



SLOVENIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2022.



AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

UVODNA NAPOMENA:

Pojavom pandemije bolesti COVID 19 tijekom prvog kvartala 2020. na globalnoj je razini došlo do iznimno snažnog poremećaja svih sfera društvenog i gospodarskog života te je turizam, u svim svojim pojavnim oblicima jedna od najsnažnije pogođenih djelatnosti, s neizvjesnim kratkoročnim i srednjoročnim perspektivama oporavka.

U takvom kontekstu 2020., te u nešto manjoj mjeri 2021. godina, donose dramatičan odmak od uobičajenih poslovnih okolnosti i obrazaca ponašanja na strani ponude i potražnje, tako da ranije ustanovljeni trendovi i prognoze temeljene na modelima izgrađenim u kontekstu stabilnih poslovnih odnosa doživljavaju korjenu promjenu.

Imajući u vidu navedeno, standardni format profila tržišta promijenjen je i prilagođen novonastalim okolnostima na način da su u odnosu na izdanja publicirana do 2019. godine.

Političko uređenje Parlamentarna republika.

Površina 20.273 km².

Najveći gradovi

Ljubljana – glavni grad (294.464), Maribor (113.778), Kranj (57.133), Koper (52.773), Celje (49.007), Novo Mesto (37.430), Domžale (36.648), Velenje (33.638), Nova Gorica (31.881) i Kamnik (29.933). U navedenih deset najvećih gradova Slovenije živi oko 35% ukupnog stanovništva.

Broj naselja u Sloveniji iznosi 5.978.

Službeni jezik Slovenski.

Valuta EUR.

Pros. mj. bruto plaća 1.856,20 EUR.

BDP 48.393 milijuna EUR.

BDP/stanovnika 23.165 EUR.

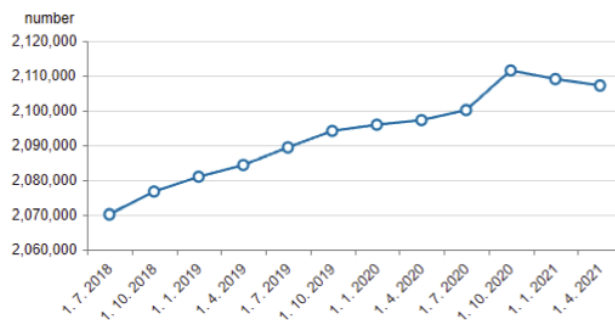
Stanovništvo U Sloveniji je 01.04.2021. zabilježeno 2.107.126 stanovnika.

Prosječna starost stanovnika 43,6 godina

Gustoća naseljenosti iznosi 104,1 st/km².

Religija 58% rimokatolici.

Kretanje broja stanovnika u Sloveniji



Izvor: SURS

Broj državljana Slovenije se smanjilo za više od 2.200 u 1Q2021 dok se broj stranih državljana povećao za 400. Udio stranih državljana iznosi 8%. Od zabilježenog broja 1.058.571 je muškaraca te 1.048.555 žena. Udio žena iznosi 49,76%.

Stanovnici po skupinama i spolu, Slovenija

	1Q2020	2Q2020	3Q2020	4Q2020	1Q2021
Stanovnici ukupno	2.097.195	2.100.126	2.111.461	2.108.977	2.107.126
Muški	1.052.649	1.054.483	1.061.212	1.059.938	1.058.571
Žene	1.044.546	1.045.643	1.050.249	1.049.039	1.048.555
Državljeni Slovenije	1.937.613	1.937.590	1.944.627	1.940.326	1.938.072
Muški	946.366	946.528	950.897	949.029	947.965
Žene	991.247	991.062	993.730	991.297	990.107
Strani državljani	159.582	162.536	166.834	168.651	169.054
Muški	106.283	107.955	110.315	110.909	110.606
Žene	53.299	54.581	56.519	57.742	58.448

Prosječna starost stanovništva je 43,7 godine. U 2020. rođeno je 18.767 djece, što je manje za 2,9% u odnosu na godinu ranije. Prirodni prirast je u 2020. iznosio -2,5 na 1.000 stanovnika, što je najniža vrijednost prirodnog prirasta u Sloveniji od 1945.

Prirodni prirast, Slovenija

Prirodni prirast, Slovenija		
	2019.	2020.
Novorođeni	19.328	18.767
Umrli	20.588	24.016
Prirodni prirast	-1.260	-5.249
Prirodni prirast na 1.000 stanovnika	-0,6	-2,5

Udio stranih državljana među stanovnicima iznosi 8%. Broj slovenskih državljana smanjio se u prvom tromjesečju 2020., dok se broj stranih državljana povećao za 7,6%.

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

BDP se u 2Q2021, na godišnjoj razini povećao za 16,3%. Ako ga uspoređujemo s istim razdobljem 2020. viši je za 15,7%, dok je u usporedbi s 1Q2021 veći za 1,9%. Porastu BDP-a je najviše pridonijelo povećanje u potrošnji domaćinstava te bruto investicije, dok je utjecaj salda razmjene s inozemstvom negativan. Potrošnja domaćinstava u 2Q2021. je porasla za 18,8%, a najveći izdaci su bili realizirani za kupovinu svih vrsta proizvoda i usluga. Bruto investicije u osnovna sredstva su se u 2Q2021 povećale za 19,2%, a posebno su na to utjecale investicije u strojeve i opremu za 43,2%.

Zabilježen je i porast uvoza za 34,9% te izvoza za 30,2%. Zbog većeg rasta uvoza od izvoza te lošijih uvjeta razmjene, doprinos vanjskotrgovinskog viška u rastu BDP-a je bio negativan (0,3 postotna boda).

Ukupna zaposlenost u 2Q2021 iznosila je 1.044.000 osoba, što je značilo 1,4% veću zaposlenost u odnosu na

isto razdoblje godinu ranije. Većina novih zapošljavanja je bila u djelatnostima prerade, zdravstvu i socijalnoj brizi. U nekim djelatnostima je došlo do smanjenja zapošljavanja, kao npr. u ugostiteljstvu.

