako bi se realizirao dodatni potencijal potrebno je dodatno i ciljano ulaganje na tržište u vidu podizanja svijesti o mogućnostima koje Hrvatska pruža i izvan glavne ljetne sezone. Takvim pristupom očekujemo povećanje za navedeno razdoblje.

Omiljene odmorišne destinacije

Na turistička kretanja u 2017. najviše su utjecali globalni sigurnosni čimbenici, naročito nestablina sigurnosna situacija u cijelom svijetu. Glavni čimbenik pri odabiru destinacije za odmor bila je sigurnost, traženije su bile bliže i provjerenije destinacije, nastavlja se dominacija interneta kao medija koji utječe na odabir i realizaciju putovanja te biranje destinacija prema cjenovnom kriteriju.

Karakteristike slovenskog turističkog tržišta ostale su gotovo nepromijenjene, osim što se u prvi plan stavlja sigurnost destinacije u koju se putuje. Osim Slovenije, najviše se putovalo u Hrvatsku, Španjolsku, Italiju, Austriju i Grčku.

Slovinci i dalje ostaju izrazito individualni gosti koji putuju barem dva puta godišnje, jednom na duže putovanje te izvan sezone na kraća putovanja (jedan do tri dana). Kada se odlučuju na kraća putovanja odabir je obično destina-

cija u blizini, a presudnu ulogu imaju troškovi dolaska te aktivnosti koje destinacija pruža u svim mogućim oblicima. Izuzetno su osjetljivi na odnos cijene i kvalitete uz velika očekivanja. Svakako su to gosti koji vole ponovno dolaziti u destinacije koje su provjerene i u kojima se osjećaju ugodno.

Pregled organizatora putovanja

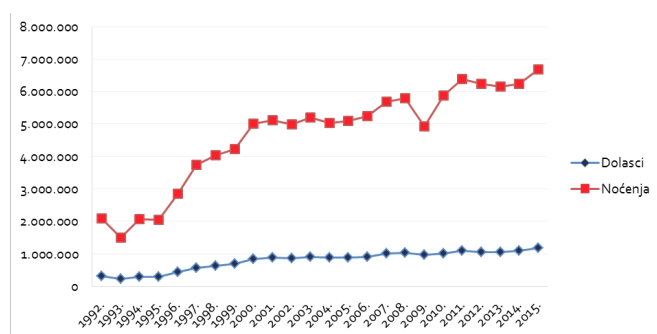
Turističke agencije koje djeluju na području Slovenije najviše aranžmana prodale su u Hrvatskoj, Grčkoj, Italiji, Francuskoj, Austriji, Španjolskoj i Njemačkoj. Prodale su i veliki broj aranžmana na domaćem tržištu domaćim gostima koji po broju prodanih aranžmana zauzimaju drugo mjesto, iza Hrvatske. Najviše aranžmana odnosi se na slovenske toplice. Najviše jednodnevnih izleta organizirano je za područje Austrije, Italije, Njemačke i Hrvatske. U odnosu na 2016., i dalje je primjetan manji interes i broj prodanih aranžmana za područje sjeverne Afrike (Tunisa, Egipta) i drugih država. Jedna od najtraženijih destinacija Slovenaca, Turska, još uvijek nema naznaka za povratak na tržište. Turističke agencije koje su nudile sadržajne proizvode te srednju ili višu kategoriju smještaja bilježe blagi porast, dok one koje nude osnovni proizvod (smještaj + hrana) bilježe stagnaciju, neke čak i pad prodaje. Agencije koje su se orijentirale na nižu kategoriju ponude smještaja te samim time i niže cijene, uglavnom su se preorijentirale na jeftinija tržišta poput Crne Gore, Albanije, Bugarske i sl.

