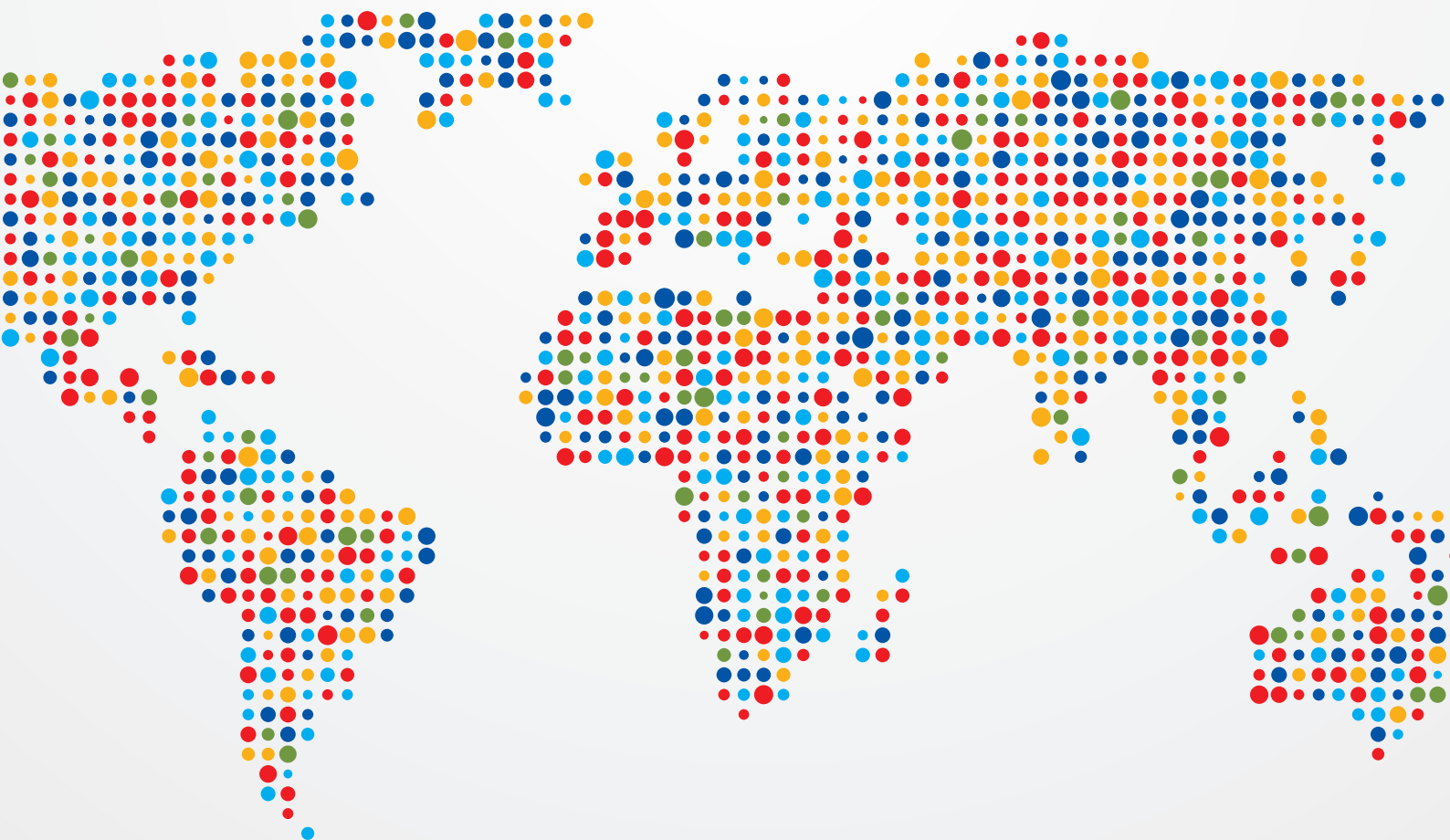




SLOVENIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2018.




HRVATSKA
Puna života

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje: parlamentarna republika.

Površina: 20.271 km².

Glavni grad: Ljubljana - 289.518 stanovnika.

Ostali veći gradovi: Maribor, Celje, Kranj, Velenje, Kopar i Novo mesto - u navedenih sedam najvećih gradova Slovenije živi više od četvrtine svih stanovnika.

Stanovništvo: 2.065.890 stanovnika (31.12.2017.); 1.026.100 muškaraca i 1.039.790 žena, od čega je 1.946.257 slovenskih i 115.841 strani državljanin.

Izvor: SURS

Prosječna starost stanovništva je 43,2 godine.

Dobna struktura

- 0 – 14 godina – 15 %
- 15 – 64 godine – 65,6 %
- 65 i više godina – 19,4 %



OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Slovenija je posljednjih godina napravila brojne pozitivne pomake i na taj način u velikoj mjeri smanjila razvojni zaostatak za naprednijim zemljama Europske unije. Izvoz je i dalje najveći generator slovenskog gospodarskog rasta, uz porast domaće potrošnje (stanovništva, države, investicija) u 2016. godini. U razdoblju siječanj-rujan 2017. realni porast BDP-a iznosio je 4,7%, u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Tijekom 2017. zabilježen je rast prosječne mjesečne bruto plaće; u prvih 9 mjeseci nešto više od dva posto (2,2%) više nego u istom razdoblju prethodne godine, u oba sektora, javnom (2,6%) i privatnom (2,4%). Prema posljednjim podacima (3. kvartal 2017.) stopa nezaposlenosti je iznosila 6,3%, što je najniža vrijednost nakon trećeg kvartala 2009.

Aktualno stanje gospodarstva

Slovenski bruto domaći proizvod (BDP) je u 2017. iznosio 43.000 milijuna eura te se realno povećao za 4,9%. Glavni generator gospodarskog rasta Slovenije i dalje ostaje izvoz kao što je to bio slučaj i tijekom 2016., međutim, povećala se i osobna potrošnja. Vrijednost poljoprivredne proizvodnje je za 7% niža nego u 2016. godini. Vrijednost biljne proizvodnje smanjena je za 18%, a vrijednost stočarske proizvodnje povećana 7%.

Bruto domači proizvod, 2012.g. - 2015. g.

Godina	2014.	2015.	2016.	2017.
Tekuće cijene u mil. eura	37.603	38.863	40.357	43.000
Realan rast u %	3,0	2,3	3,1	4,9

Izvor: SURS

U četvrtom kvartalu 2017. zabilježeno je 60.000 nezaposlenih osoba, 26,5% manje prethodne godine. Stopa nezaposlenosti je po prvi puta nakon drugog kvartala 2009. bila manja od 6% (5,8%). Stopa zaposlenosti je narasla do razine 55,4%. Poslovno aktivnih osoba u Sloveniji u četvrtom kvartalu 2017. bilo je 972.000, što je za 2.000 (0,1%) manje nego u prethodnom kvartalu i 48.000 (5,3%) više nego u četvrtom kvartalu 2016. Među njima, prije svega se povećao broj zaposlenih sa stalnim radnim odnosom: 104.000 osoba bilo je zaposleno na određeno vrijeme, a 690.000 na neodređeno vrijeme. U usporedbi s posljednjim kvartalom 2016. povećan je i broj samozaposlenih osoba, za 7,1% - ukupno ih je bilo 116.000 (69% muškaraca i 31% žena). U rujnu 2017. je na Zavodu za zapošlja-

vanje bilo najviše slobodnih mjesta za vozače kamiona i radnike za jednostavne poslove u proizvodnji. Slijedili su konobari, čistačice, poslužitelji i prodavači.

Prosječna mjesečna bruto plaća u srpnju 2017. u Sloveniji je iznosila 1.650,84 €, dok je neto plaća iznosila 1.071,76 €. U usporedbi s mjesečnom bruto plaćom u srpnju, ista se realno i nominalno povećala za 1,4%. Prosječna mjesečna neto plaća za 2017. bila je veća u svim statističkim regijama, u usporedbi s plaćama za 2016., a najviše u Zasavskoj regiji, Posavskoj i Gorenjskoj (svaka za +3,4%). U prosjeku su najveće mjesečne neto plaće u 2017. zabilježene u Srednje-slovenskoj regiji (1.152,68 EUR, odnosno, 8,5% više od slovenskog prosjeka).

Prosječne mjesečne plaće kod pravnih osoba, Slovenija, kolovoz 2017.g.

	XII 2017	Ø I-XII 2017	Ø X-XII 2017	XII 2017	XII 2017	Ø I-XII 2017
	U eurima			Indeks		
Bruto	1.723,13	1.626,95	1.700,64	98,1	104,2	102,7
Javni sektor	1.993,11	1.889,54	1.949,94	101,8	104,0	102,9
od toga sektor država	1.936,65	1.882,55	1.919,83	101,2	103,3	102,9
Zasebni sektor	1.594,24	1.497,96	1.580,79	96,0	104,8	102,9
Neto	1.129,76	1.062,00	1.112,76	98,1	105,2	103,1
Javni sektor	1.291,38	1.222,30	1.261,00	102,0	104,4	103,1
od toga sektor država	1.251,73	1.219,19	1.240,41	101,4	103,0	102,9
Zasebni sektor	1.052,60	983,26	1.041,48	95,9	106,1	103,4

Izvor: SURS

U prosincu 2017. stopa inflacije je iznosila 1,7%. Godišnjoj inflaciji najviše su pridonijele više cijene hrane i naftnih derivata. Cijena robe je u jednoj godini porasla za 1,9%, a usluge za 1,3%. Na mjesečnoj razini, cijene u prosincu nisu se mijenjale. Cijene tekućih goriva su bile više za 13,4%, dok su cijene dizela i benzina porasle za 10,6%, odnosno 6,1%. Među prehrambenim proizvodima zabi-

lježeno je povećanje cijena svježeg voća (12,4%) i mesa (6,5%). Cijena duhana je porasla za 4,8%. U skupini „hrana i bezalkoholna pića“ isticale su se cijene maslaca koja je porasla za 20,9% i maslinovog ulja (+ 8,5%) te ostalih mliječnih proizvoda (+5,8%). S druge strane, ukupni rast cijena smanjile su niže cijene automobila (-2,7%).

U razdoblju od siječnja do listopada 2017., izvoz i uvoz nadmašili su vrijednosti iz istog razdoblja 2016. - izvoz za 13,2%, a uvoz za 14,3%. U listopadu 2017. Slovenija je izvezla robu u vrijednosti od 2.606,4 milijuna eura, dok je uvezla robu u vrijednosti od 2,445 milijuna eura. U usporedbi s listopadom 2016., izvoz je povećan za 20,6%, a uvoz za 17,3%. U listopadu 2017. ostvaren je višak od 161,4 milijuna eura u robnoj razmjeni s inozemstvom; pokrivenost uvoza s izvozom iznosila je 106,6%.