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

BDP je u 2020. iznosio 46.918 milijuna EUR i ukoliko ga uspoređujemo sa godinom ranije bio je manji za 3,1% nominalno, a realno za 4,2%. Posljedice pandemije su na većinu proizvodnih djelatnosti utjecale negativno i to ponajprije na ugostiteljstvo za -0,9 postotnih poena, drugih raznovrsnih djelatnosti za -0,6 postotnih poena, djelatnosti obrade za -0,6 postotnih poena te u djelatnostima prometa i skladištenja, također za -0,6 postotnih poena.

Proizvodna struktura BDP-a, stalne cijene, stupanj rasta (%)					
	2020.			2021.	
	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
	Promjena u odnosu na isti kvartal prijašnje godine				
A Poljoprivreda, šumarstvo i ribogojstvo	0,3	5,1	8,1	-4,5	6,6
BCDE Rudarstvo, prerađivačke djelatnosti, opskrba strujom, vodom, upravljanje otpadom	-15,0	-2,3	3,6	2,7	26,6
od toga: C Prerađivačke djelatnosti	-15,4	-1,3	4,5	4,0	27,4
F Graditeljstvo	-10,5	-0,8	1,9	0,1	8,7
GHI Trgovina i popravci vozila, promet i skladištenje, ugostiteljstvo	-17,8	-3,1	-8,2	-1,5	20,1
J Informacijske i komunikacijske djelatnosti	-4,9	7,7	5,0	5,1	10,9
K Financijske i djelatnosti osiguranja	19,5	5,3	-13,5	10,2	0,4
L Poslovanje z nekretninama	-0,7	-0,8	-0,8	0,2	1,8
MN Stručne, znanstvene, tehnike i druge raznovrsne poslovne djelatnosti	-20,8	-10,0	-7,9	0,2	21,8
OPQ Uprava i obrana, obrazovanje, zdravstvo i socijalno osiguranje	2,0	4,1	3,2	1,7	2,8
RST Druge uslužne djelatnosti	-25,3	-5,1	-28,1	-16,6	18,2
Ukupno dodana vrijednost	-10,4	-1,3	-1,8	1,0	15,0
Neto porezi na proizvode	-15,2	-2,3	-12,3	7,8	26,9
Bruto domaći proizvod	-11,0	-1,4	-3,1	1,7	16,3

Izvor: SURS

Domaća krajnja potrošnja se u 2020. realno smanjila za 3,8%, pri čemu je potrošnja domaćinstava utjecala za 6,6% na smanjenje, dok se potrošnja državnog sektora povećala za 4,2%. Bruto investicije su se realno smanjile za 7,3%, dok su se zalihe povećale za 519 milijuna EUR,

što je iznosilo 1,1% BDP-a. Izvoz se smanjio za 8,7%, a uvoz za 9,6% pri čemu je pad, kako pri izvozu tako i pri uvozu, bio veći kod usluga u odnosu na robu. Saldo vanjske razmjene ostao je pozitivan i iznosio je 4.328 milijuna EUR, tj. 9,2% BDP-a.

Rashodovna struktura bruto domaćega proizvoda, stalne cijene, stupanj rasta (%)					
	2020.			2021.	
	2Q	3Q	4Q	5Q	6Q
	Promjena u odnosu na isti kvartal prijašnje godine				
Domaća potrošnja	-9,7	-3,5	-3,4	1,3	18,3
krajnja potrošnja	-8,7	2,3	-7,5	-0,1	13,5
domaćinstva	-13,1	1,4	-11,2	-0,6	18,8
NPISG	-8,5	-2,5	-7,7	14,0	20,2
država	3,2	5,0	3,5	0,5	1,4
Bruto investicije	-13,3	-21,7	12,0	6,0	35,9
bruto investicije v osnovna sredstva	-17,6	-5,7	-2,7	7,8	19,2
promjene zaliha i vrijedni predmeti1)	0,9	-3,7	2,9	-0,2	3,4
Saldo razmjene s inozemstvom1)	-2,2	1,8	0,0	0,5	-0,3
Izvoz proizvoda	-23,5	-8,9	-0,7	1,4	30,2
roba (fob)	-20,6	-4,1	3,8	4,6	30,6
usluge	-34,6	-24,9	-16,7	-12,0	28,2
Minus: uvoz proizvoda	-23,6	-12,2	-0,8	0,9	34,9
roba (fob)	-23,1	-10,5	1,1	3,8	35,8
usluge	-26,6	-20,5	-10,4	-15,7	29,9
Bruto domaći proizvod	-11,0	-1,4	-3,1	1,7	16,3

Izvor: SURS

U raščlambi prihoda BDP-a, u 2020. su se smanjili porezi na proizvodnju za 677 milijuna EUR (nominalno za -10,1%) u odnosu na 2019. Sredstva za zaposlene su bila veća za 639 milijuna EUR (+2,6%) te usprkos manjoj gospodarskoj aktivnosti nisu bilježila pad. To je bilo omogućeno subvencijama koje su se u 2020. povećale za 1.526 milijuna EUR (+241,9%). Upravo iz tih razloga se povećao i dug državnog sektora.

U strukturi prihoda BDP-a u 2020. sredstva za zaposlene su iznosila 53,8%, porezi na proizvodnju 12,8%, subvencije 4,6%, potrošnja stalnog kapitala 19,6% te neto poslovni višak i raznovrsni prihodi 18,4%.

Broj zaposlenih u 2020. smanjio se za 0,9%, broj samozaposlenih se povećao za 0,6%. Ukupna zaposlenost je smanjena za 0,6%. Prosječna godišnja zaposlenost je

procijenjena na 1.039.776 osoba, od toga je bilo zaposlenih 80,9%, a samozaposlenih 19,1%.

Postotak nezaposlenosti u 2020., aktualno stanje u 2021. i procjena budućeg trenda

U 2Q2021 je 44.000 stanovnika Slovenije bilo nezaposleno, što je 20% manje u odnosu na 1Q. Broj radno aktivnih iznosio je 979.000, odnosno, za 5% više u odnosu na 1Q. Povećao se broj samozaposlenih osoba i osoba koje su radile preko studentskog servisa. Od navedene brojke 82% ih je u poslovnom odnosu, a 10% je samozaposlenih, dok razlika otpada na studentski servis te pomoć u poljoprivrednim poslovima. Od toga je 739.000 bilo zaposleno na neodređeno, a 97.000 na određeno radno vrijeme.