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

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.	1.298.501	109	424	7.139.500	107	342

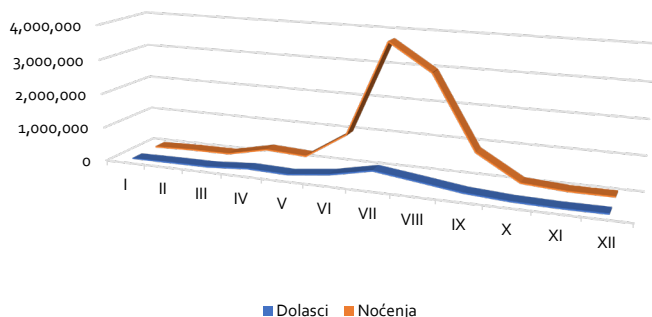
Izvor: DZS (komercijalni smještajni objekti)

Dolasci i noćenja slovenskih turista, razdoblje 1992. - 2016.



REZULTATI ZA 2016. PREMA SUSTAVU eVisitor

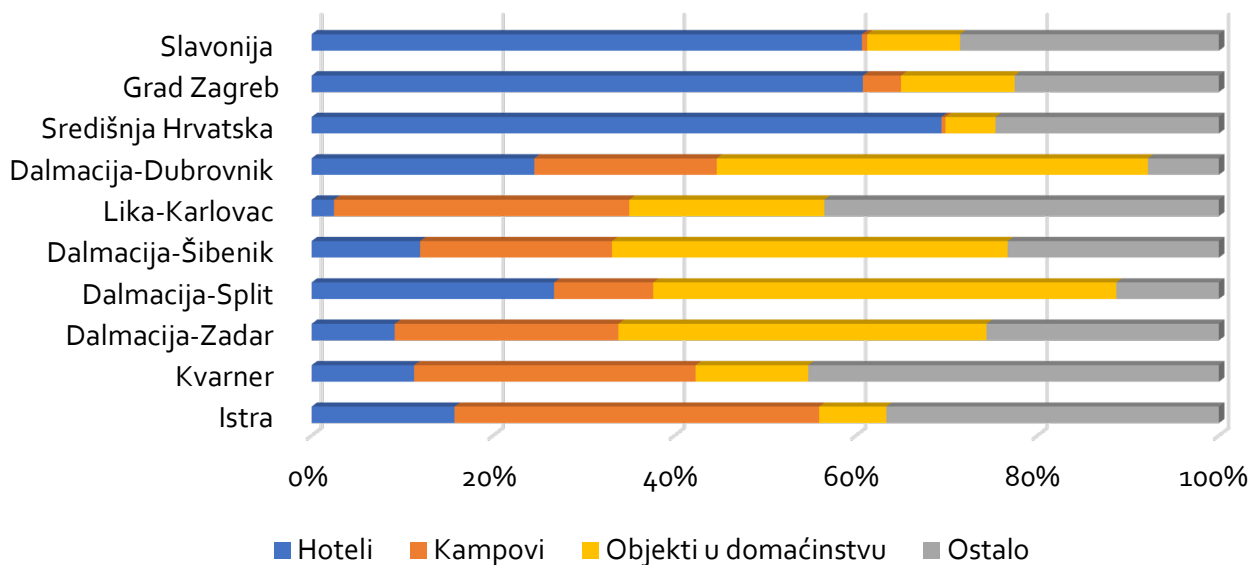
Dolasci i noćenja slovenskih turista, 2016.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad/općina	noćenja
Umag	632.589
Mali Lošinj	585.579
Medulin	384.325
Novigrad (Istarska)	372.318
Dobrinj	342.003
Novalja	336.797
Vodnjan	298.051
Poreč	284.104
Malinska-Dubašnica	236.583
Omišalj	218.962

Noćenja slovenskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2016.



Dolasci i noćenja po klasterima

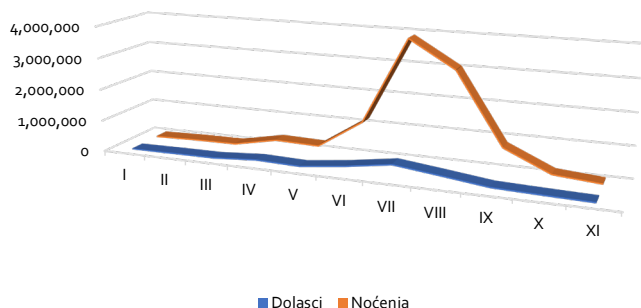
Klaster	dolasci	noćenja
Istra	541.089	3.234.923
Kvarner	361.220	2.646.548
Dalmacija-Zadar	182.414	1.484.254
Dalmacija-Split	99.847	724.246
Dalmacija-Šibenik	67.144	513.147
Lika-Karlovac	49.342	428.953
Dalmacija-Dubrovnik	39.184	292.905
Nautika	25.589	125.314
Središnja Hrvatska	31.544	76.538
Grad Zagreb	25.456	42.214
Slavonija	6.240	10.225
Ukupno	1.429.069	9.579.267