Indeksi izvoza i uvoza (Ø 2016 =100), Slovenija



Izvor: SURS

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

BDP je tijekom 2016. rastao treću godinu za redom te se približio razini prije krize. Osim porasta potražnje iz inozemstva, na gospodarski su rast utjecale mjere i prilagodbe u domaćem gospodarskom okruženju, koje su podržale poboljšanje izvozne konkurentnosti i područja za ulaganja. Uz sanaciju bankarskog sustava, financijsko i vlasničko restrukturiranje korporativnog sektora i reforme tržišta rada, na navedeno su utjecale i prilagodbe korporativnog sektora, posebice smanjenje i poboljšanje rashodovne konkurentnosti. Kao posljedica, veća je profitabilnost zajedno s boljim pristupom izvorima financiranja pomogla ponovno potaknuti korporativna ulaganja. I nadalje se očekuje rast izvoza, koji su u proteklim godinama podupirale poboljšana konkurentnost tvrtki i povoljna proizvodna i uslužna struktura. U 2018. na rast izvoza utjecat će i povoljni odnosi u međunarodnom okruženju. U idućim će godinama rast izvoza usporiti, uglavnom zbog usporavanja rasta inozemne potražnje koju predviđaju međunarodne institucije. Tendencija održavanja konkurentnog položaja izvoznika imat će pozitivan utjecaj na rast izvoza tijekom narednog razdoblja. Šanse za veći gospodarski rast kratkoročno su povezane s čimbenicima u vlastitom okruženju. Povjerenje potrošača i tvrtki u gospodarstvo moglo bi dovesti do još većeg rasta investicija i privatne potrošnje, s obzirom da se nastavljaju i pogodni uvjeti financiranja i pozitivna kretanja u međunarodnom okruženju. Neizvjesnost proizlazi iz problema suočavanja s demografskim promjenama, o čemu će ovisiti i dinamika gospodarskog rasta te utjecaj na dobrobit stanovništva i fiskalnu održivost.

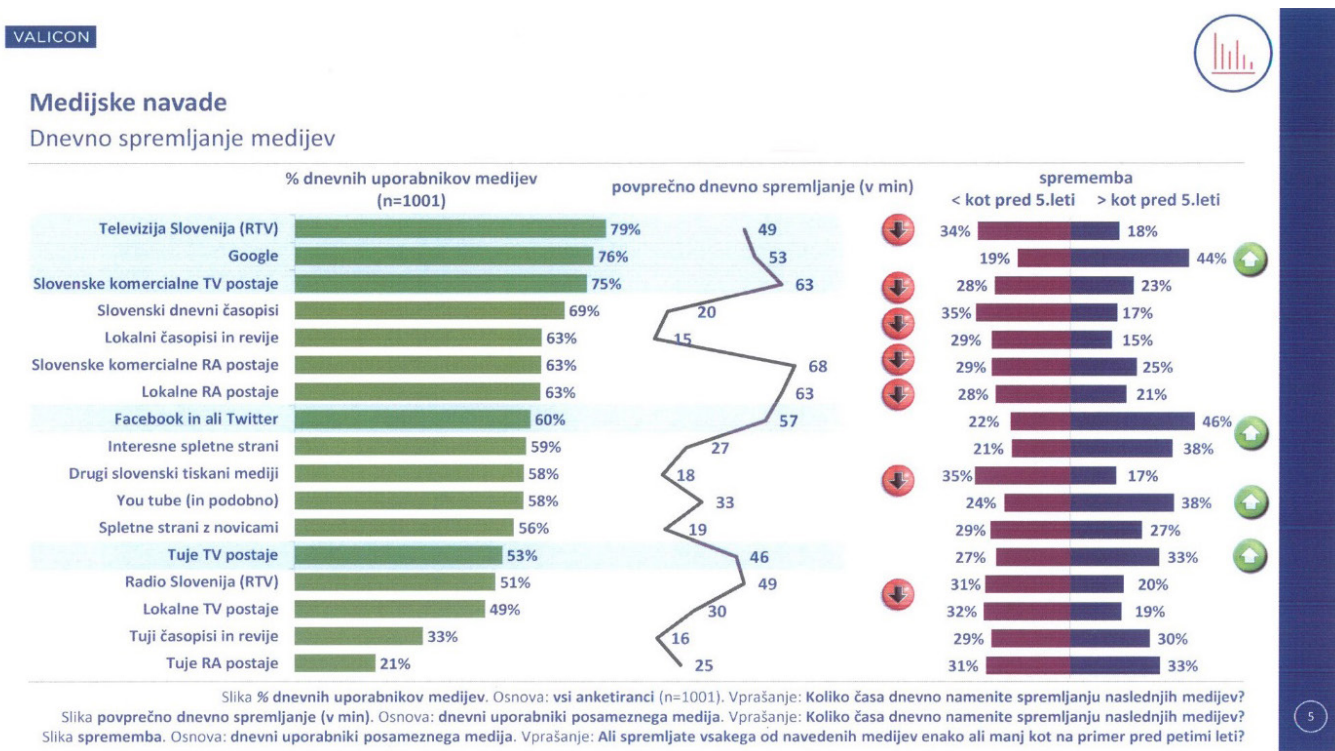
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Nakon problema s kojima su se uslijed gospodarske krize susreli svi mediji, a posebno tiskani, u 2017. svjedočimo novim, zanimljivim trendovima. „Klasični“ mediji očitno ponovo dobivaju na važnosti jer su televizija i radio, pa čak i tisak u 2017. zabilježili rast prihoda. Analiza objavljena u marketinškom časopisu Marketing magazin (listopad 2018.) koje je uključivalo 103 medija, odnosno medijske tvrtke, pokazalo je kako su mediji nakon kriznih godina po prvi puta poslovali pozitivno. Slovenski su mediji tako u 2017. zabilježili ukupan prihod od 447 milijuna eura, što je za 21 milijun, odnosno 5%, više nego li godinu ranije.

Mediji su se zadnjih godina u krizi našli i zbog izrazito brzog razvoja digitalne tehnologije i promjena navika čitateljske 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 medija trenutno je upisano 1.928 medija, među njima je najviše tiskanih medija (1.062), slijede elektronski (438), televizijski (128), te radijski (123). Medija koji su istovremeno i tiskani i elektronski je 177.

Medijske navike Slovenaca; dnevno praćenje medija, 2017.



Izvor: Valicon za Ministrstvo kulture, Slovenija, 2017

Televizijske kuće

Unatoč sve većoj upotrebi interneta te činjenici da sve više ljudi video sadržaje prati 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 prijavnika 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.

Najveći, 52-postotni tržišni udio ima kabelaška televizija, slijedi IP-televizija s 41%, satelitska televizija ima 5-postotni tržišni udio, dok 1,6 posto otpada na televizijske priključke preko tehnologije MMDS. Mnogo domaćinstava zemaljski televizijski signal još uvijek prati preko sobne odnosno krovne antene. Televizijski signal preko sobne odnosno krovne antene tako za mnoge gledatelje ostaje bitan način praćenja televizije. U prosincu 2010. je u Sloveniji došlo do bitne promjene u načinu radiodifuzije, s analognih prijelnika se prešlo na digitalnu zemaljsku radiodifuziju.

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

- i-TV,
- Kanal A,
- TV Pink 3,
- POPTV,
- 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).

Po podacima vodeće svjetske tvrtke za istraživanje marketinških i potrošačkih trendova, AGB Nielsen, razvidno je kako gledanost televizije u Sloveniji raste. Unutar podataka možemo zamijetiti zanimljive razlike po određenim dobnim skupinama. Tako oni najmlađi gledatelji, od 4 do 14 godina starosti, televiziju u zadnjih nekoliko godina gledaju više nego li je to bio slučaj prije deset godina. Razlog tome su novi dječji tematski kanali sa sinkroniziranim sadržajem. Populacija između 15 i 30 godina televiziji i dalje ne posvećuje previše pozornosti te u zadnjih pet godina gledanje televizije u toj ciljnoj skupini opada. U skupini od 30 godina na više televizija je ostaje važan medij.

Gledanost generalno raste, ali se mijenja način gledanja televizije. Velikom brzinom raste broj gledatelja koji televizijske sadržaje ne prate kada su oni emitirani, već s vremenskim odmakom. Broj takvih je izrazito visok te su stoga u AGB Nielsenu od 2016. započeli s mjerenjem gledanosti s vremenskim odmakom od sedam dana. Gledanje s odmakom je u Sloveniji u 2017. predstavljalo gotovo 10 % ukupne gledanosti te pokazuje trend rasta. Prema mjerenjima, najmlađi gledatelji s vremenskim odmakom gledaju 21% ukupnog sadržaja, dok onaj najstariji samo 3 %. U prosjeku svaki gledatelj koji ima tu mogućnost, 18% sadržaja gleda s vremenskim odmakom.

Novosti na tehnološkom području, što prije svega znači kako gledanje televizije ne mora nužno značiti sjedenje pred televizorom, zahtijevaju brojne prilagodbe. Prije svega, misli se na klasično televizijsko oglašavanje, koje se polako, ali sigurno smanjuje. Kod neklasičnog odnosno nelinearnog načina gledanja televizije oglasne blokove jednostavno preskočimo, što je direktno povezano prihodima televizija. Na televizijskom se marketinškom prostoru naime samo u Sloveniji na godinu prihoduje na desetine milijuna eura (po nekim podacima se radi o 70 milijuna eura neto) te televizija još uvijek ima čak 82-postotni udio u bruto marketinškom kolaču.

2017. je za televizijsko poslovanje bila pozitivna, što dokazuje brojka od ukupno 102 milijuna eura prihoda, dva posto, odnosno, 13 milijuna eura više nego godinu ranije. Na ukupni rast najviše je utjecaja televizija Pro Plus, čiji su se prihodi povećali za 8 milijuna, odnosno, 16% te Planet TV (Anntena TV SL) koja je godišnji prihod povećala za 19%. Rast prometa zabilježila je i mreža Fox, velenjska VTV, Novatv24 i TV3. Promet je pao MTV Adriji i Pink.si.