Stanovništvo po aktivnosti, Slovenija (u 1.000)						
	1Q 2021			2Q 2021		
	Ukupno	Muški	Ženske	Ukupno	Muški	Ženske
Članovi zasebnih domaćinstava - ukupno	2.064	1.042	1.022	2.062	1.042	1.020
Aktivni	984	531	453	1.023	552	470
poslovno aktivni	928	506	422	979	533	445
...zaposleni	804	421	383	836	438	398
...samozaposleni	112	80	31	123	87	36
...uzdržavani obiteljski članovi	13M	5M	8M	19M	8M	11M
nezaposleni	56	24	31	44	19	25
Neaktivni	762	348	415	722	326	396

Izvor: SURS

Broj radno aktivnog stanovništva se povećao u srpnju 2021. te je iznosio približno 901.900. Što se tiče zaposlenosti prema djelatnostima, smanjio se broj zaposlenih u obrazovanju, a najveći porast je zabilježen u ugostiteljstvu.

Radno aktivno stanovništvo, Slovenija			
	VII 2021	$\frac{\text{VII 2021}}{\text{VI 2021}}$	$\frac{\text{VII 2021}}{\text{VII 2020}}$
	broj	indeks	
Radno aktivno stanovništvo	901.926	100,0	102,2
Zaposlene osobe	805.927	100,0	102,2
kod pravnih osoba	756.957	100,0	102,4
kod fizičkih osoba	48.970	100,4	98,0
Samozaposlene osobe	95.999	100,2	102,1
samostalni poduzetnici	68.879	100,2	103,9
osobe koje izvode profesionalnu djelatnost	6.336	99,7	98,6
poljoprivrednici	20.784	100,2	97,8

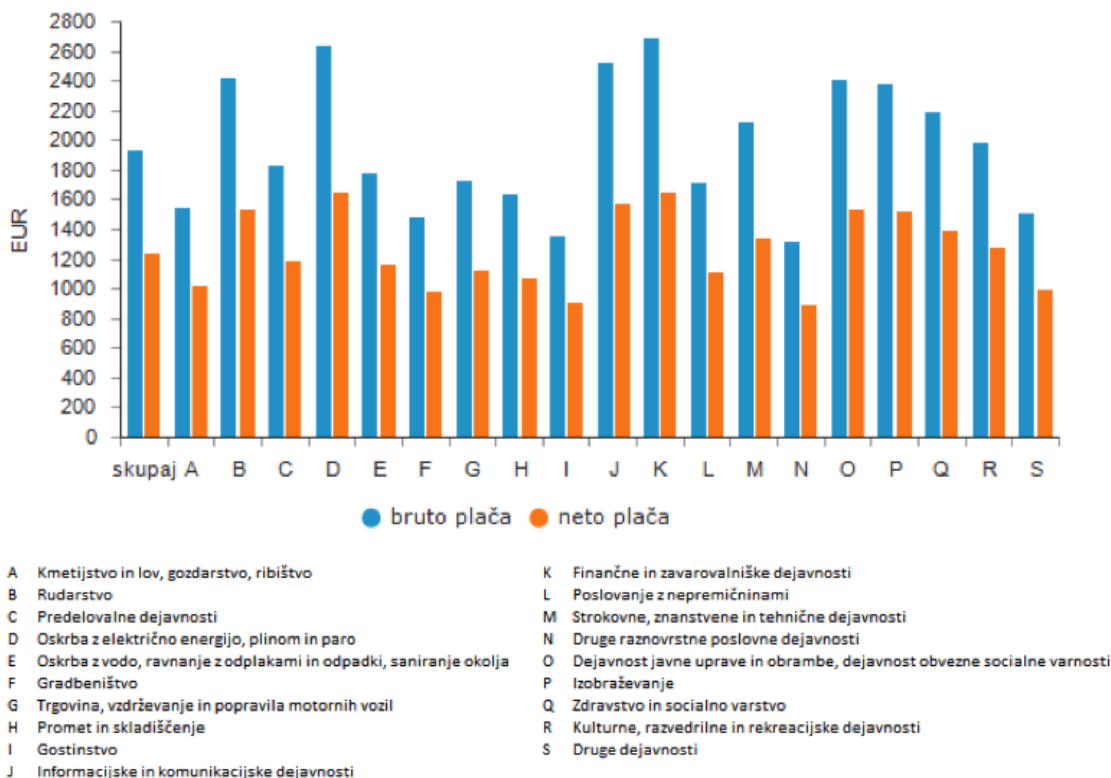
Izvor: SURS

Prosječna plaća (aktualni podaci)

Prosječna bruto mjesečna plaća za srpanj 2021. iznosila je 1.940,69 EUR te je bila nominalno za 0,6%, a realno za 1% niža od bruto plaće u odnosu na lipanj 2021. Prema

djelatnostima, najviša mjesečna bruto plaća za srpanj 2021. bila je u financijskom sektoru i sektoru osiguranja, a iznosila je 2.700,84 EUR. Jasniji prikaz je na niže navedenom grafu gdje je prikazana prosječna plaća po djelatnostima za srpanj 2021.

Prosječna plaća po djelatnostima (SKD Slovenija 2008.), Slovenija, srpanj 2021.