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	4,3%	4,1%
6-11 godina	4,9%	4,6%
12-17 godina	3,2%	3,1%
18-24 godina	2,9%	3,3%
25-34 godina	7,2%	7,9%
35-44 godina	10,7%	10,5%
45-54 godina	8,4%	8,0%
55-64 godina	5,7%	5,4%
65-120 godina	3,2%	2,9%

REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – STUDENI 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

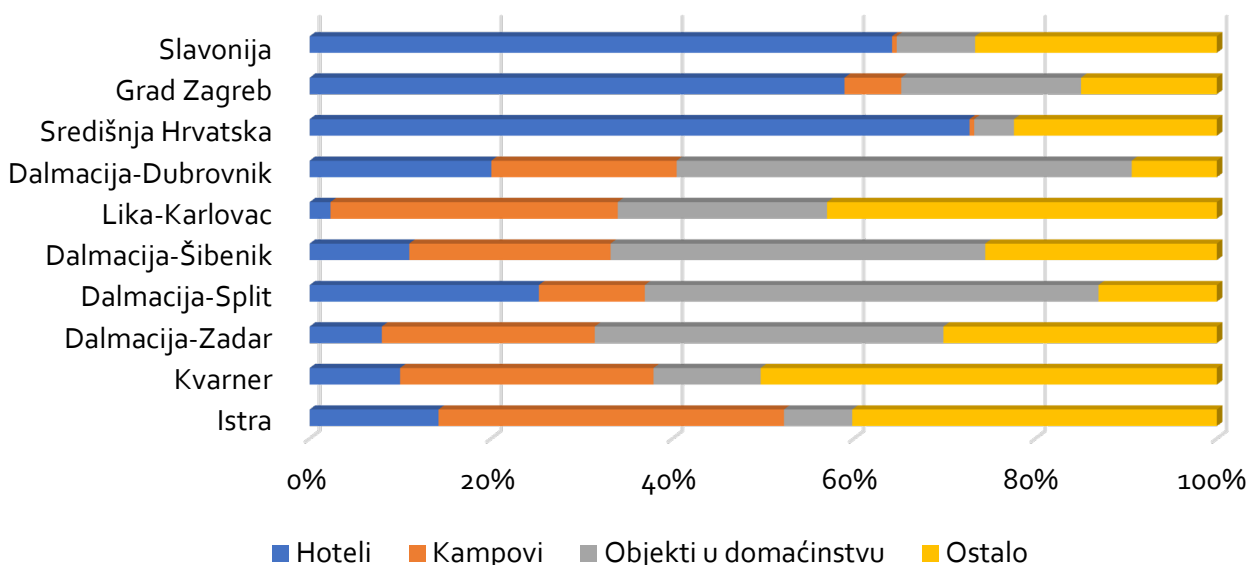
Dolasci i noćenja slovenskih turista, I-XI 2017.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad/općina	noćenja
Umag	680.038
Mali Lošinj	595.544
Medulin	397.855
Novigrad (Istarska)	394.370
Dobrinj	384.720
Novalja	358.655
Vodnjan	330.383
Poreč	311.955
Malinska-Dubašnica	273.413
Krk	251.631

Noćenja slovenskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I-XI 2017.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	dolasci	noćenja
Istra	537.588	3.369.127
Kvarner	348.470	2.791.350
Dalmacija-Zadar	186.360	1.643.396
Dalmacija-Split	103.416	744.261
Dalmacija-Šibenik	69.007	541.145
Lika-Karlovac	51.246	441.624
Dalmacija-Dubrovnik	37.626	284.991
Nautika	27.059	134.377
Središnja Hrvatska	33.855	80.856
Grad Zagreb	20.790	34.681
Slavonija	6.052	9.539
Ukupno	1.421.469	10.075.347