TELEVIZIJE - ČISTI PRIHODKI PODJETJA OD PRODAJE V EUR

	leto 2017	leto 2016	sprememba v %
RADIOTELEVIZIJA SLOVENIJA javni zavod, Ljubljana	119.558.809	118.656.032	1%
RADIOTELEVIZIJA SLOVENIJA javni zavod, Ljubljana*	13.015.568	12.788.000	2%
PRODUKCIJA PLUS storitveno podjetje d.o.o. Ljubljana	60.430.192	52.132.510	16%
ANTENNA TV SL, televizijska dejavnost d.o.o.	9.752.000	8.211.673	19%
ASPN, storitveno podjetje, d.o.o.	4.497.023	4.143.531	9%
FOX NETWORK GROUP SLOVENIA, raziskovanje trga, podružnica Ljubljana, d.o.o.	3.036.562	2.530.336	20%
Agencija za marketing CAS MEDIA, d.o.o.	2.686.696	2.432.118	10%
TV3 d.o.o.	1.513.210	37.000	3990%
MTV ADRIA Družba za trženje in tržne komunikacije d.o.o.	1.385.797	1.613.076	-14%
PINK SI Družba za radiodifuzijo, produkcijo in marketing d.o.o.	1.231.485	1.790.639	-31%
VTV VELENJSKI TELEVIZIJSKI STUDIO d.o.o.	788.613	326.231	142%
NOVATV24.SI, INFORMATIVNA TELEVIZIJA, D.D.	777.419	58.968	1218%
PRO TV, medijska produkcija d.o.o.	486.595	0	100%
TV CELJE d.o.o., Celje	477.019	467.536	2%
TELEVIZIJA NOVO MESTO d.o.o.	436.929	480.463	-9%
TV IDEA - KANAL 10, družba za televizijsko dejavnost d.o.o.	291.899	263.665	11%
NOVA HIŠA, SPLETNI IN RADIJSKI MEDIJ D.O.O.	193.783	321.113	-40%
KABELSKA TELEVIZIJA ČRNA NA KOROŠKEM d.o.o.	185.188	170.146	9%
ETV mediji in turizem d.o.o.	116.052	125.269	-7%
ČARLI televizijska dejavnost d.o.o.	110.991	85.507	30%
R KANAL+ organizacija in predvajanje lokalnega TV in radijskega programa d.o.o.	89.697	94.368	-5%
KOROŠKA REGIONALNA TELEVIZIJA, d.o.o.	66.545	52.521	27%
NET TV podjetje za proizvodnjo, trgovino in storitve d.o.o.	52.909	52.119	2%
RTS MEDIA, televizija, d.o.o.	30.150	0	100%
VI-TEL podjetje za avdio-video dejavnost d.o.o.	17.597	19.856	-11%
seštevek skupine medijev	101.669.920	88.196.642	2%

* zgolj prihodki od trženja oglasnega prostora na RTV Slovenija

Izvor: Marketing Magazin, listopad 2018. g.

Radio

U Sloveniji večina radijskih programa upotrebljava FM frekvencije, a samo 5 radijskih programa emitira na srednjem AM valu. Cijelo 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 postaja, ima neprofitni program Radio Ognjišča. Veća područja Slo-

venije inače pokrivaju postaje 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 postoji šest lokalnih, deset regionalnih, jedan studentski te dva neprofitna programa sa statusom radijskog programa od posebnog značaja.

Ljestvica slušanosti:

Radijska postaja	doseg (%)	doseg (1000)
Radio 1	16,3	274
Radio Aktual	14,4	242
Val 202	13,0	219
Slo 1	6,5	110
Radio Center	6,2	104
Radio City	5,4	92
Rock radio	3,6	61
Radio Ognjišče	3,4	57

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

Radijske postaje lani su realizirale prihode u ukupnoj visini od 21 milijun eura, što su podaci usporedivi s onima iz 2016. Radijska mreža Radio 1 (Infonet) je u 2017. doživjela pad prometa od pola milijuna eura, dok je konkurentska mreža Center (Next Marketing) prihode povećala za petinu te je zajedno s tvrtkom Radio Center realizirala 3,5 milijuna vlastitih prihoda. Rast prometa primjetan je i kod Radija Express (Megaline), radija Zeleni val te radija Krka i Sora. Među radio postajama s nižim prihodima nalaze se Radio Ognjišče i Capris, koji su u prosjeku ostvarili za desetinu niži promet nego godinu dana ranije.

Radio - Čisti prihod od prodaje u EUR, 2017.

RADIO - ČISTI PRIHODKI PODJETJA OD PRODAJE V EUR

	leto 2017	leto 2016	sprememba v %
INFONET MEDIA, radijska produkcija, d.d.	6.734.204	7.206.660	-7%
NEXT MARKETING, marketinška agencija, d.o.o.	2.393.515	2.002.329	20%
RADIO GLAS LJUBLJANA d.d., Ljubljana	1.871.712	1.869.173	0%
RADIO TEDNIK PTUJ družba za časopisno in radijsko dejavnost d.o.o.	1.485.897	1.498.559	-1%
RADIO CENTER, družba za radijsko dejavnost, trgovino in storitve d.o.o.	1.132.037	1.208.450	-6%
RADIO CITY družba za radijsko in televizijsko dejavnost, trgovino in storitve d.o.o.	1.151.106	1.126.742	2%
Radio Pro 1, Radijska produkcija, d.o.o.	1.038.748	953.797	9%
RADIO OGNJIŠČE, ustvarjanje in predvajanje radijskega in televizijskega programa d.o.o. Koper	567.889	601.055	-6%
MEGALINE d.o.o. radijska dejavnost	627.549	585.572	7%
RADIO CAPRIS d.o.o. radijska dejavnost	410.993	461.963	-11%
REGIONALNA RADIJSKA POSTAJA RADIO KUM TRBOVLJE, d.o.o.	430.900	423.331	2%
KOROŠKI RADIO D.O.O. SLOVENJ GRADEC	395.020	384.856	3%
ALPE ADRIA "ZELENI VAL" podjetje za radiofuzijo in marketing, d.o.o.	407.322	354.006	15%
RADIO SORA, podjetje za informiranje, d.o.o.	329.359	312.066	6%
RECAL MEDIA, družba za tržno komuniciranje d.o.o.	297.318	299.143	-1%
UNIVOX Podjetje za RTV produkcijo d.o.o.	268.651	279.769	-4%
RADIO 94, produkcija radijskega programa d.o.o. Postojna	287.253	276.600	4%
RADIO KRKA Novo mesto, d.o.o.	263.220	231.305	14%
RADIO TRIGLAV JESENICE, D.O.O.	218.813	229.641	-5%
RADIO KRANJ, Podjetje za informiranje in ekonomsko propagando, d.o.o.	233.406	218.629	7%
RADIO 2, RADIJSKA PRODUKCIJA, D.O.O.	149.715	136.455	10%
RADIO 3, RADIJSKA PRODUKCIJA, D.O.O.	136.610	91.634	49%
RADIO 1, storitve in trgovina, d.o.o.	3.960	3.960	0%
HIT FM, medijske storitve d.o.o.	0	0	0%
seštevek skupine medijev	20.835.197	20.755.694	0%

Izvor: Marketing Magazin, listopad 2018.g.

Tisak

Nakon višegodišnjeg pada naklada u tiskanim medijima, trend se u zadnje vrijeme mijenja, a naklade su tako već neko vrijeme stabilne. Istraživanja su pokazala da su od „ozbiljnijih“ 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 se također može svrstati u „lakše štivo“. Među čitanijima je i Nedeljski Dnevnik, koji izdaje kuća Dnevnik, dok Večer u svojem portfelju ima revije kao što su Obrazi i Stop te regionalni Vestnik. Mariborska je časopisna kuća u zadnje vrijeme napravila veliki iskorak i na području digitalnog razvoja - razvija regionalne stranice i ciljane portale, poput portala Seniorji, namijenjenog starijoj populaciji. Digitalna era svakako od tiskanih medija zahtjeva određene prilagodbe novim načinima komunikacije te su određeni dnevni časopisi u Sloveniji već napravili različite iskorake. Druga dva po veličini dnevna časopisa, ljubljanski Dnevnik i mariborski Večer, najavili su spajanje. Smanjivanje troškova, spajanje marketinških odjela, ponuda zanimljivijih i većih paketa prema potencijalnim oglašivačima samo su dio plana.

Najveću prodanu nakladu među dnevnim novinama i dalje imaju Slovenske novice (53.373 prodanih izvoda), slijede Delo (26.884) i Dnevnik (20.851), dok među tjednicima prednjači Nedeljski dnevnik (81.070), Družina (26.094) i Nedelo (22.468). Prilozi s najvećim distribuiranim nakladama su Vikend, Pilot i Ona. Nešto se smanjila rasprodana naklada nedjeljnog izdanja Slovenskih novica i priloga Pilot.

Najvišu prodanu nakladu među mjesečnicima su u 2017. zabilježili Vzajemnost (25.735), Cicido (11.767) i Ona Plus (8.683), dok prilozi s najvećom distribuiranom nakladom ostaju Nika (126.423) i Pilot (110.223).

Najčitaniji dnevni časopis su Slovenske novice, s nakladom od 53.373 primjeraka. Nedjeljno izdanje izlazi pod imenom Nedeljske novice, a sastavni prilozi toga časopisa su: Priloge Plus 50, Ona, Delo in dom i Vikend. Drugi časopis po nakladi i čitanosti je Delo, s nakladom 26.884 primjeraka. 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: 22.468). Najnovije izdanje Dela je poslovni časopis koji izlazi na tjednoj bazi - Svet kapitala (naklada 35.400). Jedini dnevni poslovni časopis u Sloveniji su

Finance (naklada: 10.000). Treće po redu su dnevne novine Dnevnik s nakladom od 20.851. 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 toga dnevnog časopisa su Nika (izlazi svaku drugu srijedu u Dnevniku i Nedeljskom dnevniku), Moj dom, Pilot, Objektiv (svaku subotu), Oddih (turistički prilog s nakladom od 47.000 primjeraka). Večer su dnevne novine koje su najzanimljivije za područje Maribora i okolice, s prosječnom nakladom od 26.000 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 pod svojim okriljem ima nekoliko bitnih izdanja: dnevne novine Svet24 (naklada 43.700), sportske dnevne novine koje su objedinile slovensku Ekipu i hrvatske Sportske novosti pod nazivom Ekipa SN – sportski dnevnik, mali oglasnik Salomonov oglasnik, Dolenjski list, radio Aktual (po slušanosti trenutno najbolji u Sloveniji), te zabavne časopise: Zvezde (47.000), Zarja (36.000), Avenija (20.500), Maja (20.500) i Fatalna (18.000). Sljedeća velika grupacija različitih medija je Adriamedia koja obuhvaća: Story (10.500), Nova (22.500), Lea (13.000), Lisa (11.000), Lady (50.000), Jana (40.000), Elle (6.000) i Cosmopolitan (15.500). Časopisi koji se bave gastro i eno tematikom su sljedeći: Dober tek s nakladom od 9.200, Pet zvezdic s nakladom od 5.500, Dolce Vita s 4.000 primjeraka. Časopisi s 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), Tekoč (5.000), Sokol (2.500), Val Navtika (6.400) i Navtika plus (7.500).

Ukupno poslovanje 25 najvećih slovenskih tiskanih medija pokazuje kako se trend pada prihoda konačno zaustavio te se čak okrenuo u pozivnom smjeru. U prethodnoj su godini, naime, tiskani mediji realizirali prihode u visini od 176 milijuna eura, što je 7 milijuna ili 4 posto više nego u 2016. Na rast je najviše utjecao rast prihoda izdavatelja Salomon, koji je s 54 milijuna eura daleko ispred konkurencije. U samo jednoj godini su u Salomonu zabilježili 24-postotni rast prometa. Na drugom se mjestu još uvijek nalazi Delo, koje je u 2017. poslovalo s nešto manjim prihodima nego u 2016. Nešto manji promet zabilježili su i Dnevnik te Mladinska knjiga. Drastičnih padova u 2017. nije bilo.