Izvor: SURS

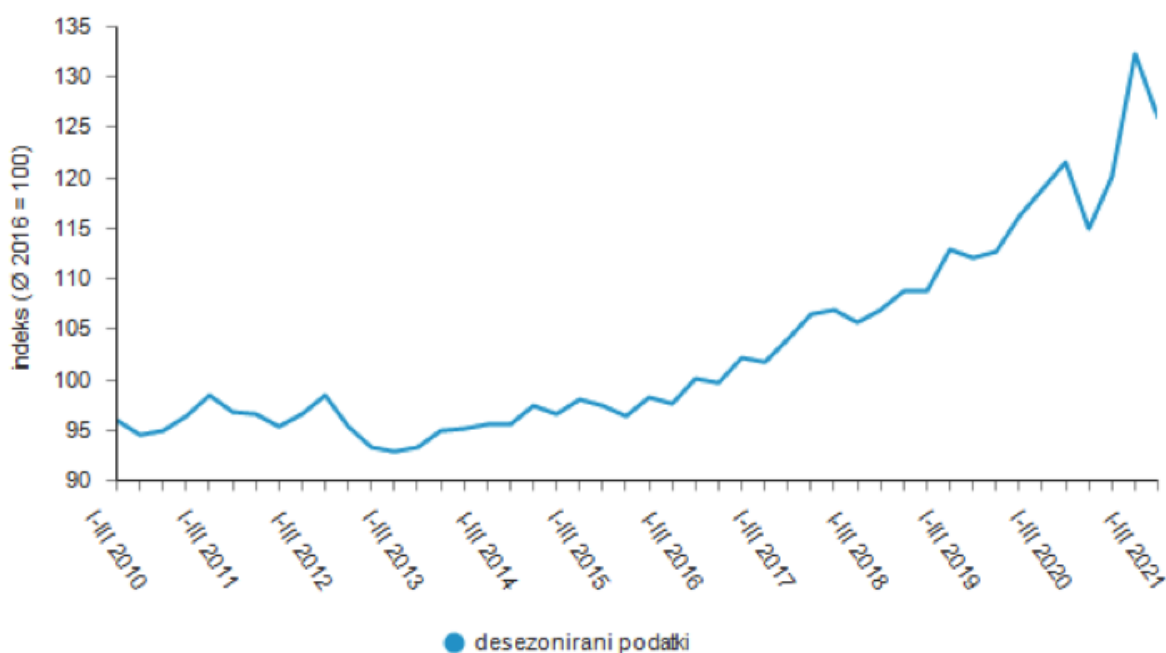
Prosječna mjesečna plaća za zaposlene, Slovenija						
	VII 2021.	Ø I-VII 2021.	Ø V-VII 2021.	<u>VII 2021</u> <u>VI 2021</u>	<u>VII 2020</u> <u>VII 2021</u>	<u>Ø I-VII 2021</u> <u>Ø I-VII 2020</u>
	EUR			indeks		
Bruto	1.940,69	1.975,27	1.966,62	99,4	107,1	108,1
Javni sektor	2.342,93	2.444,30	2.442,12	98,6	109,3	112,3
od toga sektor država	2.427,24	2.543,41	2.550,33	98,9	110,6	114,5
Privatni sektor	1.757,17	1.755,40	1.747,32	100,1	106,1	105,5
Neto	1.249,88	1.269,26	1.264,12	99,5	106,3	106,6
Javni sektor	1.492,07	1.548,52	1.547,15	98,7	108,2	110,6
od toga sektor država	1.542,11	1.605,20	1.609,78	99,1	109,3	112,7
Privatni sektor	1.139,38	1.138,36	1.133,58	100,1	105,4	104,2

Izvor: SURS

U drugom kvartalu 2021. bilježi se porast cijene rada za 3,6% u odnosu na isto razdoblje u godini ranije. Također, u istom promatranom razdoblju su prosječne bruto plaće porasle za 5,7%. Izraziti pad cijene rada zabilježen

je u poljoprivredi, šumarstvu, ribogojstvu za 3,9% te u kulturnim i rekreacijskim djelatnostima, za 2,7%, dok su se najveća povećanja zabilježila u djelatnostima obrazovanja za 6,8% te ugostiteljstvu za 6,6%.

Indeks cijene rada, Slovenija



Izvor: SURS

Tabela 8. Indeks cijene rada, Slovenija

	2019	2020	2021
	indeks (isto razdoblje prošle godine = 100)		
I–III	107,5	105,4	111,4
IV–VI	104,9	108,8	103,6
VII–IX	103,2	101,8	-
X–XII	106,8	103,5	-

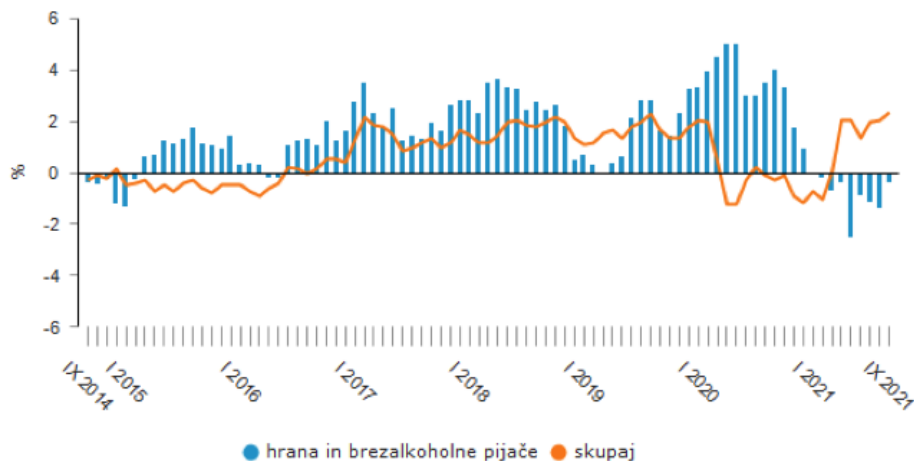
Izvor: SURS

Stopa inflacije (aktualni podaci)

Godišnja stopa rasta cijena iznosi 2,4%, dok je mjesečna stopa rasta u rujnu 2021. niža za -0,1%. Na godišnju inflaciju su najviše utjecale više cijene naftnih derivata,

a na mjesečnu su najviše utjecale niže cijene turističkih paketa. Prosječni 12-mjesečni porast cijena iznosio je 0,7%, a cijene su bile u prosjeku više za 3,1% kod proizvoda, a kod usluga za 1,2%.

Godišnja stopa rasta cijena životnih potrepština, Slovenija



Izvor: SURS

Najveći utjecaj zabilježen je zbog skupljih naftnih derivata i to poskupljenja dizelskog goriva za 30,7%, benzina za 26,5%, tekućih goriva za 26,4%. Cijene životnih potrepština su se u rujnu 2021. smanjile u prosjeku za -0,1%. S jedne strane su na to utjecale niže cijene turistič-

kih aranžmana za 15,7% te niže cijene smještajnih usluga za 4,9%. S druge strane je zabilježen rast cijene odjeće i obuće za 0,3% te više cijene toplinske energije za 9,5%, ugostiteljskih usluga za 2,2%, prijevoznih sredstava za 0,9% te hrane za 0,8%.