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	4,3%	4,1%
6-11 godina	5,1%	4,8%
12-17 godina	3,2%	3,1%
18-24 godina	2,9%	3,2%
25-34 godina	7,0%	7,6%
35-44 godina	10,6%	10,4%
45-54 godina	8,4%	7,9%
55-64 godina	5,6%	5,4%
65-120 godina	3,3%	3,0%

Aktualni imidž Hrvatske

Stalnim podizanjem kvalitete usluge turističkog proizvoda i usluge, što je zapaženo i kod slovenskih gostiju, Hrvatska kao turistička destinacija kontinuirano raste. Kao najposjećenija turistička destinacija na slovenskom tržištu, Hrvatska i dalje drži nedodirljivo prvo mjesto pri odabiru mjesta za odmor. Slovenski gosti izražavaju sve veći interes prema bogatoj ponudi koja omogućava aktivno provođenje slobodnog vremena i 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 s obzirom da se većina takvih manifestacija održava u pred i posezoni.

Slovinci odmor drže vrlo visoko na ljestvici životnih vrijednosti, a Hrvatska je najbliža i najdostupnija destinacija prema kojoj slovenski gosti imaju visoki afinitet. Osim toga, pruža najbolje uvjete za brzu prilagodbu u smještajnim kapacitetima i u cjenovnom smislu. Sve navedeno rezultirat će zasigurno rekordnom turističkom godinom.

U 2017. očekujemo oko 1,4 mil. dolazaka i oko 10 mil. noćenja te zadržavanje udjela u ukupnom prometu od oko 10 %.

Omjer organiziranih i individualnih dolazaka ostaje na razini od oko 15 : 85 u korist individualnih s trendom porasta u korist individualnih dolazaka koji u posljednjem razdoblju bilježi povećanje. Razlog je veća dostupnost informacija i olakšane direktne i online rezervacije. Najbitniji razlog je blizina, što znači da je više od 50 % teritorija Hrvatske u doseg od četiri sata vožnje automobilom.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska je najzastupljenija destinacija kod svih glavnih organizatora putovanja u Sloveniji, a izdaju se i posebni separati u vrijeme pojedinih razdoblja (prvomajski praznici, školski praznici, jesenski školski praznici i sl.). U 2017. nije došlo do značajnih promjena u odnosu na prethodno razdoblje.

Prognoza rezultata organizatora putovanja: Kompas – 28.000 putnika, Sonček – 34.000 putnika i Palma – 14.000 putnika.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

Hrvatska sa Slovenijom nije povezana aviolinijama jer je autodestinacija i za avioprijevozom nema dovoljno interesa.

Autobuseri

U odnosu na 2016. stanje se nije bitnije mijenjalo. I dalje su tu Izletnik Celje, Integral Brežice, Integral Novo Mesto, J&J turizam, Nered turizam in prevozi, Koratur – avtobusni promet, Avrigo – družba za avtobusni prevoz in turizam te ostali manji autobuseri.

Individualni promet

Individualni promet čini 86 % ukupnog prometa.

PREDVIĐANJA ZA 2018.

TURISTIČKA SEZONA 2018. – OPĆI POKAZATELJI

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

Slovenski gosti u 2017. ostvaruju porast noćenja i stagnaciju dolazaka. Trend većeg porasta noćenja u odnosu na dolaske ukazuje da se gosti zadržavaju duže. Također, jedan od trendova je da se na putovanjima u dalje destinacije ostvaruje duži boravak do gotovo devet dana. Bliže destinacije bilježe prosječno 3,5 dana boravka, no tome moramo nadodati da je tu uključen veliki broj dolazaka kroz godinu koji su ostvareni u pred i posezoni pa samim time utječu na prosječan broj dana boravka.