TISK - ČISTI PRIHODKI PODJETJA OD PRODAJE V EUR

	leto 2017	leto 2016	sprememba v %
SALOMON d.o.o., podjetje za zaposlovanje invalidov, proizvodnjo, posredovanje in storitve Ljubljana	53.740.484	43.272.652	24%
DELO časopisno založniško podjetje, d.o.o.	36.794.229	37.433.756	-2%
MLADINSKA KNJIGA ZALOŽBA d.d.	19.832.018	20.597.875	-4%
DNEVNIK Družba medijskih vsebin d.d.	17.184.726	17.914.839	-4%
ČASNIK VEČER časopisno založniško podjetje d.o.o.	10.571.434	8.697.096	22%
ČASNIK FINANCE, časopisno založništvo d.o.o.	7.354.120	7.216.653	2%
ADRIA MEDIA LJUBLJANA, založništvo in trženje, d.o.o.	5.676.000	5.458.518	4%
PRIMORSKE NOVICE, Časopisno - založniška družba, d.o.o.,	3.787.182	3.918.594	-3%
GORENJSKI GLAS, časopisno podjetje, d.o.o., Kranj	3.228.220	3.098.246	4%
ČASOPISNO ZALOŽNIŠKA DRUŽBA KMEČKI GLAS, d.o.o.	2.448.416	2.575.183	-5%
MLADINA časopisno podjetje d.d., Ljubljana	2.346.046	2.334.114	1%
JAVNO PODJETJE URADNI LIST REPUBLIKE SLOVENIJE d.o.o.	2.173.970	2.165.303	0%
OGNJIŠČE založniška dejavnost d.o.o.	2.097.613	2.158.138	-3%
NT&RC Podjetje za časopisno in radijsko dejavnost d.o.o. Celje	1.398.085	1.310.206	7%
PODJETJE ZA INFORMIRANJE, Murska Sobota d.d.	1.195.340	1.235.016	-3%
NOVICE založniško podjetje, d.o.o.,	1.107.911	990.489	12%
VIDEOTOP SKUPINA, svetovanje in investiranje, d.o.o.	1.026.038	0	0%
DOLENJSKI LIST Novo mesto, d.o.o., časopisno založniška družba	962.006	1.032.778	-7%
TEHNIS marketing in založništvo d.o.o.	670.432	636.556	5%
TEHNIŠKA ZALOŽBA SLOVENIJE d. d., Ljubljana	612.971	696.339	-12%
MEDIJSKI PARTNER, trženje posebnih medijskih projektov, d.o.o.	602.390	422.135	43%
NAŠ ČAS časopisno-založniška in RTV družba, d.o.o.	582.156	628.663	-7%
ROSSAD d.o.o. založništvo, svetovanje, trgovina	428.515	643.299	-33%
VIDEOTOP, družba za trgovino, storitve in založništvo, d.o.o.	276.006	4.795.338	-94%
seštevek skupine medijev	176.096.310	169.231.783	4%

Izvor: Marketing Magazin, listopad 2018.g.

Internet

Po statističkim podacima slovenskog ureda za statistiku, u prvom kvartalu 2017. u Sloveniji se internetom koristilo 79% ljudi starih od 16-74 godine (u 2016.: 75%). 68% njih je Internet upotrebljavalo svaki dan (u 2016.: 64%). Samo 18% osoba starih od 16 do 74 godine internet još nikad nije upotrijebilo.

Internet se najčešće upotrebljava za traženje informacija te za komuniciranje. U prvom kvartalu 2017. je 69% osoba starih od 16-74 godine preko interneta tražilo informacije o proizvodima ili uslugama, 61% ih je pratilo internetske vijesti, časopise ili revije, 46% ih se koristilo socijalnim mrežama.

Računala u Sloveniji ima 80% domaćinstava (u 2016. 78%), dok pristup internetu ima 82% domaćinstava (u 2016. 78%).

Prema podacima istraživanja „Mjerenje posjećenosti internetskih stranica (MOSS)“ za 2017. vidljivo je kako slovenske internetske stranice u prosijeku posjećuje 1.319.490 korisnika, koji na internetu prosječno provode

4 sata i 38 minute mjesečno. Duže se vrijeme na internetu zadržavaju ženske osobe (što je promjena u odnosu na lani), najviše korisnika je starih od 25 do 49 godine. Najposjećenija stranica i dalje ostaje 24ur.com.

Internetske stranice po posjećenosti, podaci za prosinac 2017.

	PORTAL	DOSEG	DOSEG (%)	TREND
1	24ur.com	614.749	47,90%	-3,30%
2	rtvslo.si	598.892	46,70%	8,60%
3	siol.net	555.153	43,20%	-1,40%
4	zurnal24.si	469.289	36,60%	4,50%
5	bolha.com	444.861	34,70%	-13,80%
6	slovenskenovice.si	442.711	34,50%	8,00%
7	Med.Over.Net	410.616	32,00%	-11,80%
8	svet24.si	335.440	26,10%	1,80%
9	najdi.si	335.272	26,10%	-10,00%
10	delo.si	323.387	25,20%	-0,80%
11	hudo.com	298.628	23,30%	8,50%
12	itis.si	273.196	21,30%	-9,00%
13	bizi.si	265.062	20,60%	-11,40%
14	okusno.je	236.443	18,40%	3,70%
15	vizita.si	223.782	17,40%	-9,20%
16	vecer.com	208.630	16,30%	6,20%
17	zadovoljna.si	198.669	15,50%	3,50%
18	dnevnik.si	190.901	14,90%	15,40%
19	govori.se	174.034	13,60%	19,30%
20	radio1.si	168.539	13,10%	-12,00%
21	moškisvet.com	151.657	11,80%	-9,40%
22	cosmopolitan.si	143.344	11,20%	2,70%
23	citymagazine.si	136.539	10,60%	1,00%
24	bibaleze.si	136.516	10,60%	-11,40%
25	cekin.si	134.174	10,50%	2,00%
26	finance.si	129.098	10,10%	-16,40%
27	dominvrt.si	108.618	8,50%	-9,70%
28	aktivni.si	100.210	7,80%	-8,00%
29	mojedelo.com	96.682	7,50%	-21,50%
30	reporter.si	90.114	7,00%	-1,10%
31	voyo.si	88.525	6,90%	26,70%
32	sensa.si	86.424	6,70%	-6,20%

	PORTAL	DOSEG	DOSEG (%)	TREND
33	igre123.com	81.283	6,30%	2,00%
34	maribor24.si	77.268	6,00%	-8,60%
35	ringaraja.net	76.266	5,90%	-7,50%
36	racunovodja.com	74.994	5,80%	-8,00%
37	dijaski.net	72.423	5,60%	-25,60%
38	mladina.si	71.498	5,60%	-8,00%
39	slo-zeleznice.si	71.007	5,50%	13,40%
40	avto-magazin.si	70.218	5,50%	5,70%
41	planet-lepote.com	66.683	5,20%	-23,30%
42	onaplus.si	62.007	4,80%	-5,30%
43	primorske.si	61.984	4,80%	-22,00%
44	mariborinfo.com	58.816	4,60%	3,30%
45	deloindom.si	50.632	3,90%	-26,10%
46	sobotainfo.com	50.370	3,90%	6,70%
47	mediaspeed.net	40.176	3,10%	12,60%
48	dolenjskilist.si	38.385	3,00%	-2,30%
49	avtomobilizem.com	36.153	2,80%	-23,40%
50	nogomania.com	35.408	2,80%	12,10%
51	studentski.net	34.504	2,70%	-27,70%
52	odprtakuhinja.si	33.766	2,60%	29,60%
53	revija-liza.si	31.180	2,40%	-11,80%
54	tocnoto.si	31.113	2,40%	-22,50%
55	hedonizem.si	28.853	2,20%	-10,10%
56	elle.si	27.787	2,20%	20,80%
57	AP-Ljubljana.si	22.954	1,80%	5,20%
58	strojninstvo.com	21.548	1,70%	-19,70%
59	izklop.com	20.707	1,60%	-11,00%
60	gorenjskiglas.si	19.865	1,50%	-11,30%
61	bringler.com	16.476	1,30%	11,60%
62	last-minute.si	13.952	1,10%	-18,70%
63	bicikel.com	10.401	0,80%	-20,20%

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

Društvene mreže

Po istraživanju tvrtke Valicon za 2016. provedenom na uzorku od 9.798 ljudi dolazimo do sljedećih podataka:

Facebook / broj korisnika u Sloveniji:

- Broj korisnika / 833.500
- Korištenje na tjednoj bazi / 767.500
- Svakodnevno korištenje / 594.500

Twitter / broj korisnika u Sloveniji:

- Broj korisnika / 206.500
- Korištenje na tjednoj bazi / 100.000
- Svakodnevno korištenje / 30.000

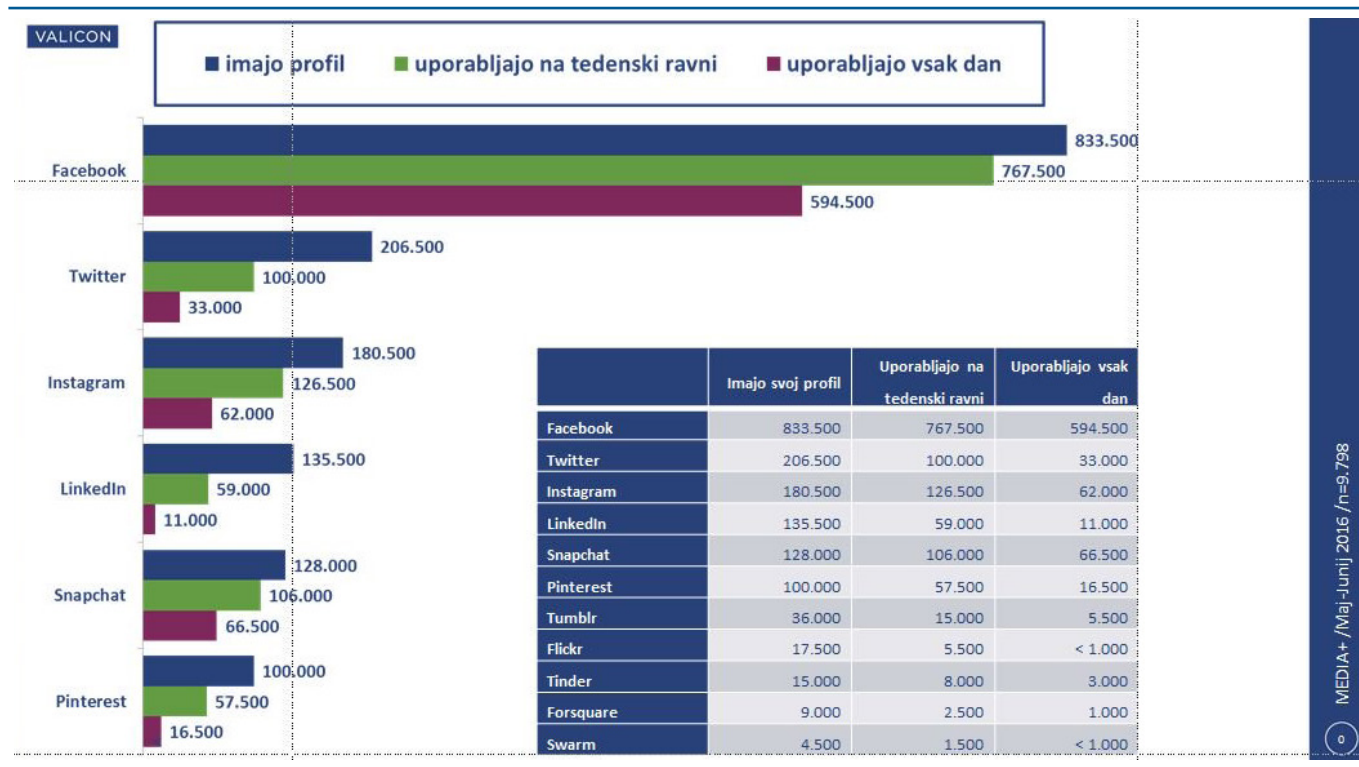
Instagram / broj korisnika u Sloveniji:

- Broj korisnika / 180.500
- Korištenje na tjednoj bazi / 126.500
- Svakodnevno korištenje / 62.000

LinkedIn / broj korisnika u Sloveniji:

- Broj korisnika / 135.500
- Korištenje na tjednoj bazi / 59.000
- Svakodnevno korištenje / 11.000

Doseg i korištenje društvenih mreža u Sloveniji, 2016.