Indeks cijena životnih potrepština, Slovenija

	<u>IX 21</u> <u>IX 20</u>	<u>IX 21</u> <u>VIII 21</u>	<u>IX 21</u> <u>XII 20</u>	<u>I-IX 21</u> <u>I-IX 20</u>	<u>IX 21-X 20</u> <u>IX 20-X 19</u>	<u>IX 21</u> <u>Ø 15</u>
Ukupno	102,4	99,9	103,2	101,2	100,7	107,58
01 Hrana i bezalkoholna pića	99,6	100,7	102,4	99,2	99,9	111,72
02 Alkoholne pića in duhan	104,0	100,0	101,6	103,7	103,7	110,84
03 Odjeća i obuća	99,3	104,5	96,6	99,5	98,5	95,51
04 Stanovi, voda, električna energija, plin i druga goriva	104,4	101,0	105,1	104,4	103,2	116,04
05 Stambena i kućna oprema i tekuće održavanje stanova	102,3	99,5	103,0	101,4	101,0	104,97
06 Zdravstvo	102,7	100,1	98,7	102,1	102,5	107,81
07 Prijevoz	109,6	100,0	108,9	103,8	101,1	100,53
08 Komunikacije	98,7	98,9	97,9	99,9	100,2	103,56
09 Rekreacija in kultura	98,4	94,8	105,9	97,3	97,6	103,01
10 Obrazovanje	101,2	100,2	100,4	100,9	100,8	113,09
11 Restorani n hoteli	105,2	100,5	106,8	102,0	101,7	117,21
12 Razni proizvodi i usluge	100,0	100,1	99,9	100,0	100,2	110,31
Proizvodi	103,1	100,8	103,3	101,8	101,0	105,23
Usluge	101,2	98,3	103,1	100,0	100,2	112,55

Izvor: SURS

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

Izvoz roba je u prvih devet mjeseci 2021. bio viši za 19,1% u odnosu na isto razdoblje prošle godine te je iznosio 28,9 milijardi EUR, dok je uvoz bio viši za 29,4%, odnosno, 29,7 milijardi EUR. Razlika u robnoj razmjeni sa inozemstvom je iznosila u navedenom razdoblju 0,9 milijardi EUR, a pokrivenost uvoza izvozom je bila 97,1%.

Slovenija je u rujnu 2021. izvezila za 16,7% više roba u odnosu na isto razdoblje u 2020., a uvezila za 46,7% više. Izvezili su u članice EU-a najviše proizvoda iz skupine osobnih automobila, lijekova, aluminija i ulja. Uvezila je najviše ulja, raznih sirovina, osobnih automobila, električne energije i lijekova. Najveći dio razmjene bio je realiziran s Njemačkom, slijedi Italija, Austrija i Hrvatska; na izvoznoj strani još sa Francuskom, a na uvoznoj strani dodatno s Mađarskom.

Indeksi izvoza i uvoza (Ø 2019 = 100), Slovenija*



Izvor: SURS

Izvoz i uvoz roba, Slovenija

	IX 2021	I–IX 2021	<u>IX 2021</u> <u>IX 2020</u>	<u>I–IX 2021</u> <u>I–IX 2020</u>
	1.000 EUR		indeks	
Izvoz	3.458.002	28.884.896	116,7	119,1
EU-27	2.282.868	19.071.895	114,6	118,2
države nečlanice EU	1.175.133	9.813.001	121,0	120,9
Uvoz	3.933.390	29.742.701	146,7	129,4
EU-27	2.389.417	19.434.887	120,7	123,6
države nečlanice EU	1.543.974	10.307.813	219,9	142,0
Trgovinska bilanca	-475.389	-857.805	-	-
Pokrivenost uvoza izvozom u %	87,9	97,1	-	-

Izvor: SURS

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja i pandemije bolesti COVID-19 na ekonomiju i društvo u 2020. i 2021. godini - procjene za 2022.

Epidemija bolesti COVID-19 je u 2020. i 2021. snažno obilježila gospodarstvo Slovenije te je imala izraziti utjecaj na kvalitetu života ljudi. Ujedno je donijela i neke nove prilike. Prije svega je prekinula višegodišnju gospodarsku konjunkturu i pozitivna kretanja na tržištu rada, pri čemu su vladine mjere znatno ublažile posljedice epidemije za gospodarstvo i stanovništvo. Slovenija je prije epidemije dosegla povijesno visoku razinu zaposlenosti te dobre pokazatelje u povećanju učinkovitosti korištenja izvora energije. Razvojni napredak u prijašnjim godinama se u manjoj mjeri temeljio na povećanju produktivnosti, što je bilo usko vezano uz niske investicije pogotovo u oblike nematerijalnog kapitala. Zbog velike izloženosti mladih osoba zapošljavanju na određeno vrijeme, u epidemijским godinama se iznad prosjeka povećala njihova nezaposlenost. K tome je epidemija stavila i naglasak na problematiku sistema socijalne zaštite te održivosti zdravstvenog sistema, dugoročne financijske održivosti, posebno kod izdataka za mirovine.

BDP je po razdoblju od šest godina uzastopnog rasta u 2020. imao veliki pad. Gospodarski rast je bilježen u razdoblju od 2014. do 2017., nakon čega dolazi stagnacija. Stagnacija je u velikoj mjeri bila posljedica nižeg gospodarskog rasta kod trgovinskih partnera te nesigurnosti međunarodnih trgovačkih i političkih odnosa. U 2020. se zbog epidemije te uz nju vezanih ograničenja zabilježio pad svih segmenata BDP-a, uz iznimku državne potrošnje. Zbog ograničenog kretanja te ponude u vrijeme karantene snažno je pala osobna potrošnja, dok se raspoloživi dohodak zbog mjera subvencije nije previše promijenio. Mjere su najviše utjecale na pad zaposlenosti, a isto se odrazilo na pad uvoza i izvoza. Sve je to utjecalo na smanjenje investicija, kako u građevinskom sektoru, tako i u opremu i strojeve. Javni dug se snažno povećao, ne samo zbog ekonomskih mjera već i zbog okruženja niskih kamatnih stopa koje je omogućila ekspanzivna novčana politika. Povećanje javnog duga se najviše osjetio u državama sa najstrožim epidemiološkim mjerama, a Slovenija je definitivno bila jedna od država sa skoro najstrožim mjerama.