Preliminarna procjena za 2018. ovisi o stanju sigurnosti u Europi, terorističkim napadima u svijetu i ograničenom broju stanovnika Slovenije. Realno je za očekivati ponavljanje rezultata iz 2017., što bi bio izuzetan uspjeh u 2018.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija

Ne očekuju se veće promjene redoslijeda omiljenih destinacija: Hrvatska, Slovenija, Italija, Austrija i Grčka.

Prognoze organizatora putovanja

Prognoze organizatora putovanja su proširenje turističke ponude i dodatnih turističkih sadržaja na kontinentalni dio Hrvatske, povećanje kvalitete što implicira porast putovanja i sugeriraju vrlo opreznu politiku cijena. Apel turističkih agencija je da očekuju veću fleksibilnost hotelijera, spremnost na akcijske popuste te bolje uvjete.

Prognoze najvećih turističkih agencija: Sonček – 42.000 (+ 5 %) i Kompas – 30.000 (+ 5 %).

Opće prisutna činjenica je da Slovenci u Hrvatsku dolaze gotovo isključivo u privatnom aranžmanu (86 %), što uz dodatnu mogućnost *online* prodaje stvara poteškoće organizatorima putovanja.

TURISTIČKA SEZONA 2018. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj

Procjenjujemo 1,4 mil. dolazaka i 10 mil. noćenja.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska će i dalje ostati u vrhu interesa turističkih agencija i organizatora putovanja. U skladu s trendovima na tržištu, posebno u segmentu kampinga, neki organizatori putovanja jače se uključuju u segment glampinga u vlastitim ili iznajmljenim kućicama.

U programima organizatora putovanja očekuje se veća zastupljenost Hrvatske, naročito ponude aktivnog turizma (biciklizam, avanturizam i sl.), što predstavlja aktualni trend. U strukturi ponude povećat će se ponuda kraćih od-

mora 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 2018.

1. Voditi brigu o zadovoljavanju visokih ekoloških standarda te o očuvanju čistoće okoliša.
2. Aktivni turizam – izuzetan naglasak na aktivnom provođenju slobodnog vremena.
3. Proširiti te obogatiti postojeće turističke sadržaje.
4. Veća fleksibilnost hotelijera i spremnost na akcijske popuste.
5. Organizatori putovanja apeliraju na hotelijere u pojedinim dijelovima Hrvatske da zbog drugih tržišta ne vrše rana stopiranja prodaje.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2018.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	1.1.2018	Ponedjeljak	1
Nova godina (New Year's Day)	2.1.2018	Utorak	1
Prešerenov dan (Slovenian cultural festival – Prešeren Day)	8.2.2018	Četvrtak	6
Uskrs (Easter)	1.4.2018	Nedjelja	13
Uskrsnji ponedjeljak (Easter Monday)	2.4.2018	Ponedjeljak	14
Dan ustanka protiv okupatora (Uprising Against the Occupation Day)	27.4.2018	Petak	17
Praznik rada (Labour Day)	1.5.2018	Utorak	18
Praznik rada (Labour Day)	2.5.2018	Srijeda	18
Dan državnosti (National Day)	25.6.2018	Ponedjeljak	26
Velika Gospa (Feast of the Assumption)	15.8.2018	Srijeda	33
Dan reformacije (Reformation Day)	31.10.2018	Srijeda	44
Dan Svih svetih (All Saints Day)	1.11.2018	Četvrtak	44
Božić (Christmas)	25.12.2018	Utorak	52
Dan neovisnosti i ujedinjenja (Independence and Unity Day)	26.12.2018	Srijeda	52

Izvor: http://www.slovenia.info/en/Public-and-school-holidays.htm?prazniki_in_solske_pocitnice=0&lng=2 (24.6.2014)

Školski praznici	2018.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	25.12.2017	2.1.2018	
Zimski praznici - regija zapad	19.2.2018	25.2.2018	2
Zimski praznici - regija istok	26.2.2018	4.3.2018	1
Proljetni praznici	27.4.2018	2.5.2018	
Ljetni praznici	25.6.2018	31.8.2018	
Jesenski praznici (neslužbeni podaci)	29.10.2018	2.11.2018	
Božićni praznici i Nova godina	24.12.2018	2.1.2019	

Izvor: Eurydice