Izvor: Valicon, 2016.

Blogeri

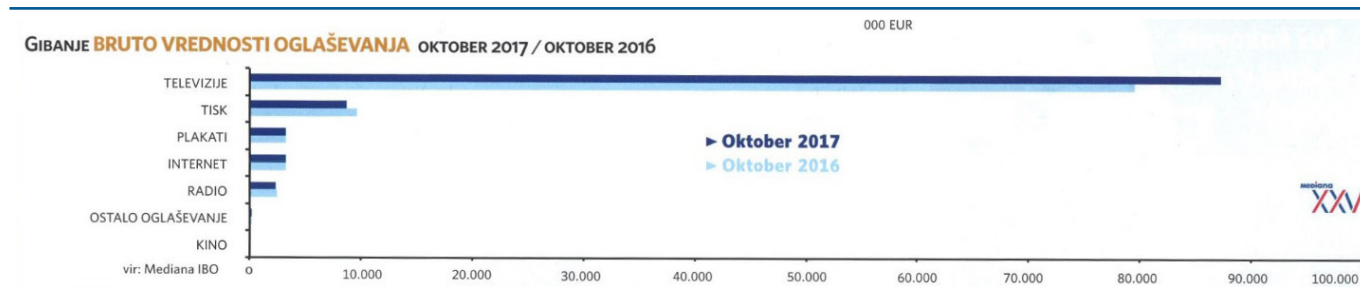
Bløgerstvo (i vlogerstvo) je u Sloveniji tek na početku svojega razvoja te njegovo vrijeme praktički tek dolazi. Iako je blog samostalna platforma većina blogera koristi i socijalne mreže kako bi raširili i popularizirali sadržaj koji stvaraju. Tako uz blog autori najviše upotrebljavaju i Facebook (95%), Instagram (90%), Youtube kanale (26%), Twitter (18%) i Snapchat (10%).

Suradnja između tvrtki i blogera je u svijetu i Sloveniji stalna praksa te je pritom plaćanje za njihove usluge sve češća praksa. Čak 70% blogera koji su sudjelovali u anketi unutar prve blogerske konferencije u Mariboru (prosinac 2017.) navodi kako je za svoje usluge već bilo plaćeno. Visina iznosa ovisi o broju pratitelja, dosega, kvalitete zapisa i fotografija, originalnosti pristupa i slično. U povezivanju tvrtki i blogera u posljednje vrijeme posreduje sve više specijaliziranih agencija.

OGLAŠAVANJE U MEDIJIMA

Televizija obuhvaća najveći udio u oglašavanju, uz rast oglašavanje, internet pa radio. u 2017. u odnosu na prošlu godinu. Slijede tisak, vanjsko

Bruto vrijednost oglašavanja po vrsti medija, svibanj 2016./2017.g.



Izvor: Marketing magazin

Internetske stranice po posjećenosti, podaci za prosinac 2017.

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

Sokol			+	+
Tekač			+	+
Bicikelj			+	+

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 EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

U 2017. je na jedno ili više putovanja (poslovno ili privatno) otputovalo 2.490.000 Slovenaca, od čega je na barem jedno privatno putovanje otputovalo njih 66%. Ukupan broj svih privatnih putovanja u 2017. je iznosio 4.288.000.

Na barem jedno duže putovanje (s barem 4 noćenja) je otputovalo 2.322.000 Slovenaca. Na barem jedno poslovno putovanje je otputovalo 352.000 Slovenaca (17%).

Ukupan broj Slovenaca koji su u 2017. otputovali na odmor (u tisućama)

	2017.	Indeks 2017./2016.
Otputovali na turističko putovanja privatno i/ili poslovno	2.490	103,1
Otputovali na privatno putovanje	2.322	105,5
Otputovali na poslovno putovanje	352	101,1

Izvor: SURS

Najviše privatnih putovanja realizirano je u 3. kvartalu (lipanj, srpanj, kolovoz). U 2017. g. realizirano je i 2.008.000 privatnih jednodnevnih izleta te oko 390.000 jednodnevnih poslovnih izleta u inozemstvo.

U 2017. je realizirano 4.288.000 privatnih putovanja, od čega su u Sloveniji realizirane dvije petine, a u inozemstvu tri petine svih privatnih putovanja. Takvo je putovanje u prosjeku trajalo 4,5 noćenja (inozemstvo 5,6, Slovenija

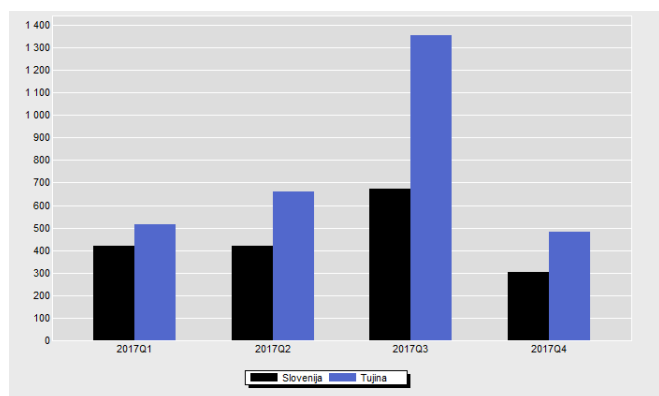
2,7). Prosječni su dnevni troškovi turista na takvim putovanjima iznosili oko 46 € (inozemstvo 49 €, Slovenija 38 €). U 2017. su slovenski turisti realizirali oko 537.000 poslovnih putovanja. Od ukupnog broja ostvarenih poslovnih putovanja 83% je realizirano u inozemstvu, a 17% na teritoriju Slovenije. Putovanje je u prosjeku trajalo 2,8 noćenja (inozemstvu 3,0 noćenja, Slovenija 1,9 noćenja). Prosječna dnevna potrošnja turista je iznosila 205 € (214 € inozemstvu, 135 € Slovenija).

Turistička putovanja Slovenaca, 2017. (u tisućama)

	2017.	Indeks 2017./2016.
Slovenija	1.813	105,4
Inozemstvo	3.013	105,6

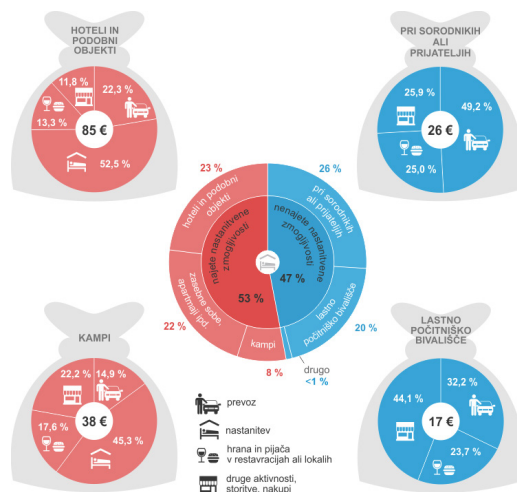
Izvor: SURS

Broj turističkih putovanja Slovenaca, kvartalno, 2017. (u tisućama)



Izvor: SURS

Turistička putovanja, Slovenija 2017.

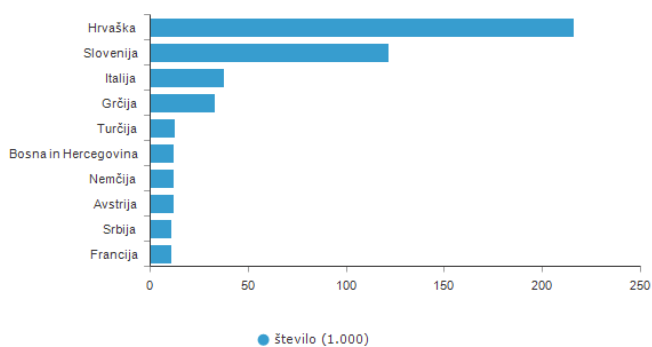


Izvor: SURS

Omiljene odredišne destinacije

Prema podacima iz SURS-a, u 2017. najviše se slovenskih turista odlučilo za Hrvatsku (64%). Slijedile su Italija (7%),

Redoslijed omiljenih destinacija, 2017.



Izvor: SURS

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

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

Kad je riječ o Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji i slovenskom turistu, odnos je kompleksan. Riječ je o odnosu koji korijene ima u povijesti zajedničke države. Osim povijesno-kulturne povezanosti, glavni razlog da Hrvatska kao turistička destinacija na slovenskom tržištu već godinama drži vodeću poziciju svakako je blizina, poznavanje jezika, tradicija, rodbinske veze te sličan način života. Glavne prednosti naših turističkih destinacija, s gledišta slovenskog gosta, svakako su ranije spomenuto poznavanje jezika i kulture, bogata gastronomija, enologija, prirodne ljepote i razvedenost obale te široka ponuda smještajnih segmenata (raznovrsnost ponude u smještajnim kapacitetima). Među

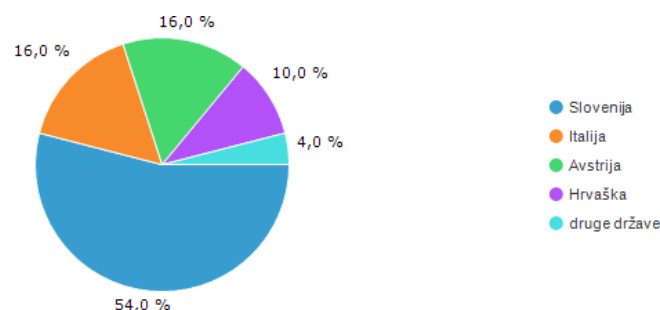
Udio turističkih putovanja u inozemstvo u 2016.g. i 2017.g. po vrsti prijevoznog sredstva

	Udio u putovanjima 2016. (%)	Udio u putovanjima 2017. (%)
Osobni automobil	86	88
Autobus	5	5
Avion	6	5

Izvor: SURS

Bosna i Hercegovina (5%) i Austrija (5%). Prema podacima putničkih agencija, najviše je organiziranih putovanja zabilježeno u Hrvatskoj, nakon koje slijede Slovenija, Italija, Grčka, Turska te Bosna i Hercegovina.