Izvor: <https://www.umar.gov.si/razvoj-slovenije/porocilo/>

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija po segmentima

Kvalitetni mediji su za svaku zemlju, pa tako i Sloveniju, jedan od glavnih nositelja kulturno – informativnih sadržaja. Nakon problema sa kojima su se u 2017. i 2018. uslijed gospodarske krize susreli svi mediji, posebno tiskani, klasični su mediji ponovno dobili na važnosti, uzmemo li u obzir da su televizija i radio te čak i tisak zabilježili rast prihoda. Sličan trend nastavio se i u 2019. U 2020. pandemija je svijet praktički zaustavila, društveno i poslovno. Posljedično, tvrtke su većinu vremena i sredstava namijenile tome ne bi li se što brže i što bolje prilagodile novonastalim uvjetima te kako bi jednostavno opstale.

Sasvim logično, slabiju sliku pokazuju i podaci Mediane IBM prema kojima se smanjila bruto vrijednost oglašavanja u 2020. Tu svakako moramo naglasiti da

bruto vrijednost oglašavanja podrazumijeva oglašavanje po službenim cjenicima i ne podrazumijeva popuste i besplatne objave. U 2020. je tako izmjeren opseg oglašavanja iznosio 980 milijuna EUR, što je 11% manje u odnosu na 2019. Realna neto vrijednost je svakako manja, ali ju je zbog povjerljivih poslovnih razloga gotovo nemoguće ocijeniti. Na osnovi toga možemo zaključiti da je pad bio još veći. Na Mediani, gdje od 1994. mjere opseg oglašavanja do tada su samo u 2012. zabilježili 3% pada bruto vrijednosti. U svim ostalim godinama govorili su o iznimnom rastu, sve do pandemije. Raspodjela oglašivačkog „kolača“, doduše, ostaje ista ili slična kao prethodnih godina - još uvijek snažno vodi televizija sa 82% udjela, tisak predstavlja 8%, slovenski digitalni mediji 4%, vanjsko oglašavanje i radio po 3%, iako tu moramo napomenuti da u analizu nisu uzeti u obzir svi digitalni mediji i sve radijske postaje.

Bruto vrijednost oglašavanja u svim medijima, Slovenija, 2020.

Vrsta medija	2019. (u EUR)	2020. (u EUR)	Trend (u %)
Internet	36.389.682	34.870.024	-4
Kino	245.576	125.671	-49
Ostalo oglašavanje	1.807.560	925.670	-49
Plakati	38.117.998	33.387.452	-12
Radio	34.476.235	32.900.670	-5
Televizije	898.341.031	797.288.892	-11
Tisak	84.292.666	74.971.508	-11
Ukupno	1.093.670.749	974.469.887	-11

Izvor: Mediana IBO (MM, ožujak 2021.)

Mediji su se zadnjih godina u krizi našli i zbog izrazito brzog razvoja digitalne tehnologije te promjena navika čitalačke javnosti što je utjecalo na velike strukturne promijene, razna prilagođavanja te pojavu novih poslovnih modela. 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 upisanih 2.242 medija, među njima je najviše tiskanih, slijede elektronski, televizijski, te radijski mediji.

TELEVIZIJSKE KUĆE

Unatoč sve većoj upotrebi interneta te činjenici da sve više ljudi sve češće 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 prijamnika omogućavaju i napredne funkcije kao što je npr. gledanje televizijskog sadržaja sa 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.

Javni zavod Radiotelevizije Slovenije emitira pet programa:

- TV Slovenija 1
- TV Slovenija 2
- TV Slovenija 3
- TV Koper
- TV Maribor

Društva POP TV d.o.o. i Kanal A d.o.o. u vlasništvu su društva PRO PLUS d.o.o. koje uz dva spomenuta TV kanala imaju i internetski portal 24ur.com, video portal na zahtjev Voyo.si te još nekoliko manjih tematskih internetskih medija. Grupacija PRO PLUS d.o.o. je u vlasništvu grupacije PPF Group N.V.

Grupacije POP TV d.o.o. i Kanal A d.o.o. emitiraju sljedeće televizijske programe:

- POP TV
- Kanal A
- POP Kino
- POP Brio
- POP Oto

Društvo Planet TV d.o.o. koje je primarno bilo u vlasništvu slovenskog Telekom, 2020. došlo je u mađarske ruke, točnije društva TV2 Media Csoport Zrt - najvećeg mađarskog distributera televizijskih programa. Društvo ima 14. televizijskih program na područja Mađarske.

Planet TV emitira sljedeće programe:

- Planet
- Planet 2
- PlanetPlus

PRO TV d.o.o. emitira televizijski program TV3. Vlasnici PRO TV-ja su po pola tvrtka GOMAR d.d. i hrvatska tvrtka PRO SCENA d.o.o. – GOMAR u vlasništvu Aleksandra Goloba, a tvrtka PRO SCENA d.o.o. u vlasništvu Andreja Kregara.

NovaTV24 emitira televizijski program Nova24TV, vlasnici u sudskom registru nisu navedeni, dok je 45% udio u vlasništvu triju mađarskih tvrtki.

RADIO POSTAJE

U Sloveniji je po podacima *Razvida medija* Ministarstva za kulturu registrirano 169 radijskih programa. U prvoj polovici 2019. (zadnji dostupni podaci) bilo je 96 aktivnih dozvola za emitiranje radijske aktivnosti. Po podacima istraživanja Radiometrije u siječnju 2018. na području Slovenije bilo je aktivnih 57 radijskih programa. Od toga ih 29 ima status radija posebnog značaja, što znači da su nekomercijalni. Ostalih 28 aktivnih programa je komercijalnih, dok je neaktivnih čak 40. Trenutno, na području Slovenije djeluje pet programskih radijskih 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 je trenutno šest lokalnih, deset regionalnih, jedan studentski, te dva neprofitna programa sa statusom radijskog programa od posebnog značaja.

TISAK

Nakon višegodišnjeg pada naklada u tiskanim medijima, taj se trend u zadnje vrijeme zaustavlja. Naklade su tako već neko vrijeme konstantne, te je stanje u tiskanim medijima stabilno. Istraživanja su pokazala da su od ozbiljnih medija najčitaniji Delo, Dnevnik i Večer, dok na području dnevnih novina prednjače Slovenske novice, koje nude nešto lakše štivo. U zadnjih nekoliko godina na značenju dobiva i Svet24, koji također predstavlja lakše štivo, odnosno, cilja na čitatelje koji nemaju previše očekivanja. Među čitanijima je i Nedeljski Dnevnik kojeg izdaje kuća Dnevnik, a štajerski Večer koji je 2019. godine sve svoje revije (Obrazi, Stop, ...) prodao medijskoj kući Media24, sada je u cijelosti prešao pod okrilje medijske kuće Media24, u većinskom vlasništvu Martina Odlazka.

Internet

Po statističkim podacima slovenskog SURS-a u 2020. u Sloveniji je internet koristilo 87% ljudi starih od 16-74 godine (u 2019.: 83%). 76% njih je Internet upotrebila

valo svaki dan (u 2019.: 74%), a 75 % njih više puta na dan. Približno 77% 16-77 – godišnjaka je preko interneta tražilo informacije o proizvodima ili uslugama (u 2019.: 70 %). 71 % ih je putem interneta čitalo vijesti, internetske novine ili revije (u 2019.: 63 %). 36 % ih je preko interneta pratilo različite televizijske programe, u živo ili s vremenskim odmakom.

Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

TELEVIZIJSKE KUĆE

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

Novosti na tehnološkom području, što prije svega kod televizije znači da gledanje televizije ne mora nužno značiti sjedenje pred televizijom, zahtijevati će mnogo prilagođavanja. Prije svega tu mislimo na klasično televizijsko oglašavanje koje se polako, ali sigurno smanjuje. Kod ne klasičnog odnosno nelinearnog načina gledanja televizije oglasne blokove jednostavno preskočimo, što je direktno povezano s televizijskim financiranjem. Televizijsko oglašavanje polako postaje zastarjela kategorija na koju ćemo u budućnosti morati početi gledati kao na samo jedan vidik video oglašavanja (koji pri tom sve više odumire), a tome će se morati prilagoditi i oglašivači i korisnici. Financial Times je tako lani već zaključio da je „30-sekundni oglas preživio svojih 5 minuta slave“, s obzirom da su sve manje konkurentni onima na socijalnim mrežama, tražilicama i sličnim video platformama (Facebook i Instagram, YouTube, Google, ...) (Bond, 2017). Najveću konkurenciju današnjim televizijskim kućama ne predstavljaju druge televizijske kuće, nego tehnološka udruženja koja u Sloveniji primjerice uopće nisu registrirane kao „mediji“, iako unatoč tome diktiraju digitalni razvoj i digitalnu ekonomiju, te s njom povezano digitalno oglašavanje – od tradicionalnih medija preuzimaju sredstva namijenjena oglašavanju, smanjuju njihovu ekonomsku moć i mogućnost kreiranja sadržaja, dok su sami izuzeti iz medijskih zakona (recimo pitanje kvota), te direktno diktiraju cijene oglašavanja. Ključne tvrtke,

poput Facebooka, Amazona, Applea, Netflix i Googlea po pisanju doktora Marka Milosavljevića (Mladina, 24.9.2018.) svojim lokalnim i globalnim djelovanjem najviše determiniraju razvoj slovenskog medijskog krajovalika. To po njegovim riječima znači da će televizijske kuće morati pronaći druge alternativne oblike poslovnih modela da bi preživjele na tržištu. Njihova će se moć u budućnosti zasigurno smanjivati.

Najgledaniji televizijski program bio je Pop TV, koji je po zadnjim dostupnim podacima u ožujku 2018. imao 1,087 milijuna gledatelja, odnosno 68,5% populacije između 15 i 75 godina. Slijede Kanal A (862.500), Planet TV (696.300), TV Slovenija 1 (632.700), TV Slovenija 2 (482.200), National Geographic (400.800), KINO (373.900), Discovery (330.400), Fox Crime (265.200) i Animal Planet (242.800).

Pop TV je također najviše puta bio prvi izbor gledatelja, točnije: najčešće ga je gledalo 510.800 gledatelja. Slijede TV Slovenija 1 (183.400), Planet TV (102.300), Kanal A (78.600), TV Slovenija 2 (57.500), Fox Crime (54.000), Discovery (53.400), Sportklub 1-6 (37.700), Fox (36.900) i National Geographic (35.600).

Ostvareni prometi televizijskih kuća u Sloveniji

U 2020. se na svih 31 televizijskih programa (po istraživanju Mediane IBO) ukupno emitiralo 3.519.697 oglasa, što u prosijeku znači 9.617 oglasa na dan. Drugim riječima, na svim programima se ukupno emitiralo više od 65 milijuna oglasnih sekundi, što znači da bi sve oglase mogli gledati čak 49 sati na dan. U usporedbi sa 2019. to znači 594 objava i za dva sata oglasa više na dan. Ukoliko te objave pretvorimo u cijene iz službenih cjenika, tada dobijemo bruto vrijednost oglašavanja koja je u 2020. za desetinu manja od godine ranije. S obzirom na činjenicu da bilježimo veći broj objava i oglasnih sekundi, a za manju bruto vrijednost, tada možemo zaključiti da su se oglašivači odlučivali za oglašavanje na programima koji nude niže cijene. U televizijskom oglašivačkom udjelu u Sloveniji s polovičnim udjelom je na vodećem mjestu medijska kuća ProPlus. Njen vodeći program je Pop TV, koji je u prosincu 2020. proslavio 25 godina postojanja, slijede Kanal A, Kino, Brio i Oto. Sa četvrtinom u oglašivačkom udjelu slijedi Planet TV, sa svoja tri programa, sa 6% udjela na trećem je mjestu nacionalna RTV Slovenija sa svojim prvim i drugim programom, dok se na četvrtom mjestu nalazi Pro TV sa svojim programom TV3. Navedene medijske kuće predstavljaju gotovo 90% bruto televizijskog oglašivačkog udjela.