Omiljene destinacije na jednodnevnim izletima, 2017.



Izvor: SURS

prednosti svakako možemo ubrojiti i koncentraciju različite ponude na relativno malom prostoru te povezanost ponude s domaćim ponuđačima proizvoda i usluga. Poznavanje jezika slovenskim gostima omogućuje jednostavno snalaženje u Hrvatskoj. Uslijed svih navedenih razloga, Slovenija za Hrvatsku predstavlja izuzetno važno i stabilno tržište. Jedan od nedostataka iz perspektive slovenskih gostiju proizlazi iz još uvijek prisutnog osjećaja „manjeg angažmana“ domaćina u odnosu na ostale strane goste (nekako se podrazumijeva da Slovenci „uvijek dolaze“ te da su „naši“, uz očekivanje kako će imati razumijevanja ukoliko im se ne pristupi na isti način kao npr. njemačkom, britanskom ili austrijskom gostu). Turoperatoru očekuju veću fleksibilnost hotelijera i spremnost na akcijske popuste te bolje uvjete poslovanja. Nezadovoljstvo TO/TA proizlazi i iz činjenice da se prakticiraju rana stopiranja prodaje od strane hrvatskih hotelijera, koji se u slučajevima praznih kapaciteta u vrijeme visoke sezone ipak u posljednji trenutak okreću tim istim turoperatorima.

Navike putovanja

U 88% slučajeva slovenski turisti putovali su osobnim motornim vozilom. Na drugom mjestu su bili autobus (5%) te avion (5%).

Slovenski gosti su pretežno individualni gosti. Internet koriste prije svega kao izvor informacija te prilikom organiziranja dužeg putovanja u inozemstvo.

Slovenski turisti su u 2017. u inozemstvu uglavnom spavali u hotelima te sličnim objektima (32%), kampovima (8,4%) te drugim objektima za najam (24,4%). U 34,4% slučajeva su na putovanjima u inozemstvo bili smješteni kod obitelji i prijatelja te u vlastitim kućama za odmor.

Privatna putovanja slovenskih gostiju u inozemstvo prema vrstama smještaja, 2017.

Objekti	Putovanja (u 1000)	%
Hoteli i slični objekti	982	32%
Kampovi	252	8,4%
Drugi objekti za najam	734	24,4%
Objekt u vlasništvu	502	16,7%
Kod obitelji ili prijatelja	534	17,7%
Drugi neplaćeni objekti	N	/
Ukupno	3.013	100%

Izvor: SURS

Prilikom posjeta Hrvatskoj, slovenski su gosti najviše noćenja ostvarili u kampovima i prostorima za kampiranje (28%), slijedi smještaj kod domaćina (20%) te u hotelima i sličnom smještaju (13%).

Motiv putovanja

Kao glavni razlog odlaska na putovanje, slovenski turisti naveli su provođenje slobodnog vremena (odmor, godišnji odmor, putovanje - 78%) te posjet rodbini i prijateljima.

Motivi putovanja slovenskih gostiju u inozemstvo, 2017. (u 000)

Privatna putovanja	2017.
Provođenje slobodnog vremena	2.579
Posjet rodbini i prijateljima	970
Drugo	-
Kraća (1-3 noćenja)	
Provođenje slobodnog vremena	1.455
Posjet rodbini i prijateljima	836
Drugo	-
Duža (4 ili više noćenja)	
Provođenje slobodnog vremena	1.124
Posjet rodbini i prijateljima	134
Drugo	-

Izvor: SURS

Prosječni dnevni izdaci slovenskih turista, 2017.g

Vrsta troška	2017. u eurima	Indeks 2017./2016.
Trošak za prijevoz	18,78	101,7
Trošak za smještaj	23,32	110,0
Trošak hrane i pića u restoranima i lokalima	9,68	105,2

Izvor: SURS

Pregled organizatora putovanja na tržištu

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

Organizator putovanja	Grad	Internetska stranica
A-DMC Nikaia d.o.o.	Ljubljana	www.nikaia.si
ADRIA Plus d.o.o.	Črnomelj	www.adria-holidays.net
Agencija M d.o.o.	Maribor	www.agencija-m.com
ALPETOUR - Potovalna agencija,d.d.	Kranj	www.alpetour.si/
TA Avantura d.o.o.	Ljubljana	www.avantura.si/
Bledtours	Bled	www.bledtours.si
Bonus	Maribor	www.bonus.si
BooM	Krško	www.boom.si
Center turizem d.o.o	Murska Sobota	www.mojcenter.net
TA Chebul, KlanB d.o.o.	Kranj	www.chebul.si
Collegium Mondial Travel d.o.o.	Ljubljana	www.collegium.si
Condor Travel d.o.o.	Celje	www.condor-travel.com
EUROVAL D.O.O.	Maribor	www.euroval.si
Gradtur d.o.o.	Ljubljana	www.gradtur.si
Happy Tours	Domžale/Ljubljana	www.happytours.eu
Il Conte	Nova Gorica	www.ilconte.si
Intelekt M. Sobota d.o.o.	Murska Sobota	www.intelekt.eu
Intours	Ljubljana	www.intours-dmc.com/si
Nomago d.o.o.	Ljubljana	www.nomago.si/
TA KLAS	Murska Sobota	www.apms.si/go/488/
Klik2Go	Ljubljana	www.klik2go.si
KOMPAS d.d.	Ljubljana	www.kompas.si
Kompas Novo Mesto d.o.o.	Novo Mesto	www.kompas-nm.si
Linda d.o.o.	Kranj	www.linda.si
Liberty Adriatic	Ljubljana	liberty-adriatic.com/contact/
TA MARCO POLO d.o.o.	Ajdovščina	www.marcopolo.si
M&M Tours, Mitja Moškotevc s.p.	Laško	www.mmtours.si
M&M Turist	Ljubljana	mmturist.si
SMR&Co. d.o.o.	Škofja Loka	www.odklop.com
OJLA	Šempeter	www.ojla.si
PALMA d.o.o.	Celje	www.palma.si
Putra d.o.o.	Murska Sobota	www.putra.si
M.B. Dolinar d.o.o.	Celje	www.potepuh.si
PROMET T&T travel agency	Ljubljana	www.smarteuropetravel.com
RELAX turizem d.d.	Ljubljana	www.relax.si
Sajko turizem d.o.o.	Slovenska Bistrica	www.sajko-turizem.si
TA Sonček d.o.o., Maribor	Maribor	www.sonchek.com
TENTOURS d.o.o.	Domžale/Ljubljana	www.tentours.si
UI Turizem Uršula Sreš s.p.	Nova Cerkev	www.ui-turizem.com

Organizator putovanja	Grad	Internetska stranica
Transalp	Ljubljana	www.transalp.si
Vivatreking popotniška agencija	Ljubljana	www.vivatreking.com
ABC tourism	Ljubljana	www.abc-tourism.si
Alpe-Jadran d.o.o.	Ljubljana	www.alpe-jadran.net
AuteNtica d.o.o.	Koper	www.autentica.si
Albatros-Bled	Bled	www.albatros-bled.com/
E-prvak	Ljubljana	www.eprvak.si
Exoterra	Ljubljana	www.exoterra.si/
Cruise Ferry Center	Portorož	krizarjenje.si/
Grand Cuvée Tours	Mengeš	www.grandcuveetours.com/
STA potovanja	Ljubljana	www.stapotovanja.com/
Last minute.si	Maribor	www.last-minute.si/
Oasis tours	Ljubljana	www.oasistours.si
Odpelji se	Ljubljana	www.odpelji.se
Križarjenja bzb	Ljubljana	www.krizarjenja-bzb.com
Vard	Celje	www.vard.si
Benotours	Ljubljana	www.benotours.com
Zum	Ljubljana	www.zumatours.net/
Eko potovanja	Radeče	ekopotovanja.com
SkiFun	Ljubljana	www.skifun.si
GrasTours	Ljubljana	www.grastours.net
Nata International	Iška	www.nata-int.si
Uniglobe TM Travel	Ljubljana	www.uniglobetmtravel.si
Adventours	Velenje	www.adventours.si
Quo vadis	Ljubljana	www.quovadis.si
Agencija Guliver	Celje	www.agencija-guliver.si
Izimanija	Ptuj	www.izimanija.si
Helia	Bled	www.helia.si
Supra travel	Ljubljana	www.supratravel.si
Maya Team	Tolmin	www.maya.si
Adrenalinček avanture	Celje	www.adrenalincek.org
Partner	Ljubljana	agencija-partner.si
Airpass	Ljubljana	www.airpass.eu
Ideja turizem	Sežana	ideja-turizem.si
Astraea Tours	Lipica	www.krasnadrani.si
Top Line	Portorož	benetke.com/
Destina	Bohinjska Bistrica	www.destina.si
Eja	Maribor	www.eja.si
Europapartner	Ptuj	www.europapartner.si
4 season travel	Zgornje Gorje	www.slovenia-transfers-tours.com
Gor Turizem	Rogašovci, Murska Sobota	www.gorturizem.si
Istra Terra	Koper	www.istraterra.com

Organizator putovanja	Grad	Internetska stranica
Katja TU	Nova Gorica	www.touroperator.si
Raca	Škofja Loka	www.raca.si
Meteor	Cerklje na Gorenskem	www.meteor.si
Okarina tours	Ljubljana	www.okarina.si
Outdoor Galaxy	Bovec	www.outdoor-galaxy.com
Za dušo (društvo)	Celje	www.zaduso.si
Premiki	Ljubljana	premiki.com
Rudi turs	Šmartno pri Litiji	rudi-turs.si
Slovenia Explorer	Ljubljana	www.slovenia-explorer.com
Ari tours	Maribor	www.aritours.si
Bookingpoint	Ljubljana	www.bookingpoint.net
Center turistična agencija	Murska Sobota	www.mojcenter.net
Gea d.o.o.	Šempeter pri Gorici	www.gea-ta.si
Go portorož	Portorož	www.goportoroz.si
Jereb	Ljubljana	www.jereb.si
Intelekta	Murska Sobota	www.intelekta.eu
Mamut Slovenija	Bled	www.slovenija.eu.com
Mana d.o.o.	Novo Mesto	www.mana.si
Movis d.o.o.	Medvode	movis.si
Nova TA	Idrija	www.tanova.si
Spik TA	Izola	www.spik-travel.si
Tarol TA	Ajdovščina	www.tarol.si
Twin TA	Ljubljana	www.twintur.com
ViaTours	Maribor	viatours.si
Baobab	Dramlje	www.baobab-vodenja.si
TA Majolka	Videm pri Ptuj	www.ta-majolka.si
Agencija Oskar	Kranj	www.agencija-oskar.si
Žnidars Turizem	Maribor	znidars-turizem.com
Balkanika TA	Maribor	www.balkanika.si
Pojzedon Turizem	Rače	www.pozejdon-turizem.com
Klas TA	Murska Sobota	www.apms.si/go/580/Predstavitev-TA-Klas
Fabula tours	Nova Gorica	www.fabulatours.eu
Agencija Van Gogh	Maribor	www.agencija-vangogh.si
Avrigo	Nova Gorica	www.avrigo.si
FANIANI SKUPINA d.o.o.	Ljubljana	www.faniani-group.com
INES TOURS d.o.o.	Kranj	www.ines-tours.si/sl/
M tours d.o.o.	Bled	www.mtours.net/contact.htm
ROUNABOUT TRAVEL (TJ's d.o.o.)	Ljubljana	www.travel-slovenia.com
ETCADRIATIC	Podgorje	etc-adriatic.si/turisticna-agencija/

Izvor: SURS

OSVRT NA 2018.

OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Slovensko tržište već dugi niz godina bilježi uzlazni trend rasta turističkog prometa prema Hrvatskoj. Prema procjenama predstavništva, potencijala za rast i dalje ima, u pred- i posezoni. Naravno, kako bi se realizirao potencijal dodatno i ciljano ulažemo na tržište, u vidu podizanja svijesti o mogućnostima koje Hrvatska pruža i izvan glavne ljetne sezone.

Omiljene odmorišne destinacije

Poredak se nije mijenjao u odnosu na prethodnu godinu:

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

Generalno, omiljene destinacije slovenskih gostiju su one koje imaju bogatu ponudu dodatnih sadržaja te se nalaze u dometu od maksimalno 4 sata vožnje od polaznog odredišta.

Na odabir destinacija za odmor najviše je utjecala sigurnost, kao glavni faktor odabira (traženije su bliže i provjerenije destinacije). I dalje se nastavlja dominacija Interneta kao medija koji utječe na odabir i realizaciju putovanja

te biranje destinacija prema cjenovnom kriteriju. Slovenci i dalje ostaju naglašeno individualni gosti koji putuju barem dva puta godišnje, jednom u toku godine na duže putovanje te jednom ili više (izvan sezone) na kraća putovanja (1-3 dana). Kad se odlučuju na kraća putovanja odabir je obično neka od bližih destinacija, a presudnu ulogu imaju troškovi dolaska te aktivnosti koje destinacija pruža. Izuzetno su osjetljivi na odnos cijene i kvalitete. Gosti su koji vole ponovno dolaziti u destinacije koje poznaju i u kojima se osjećaju ugodno.

Ukupan pregled organizatora putovanja

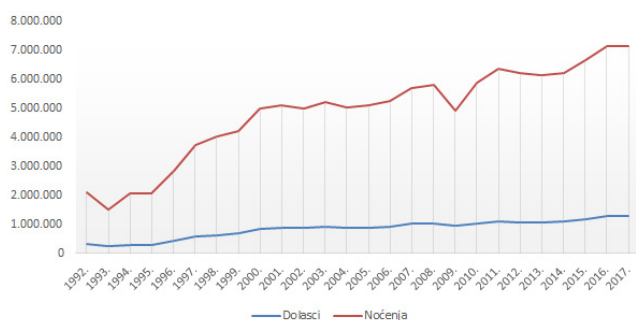
Turističke agencije koje djeluju na području Slovenije najviše aranžmana u 2018. prodale su upravo za Hrvatsku. Ostala tržišta koja slijede su Italija, Grčka, Turska, Njemačka, Austrija i dr. U odnosu na 2017. primjećuje se rast broja prodanih aranžmana za Tursku, Grčku i sjevernu Afriku (Tunis, Egipat). Prema dobivenim podacima od strane TA prometi su za nijansu bolji ili stagniraju, ovisno o agenciji. 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 ili pad prodaje. Također, valja napomenuti kako su agencije koje su se orijentirale na nižu kategoriju ponude smještaja te samim time i niže cijene, uglavnom usmjerile 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.	1.297.760	109	424	7.138.759	107	342
2017.	1.297.681	100	424	7.140.125	100	342

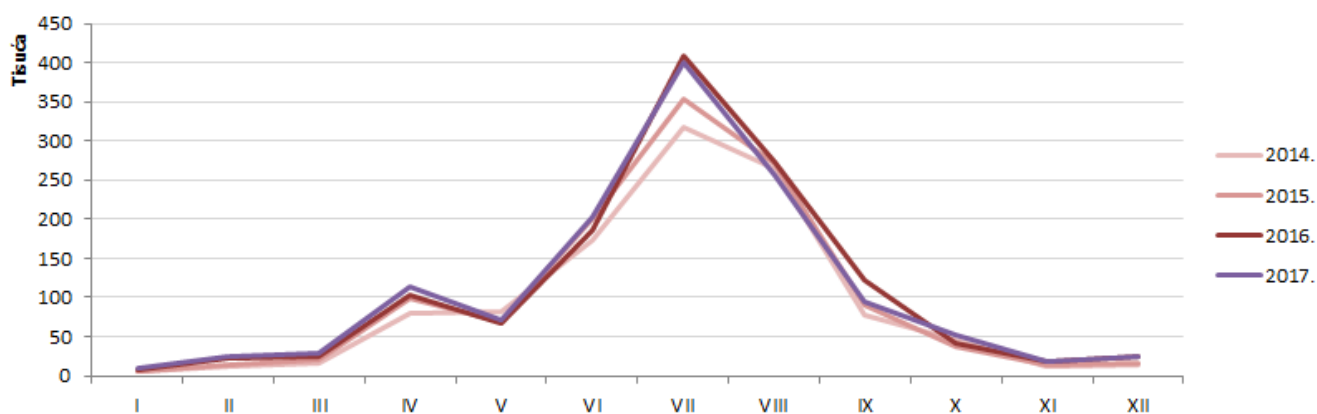
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja slovenskih turista, razdoblje 1992. - 2017.



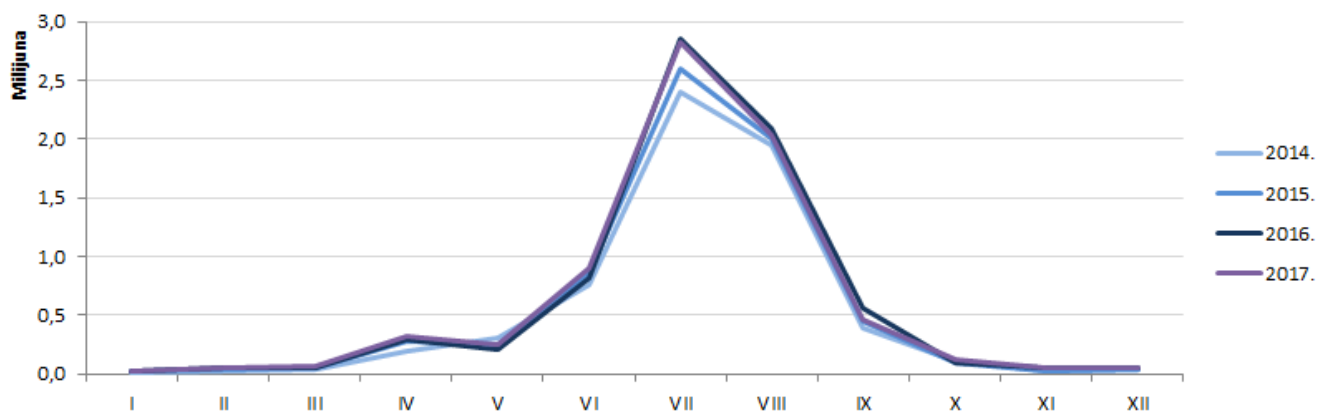
Izvor: DZS

Dolasci po mesecima



Izvor: DZS

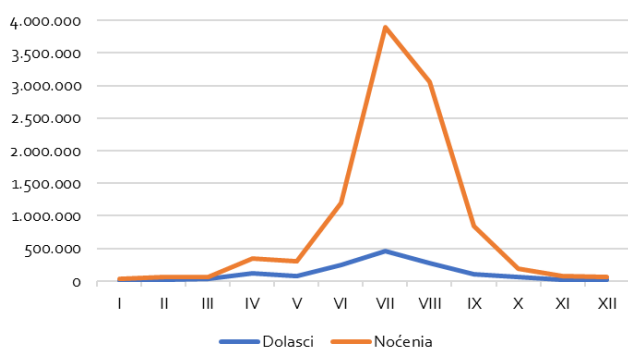
Noćenja po mesecima



Izvor: DZS

REZULTATI ZA 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

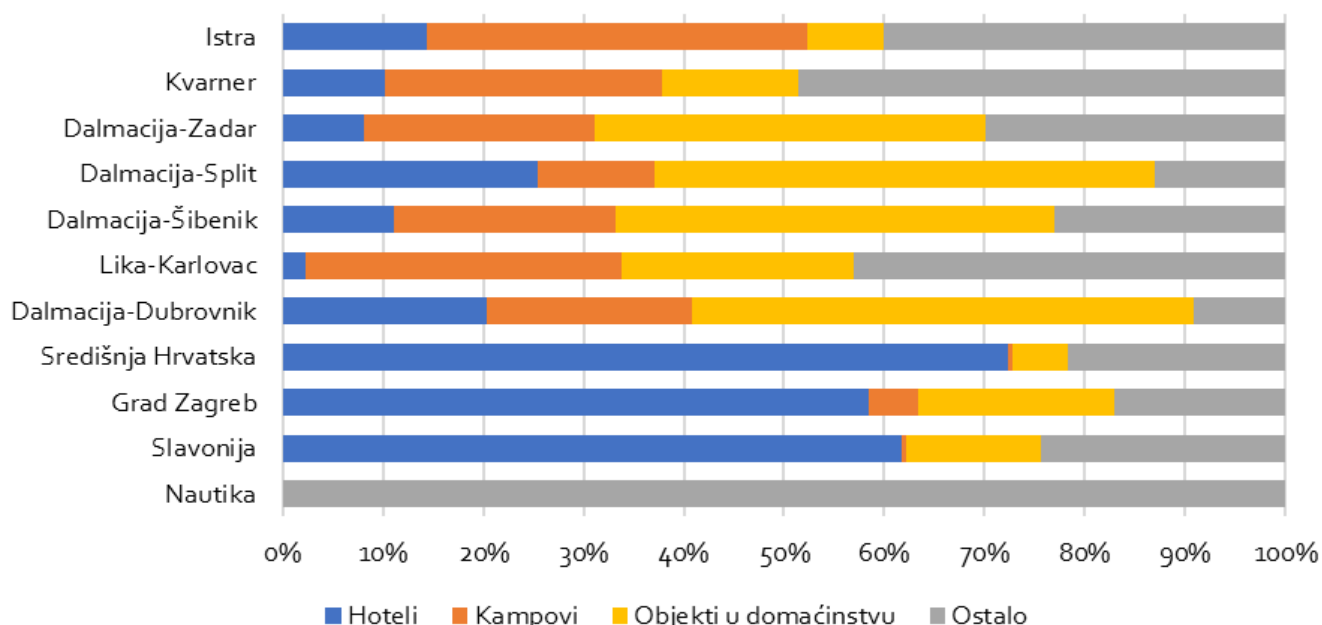
Dolasci i noćenja slovenskih turista, 2017.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Umag	682.123
Mali Lošinj	597.167
Medulin	398.637
Novigrad (Istarska)	394.924
Dobrinj	385.474
Novalja	359.053
Vodnjan	330.887
Poreč	315.351
Malinska-Dubašnica	273.895
Krk	261.926

Noćenja slovenskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2017.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	dolasci	noćenja
Istra	544.016	3.384.170
Kvarner	352.920	2.813.198
Dalmacija-Zadar	187.334	1.644.499
Dalmacija-Split	104.361	747.138
Dalmacija-Šibenik	69.290	542.560
Lika-Karlovac	51.417	442.894
Dalmacija-Dubrovnik	38.317	287.577
Nautika	27.118	134.551
Središnja Hrvatska	37.981	89.825
Grad Zagreb	27.172	43.872
Slavonija	6.370	10.125
Ukupno	1.446.296	10.140.409

Dolasci po dobi i spolu

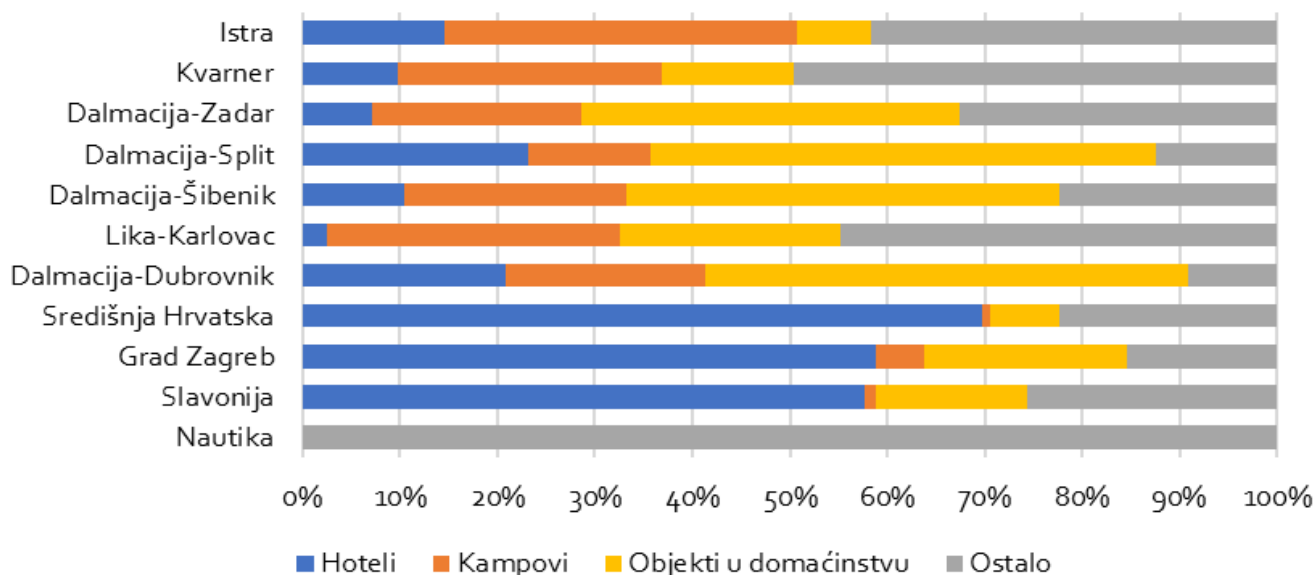
Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	4,2%	4,0%
6-11 godina	5,1%	4,8%
12-17 godina	3,2%	3,1%
18-24 godina	2,9%	3,2%
25-34 godina	7,0%	7,6%
35-44 godina	10,6%	10,4%
45-54 godina	8,4%	8,0%
55-64 godina	5,7%	5,4%
> 65 godina	3,3%	3,0%

REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – STUDENI 2018. PREMA SUSTAVU eVisitor

Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Umag	696.534
Mali Lošinj	595.408
Novigrad (Istarska)	404.704
Medulin	404.121
Dobrinj	392.890
Novalja	367.039
Vodnjan	341.179
Poreč	338.204
Malinska-Dubašnica	304.978
Vir	279.510

Noćenja slovenskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I-XI 2018.



Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Istra	566.230	3.526.753
Kvarner	360.497	2.884.075
Dalmacija-Zadar	195.579	1.755.918
Dalmacija-Split	102.113	738.099
Dalmacija-Šibenik	71.713	548.485
Lika-Karlovac	53.853	466.368
Dalmacija-Dubrovnik	38.575	295.263
Nautika	26.937	129.457
Središnja Hrvatska	37.473	91.542
Grad Zagreb	23.241	39.564
Slavonija	6.513	10.776
Ukupno	1.482.724	10.486.300

Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske

Stalnim podizanjem kvalitete usluge turističkog proizvoda i usluge, što je zapaženo i kod slovenskih gostiju, Hrvatska kao turistička destinacija kontinuirano povećava tržišni udjel. Kao najposjećenija turistička destinacija na slovenskom tržištu i dalje drži nedodirljivo prvo mjesto pri odabiru mjesta za odmor. Sve je veći interes slovenskih turista za bogatom ponudom 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 kojoj su slovenski gosti vrlo skloni treba imati na umu kako je porast cijena smještaja u 2018. izazvao negodovanja na tržištu, što bi se posebice moglo reflektirati na rezultat 2019.

Omjer organiziranih i individualnih dolazaka ostaje na razini od oko 15:85 u korist individualnih s trendom porasta u korist individualnih dolazaka. Razlog tomu je veća dostupnost informacija i lakše direktne i *online* rezervacije.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2018.

Hrvatska je najzastupljenija destinacija kod svih glavnih turoperatora u Sloveniji, a izdaju se i posebni separati u vrijeme pojedinih zanimljivih razdoblja (prvomajski praznici, školski praznici, jesenski školski praznici i sl.). U 2018. nije došlo do značajnih promjena u odnosu na prethodno razdoblje.

Svi organizatori putovanja i u ovoj godini ostvarit će pozitivan rezultat, odnosno prosječno povećanje od 5 – 7 %.

Zrakoplovna povezanost

Turooperatori odustaju od avionskog prijevoza jer za njega nema dovoljno interesa s obzirom na zemljopisnu dostupnost Hrvatske. Ove je godine Adria Airways uvela dva direktna leta od Ljubljane do Dubrovnika i Brača, no nisu zabilježili izraženiju potražnju.

Autobuseri u 2018.

Kod autobusera se stanje nije bitnije mijenjalo u odnosu na 2017. I dalje su vodeći subjekti 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 u 2018.

Individualni promet u 2018. ostaje na razini 80-85% ukupnog prometa.

PREDVIĐANJA ZA 2019.

TURISTIČKA SEZONA 2019. – OPĆI POKAZATELJI

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

Posljednjih godina primjetan je trend većeg porasta broja noćenja u odnosu na broj dolazaka, što ukazuje na činjenicu da se gosti na odmoru zadržavaju duže. Također, jedan od trendova je da se na putovanjima u daljnje destinacije ostvaruje duži boravak, u prosjeku gotovo 9 dana. Bliže destinacije svakako bilježe kraći broj dana boravka, i to od 3,5 dana prosječno, no valja nadodati kako navedeno uključuje veliki broj dolazaka ostvarenih u pred- i posezoni, što utječe na prosječan broj dana boravka.

Ponavljanje rezultata iz 2018., ili blagi rast od 1% bio bi izuzetan uspjeh u 2019., a puno toga ovisit će o cijenama smještaja i ponude na destinacijama.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija

Ne očekuju se neke veće promjene redoslijeda omiljenih destinacija. Predviđeni redoslijed najomiljenijih destinacija u 2019.: Hrvatska, Slovenija, Turska, Grčka, Italija, Austrija.

TURISTIČKA SEZONA 2019. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj.

Procjenjuje se ponavljanje rekordnih godina na razini od 1,4 mil. dolazaka i 10 mil. noćenja.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

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

Veća zastupljenost Hrvatske sigurno se očekuje u selektivnim programima putovanja, naročito na području ponude aktivnog turizma kao što su biciklizam, avanturizam (aktualni trend) te *wellnessa* i zdravstvenog turizma. Isto tako, u strukturi ponude povećat će se ponuda kraćih odmorâ te ponuda destinacija u unutrašnjosti, s naglaskom na izletničke ture i upoznavanje proizvoda gastronomije, enologije, ekoloških proizvoda i aktivnog odmora. Očekivanja organizatora putovanja za 2019. su proširenje

turističke ponude i dodatnih turističkih sadržaja, uz povećanje kvalitete. Sugeriraju vrlo opreznu politiku cijena te uključivanje *all inclusive* ponude. Posebice očekuju veću fleksibilnost hotelijera i spremnost na akcijske popuste te bolje uvjete poslovanja, uz što manje ranih stopiranja prodaje. Prognoze TO/TA za 2019. su porast prometa u rasponu od 3 do 7 %, uz napomenu kako Slovenci u Hrvatsku dolaze najčešće u privatnom aranžmanu (oko 80%).

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

- voditi brigu o zadovoljavanju visokih ekoloških standarda te očuvanju čistoće okoliša,
- aktivni turizam (izuzetni naglasak na aktivnom provođenju slobodnog vremena),
- proširiti te obogatiti postojeće turističke sadržaje,
- uskladiti cjenovnu politiku po sistemu »vrijednost za novac«, odnosno da cijena usluge što vjernije odražava kvalitativnu i kvantitativnu vrijednost turističke usluge,
- veća fleksibilnost hotelijera i spremnost na akcijske popuste te bolje uvjete poslovanja.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2019.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	1.1.2019	Utorak	1
Nova godina (New Year's Day)	2.1.2019	Srijeda	1
Prešerenov dan (Slovenian cultural festival – Prešeren Day)	8.2.2019	Petak	6
Uskrs (Easter)	21.4.2019	Nedjelja	16
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	22.4.2019	Ponedjeljak	17
Dan ustanka protiv okupatora (Uprising Against the Occupation Day)	27.4.2019	Subota	17
Praznik rada (Labour Day)	1.5.2019	Srijeda	18
Praznik rada (Labour Day)	2.5.2019	Četvrtak	18
Dan državnosti (National Day)	25.6.2019	Utorak	26
Velika Gospa (Feast of the Assumption)	15.8.2019	Četvrtak	33
Dan reformacije (Reformation Day)	31.10.2019	Četvrtak	44
Dan Svih svetih (All Saints Day)	1.11.2019	Petak	44
Božić (Christmas)	25.12.2019	Srijeda	52
Dan neovisnosti i ujedinjenja (Independence and Unity Day)	26.12.2019	Četvrtak	52

Izvor: http://www.slovenia.info/en/Public-and-schoolholidays.htm?prazniki_in_solske_pocitnice=0&lng=2

Školski praznici	2019.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	25.12.2018	2.1.2019	
Zimski praznici - regija zapad	25.2.2019	3.3.2019	2
Zimski praznici - regija istok	18.2.2019	24.2.2019	1
Proljetni praznici	27.4.2019	2.5.2019	
Ljetni praznici	25.6.2019	31.8.2019	
Jesenski praznici (neslužbeni podaci)	28.10.2019	1.11.2019	
Božićni praznici i Nova godina	24.12.2019	2.1.2020	