Svi navedeni programi su u 2020. zabilježili manju bruto vrijednost oglašavanja u odnosu na godinu prije. Suprotna slika prikazuje se kod globalnih specijaliziranih programa poput filmskih TV 1000, Fox Movies i Diva, sportski programi Sport klub te programi s dokumentarnim i reality emisijama TLC, Travel Channel, ID Xtra i Discovery Channel kojima se je bruto vrijednost povećala.

Na televiziji su najveći oglašivači sljedeći: Spar Slovenije, Lidl Slovenija i Mercator, slijede im Telekom Slovenije, Ferrero, Hofer, P&G, Engrotuš, Henkel Slovenije i Tele-mach. Ta slika je gotovo identična onoj od prijašnjih godina – najveći i najjači oglašivači uvijek su isti.

TISAK Naklade i doseg

Tiskani mediji imaju u Sloveniji bitan društveni status. Dosežu bitan broj ljudi i ostaju značajan dio demokratskog društva te dobar tržišno-komunikacijski kanal za sve oglašivače.

Istraživanje čitanosti i čitalačkih navika za 2020. prema Valiconu je pokazalo da tiskana izdanja svih dnevnih novina dnevno prati 60% odraslih (15-75 godina), odnosno, 60% spomenutog stanovništva dnevno čita neko od tiskanih ili digitalnih izdanja dnevnih časopisa, dok 32% odraslih (15-75 godina) barem jednom tjedno čita neko od tiskanih izdanja dnevnih časopisa. Čitatelji u prosjeku za čitanje tiskanih dnevnih novina preko vikenda potroše 35 minuta dnevno, a u radnom tjednu 28 minuta dnevno; 58% kupaca dnevnih novina je na njih naručeno; 30% novine kupuju u trgovini; 9% u kiosku, a 3% na benzinskoj pumpi; 48% čitatelja digitalnu verziju čita najčešće čita na kompjuteru; 52% i na mobilnom telefonu ili tabletu; 28% kupaca revijalnog tiska je na njih naručeno; 38% ih revije kupuje i u trgovini; 23% u kiosku; 11% na benzinskoj pumpi; 47% odraslih (15 – 75 godina) je u dnevnim novinama, revijama ili priloženim letcima primijetilo oglase.

Doseg

Po rezultatima istraživanja čitanosti i čitatelja (RBB) u izvedbi Valiconu za 2020. , a u populaciji 15 – 75 godina, najveći doseg u skupini dnevne novine imaju Slovenske novice s dosegom od 152.500 odnosno 9,6%, slijedi Delo koje je doseglo 145.100 čitatelja odnosno 9,1%, Dnevnik sa dosegom 101.800 ili 6,4%, Večer (97.700 ili 6,2%), Svet24 (71.100 ili 4,5%), Finance (52.300 odnosno 3,3%), Primorske novice (42.600 odnosno 2,7%), te Ekipa SN (29.400 ili 1,9%).

Među tjednicima je na prvom mjestu tjednik Nedeljski dnevnik koji kao nedjeljno izdanje dnevnog časopisa Dnevnik ima doseg od 203.100 ljudi odnosno 12,8% ukupnog stanovništva između 15 i 75 godina. Slijede Ona (135.900 ili 8,6%), Mladina (111.000 odnosno 7%), Pilot (97.900 ili 6,2%), Vikend (96.500 odnosno 6%), te Nedelo (86.500 odnosno 5,5%).

Među mjesečnicima je na prvom mjestu Delo in dom (179.100 odnosno 11,3%), a od onih koji se u jednom od segmenata posvećuju turizmu, nautici, gastronomiji i slično situacija je sljedeća: Svet kapitala (18.700 odnosno 1,2%), Cosmopolitan (24.500 ili 1,5%), Bonbon (15.000 odnosno 0,9%), Dober tek (13.900 odnosno 0,9%), Avto-fokus (11.700 ili 0,7%), Val navtika (7.300 ili 0,5%), te Marketing magazin (7.300 ili 0,5%).

Naklade:

Podaci o nakladama sve su teže dostupni, no uspjeli smo doći do sljedećih podataka. Slovenske novice imaju najveću prodanu nakladu u prosijeku 55.000 primjeraka, Delo s prosjekom od oko 25.000 primjeraka, te Dnevnik i Večer u prosjeku 20.000 primjeraka.

Među tjednicima prednjači Nedeljski dnevnik sa približno 82.000 primjeraka, slijedi Nedelo sa približnom nakladom od 21.000 primjeraka.

Medijska kuća Delo sa šarolikom paletom različitih edicija dopire do različitih čitalačkih segmenata te pod sobom ima načitanije ozbiljne dnevne novine Delo, najčitaniji, s malo popularnijim štivom dnevni časopis Slovenske novice, Nedelo – nedjeljsko izdanje Dela, Nedeljske novice i Grafičar. Redoviti prilozi te medijske kuće su: Ona, Delo in dom, Polet, Vikend, Sobotna priloga, Odprta kuhna. Revije su Ona plus i Suzy, dok su portali pod njihovim okriljem sljedeći: Delo.si, Slovenskenovice.si, Onaplus.si, Svetkapitala.si, Polet.si, Deloindom.si, Mična.si i Odprtakuhinja.si.

Večer su dnevne novine koje su najčitanije na području Maribora i okolice, odnosno Štajerke regije, nedjeljno izdanje izlazi pod imenom Večer v nedeljo. Dnevne novine Večer su od rujna 2021. pod okriljem medijske kuće Media24. Također, u vlasništvu medijske kuće Media24 su i glavne dnevne novine Primorske regije Primorske novice, 7. val njihov je subotnji prilog. Grupacija Media24 tako pod sobom ima sve veći broj različitih tiskovina na području čitave Slovenije. Uz navedene Večer i Primorske novice u svojem portfelju navode sljedeće edicije: dnevne Novice Svet24 (naklada 48.000),

sportske dnevne novine koje su objedinile slovensku Ekipe i hrvatske Sportske novosti pod nazivom Ekipe SN – sportski dnevnik (22.000), mjesečnik mali oglasnik Salomonov oglasnik (10.000), Dolenjski list (10.500), Vestnik (12.250). Štajerski tednik (12.000), te Novi tednik (12.000). Najbitnije zabavne novine kao dvotjednici ili mjesečnici su: Obrazi (29.600), Naš dom (9.700), Zvezde (54.500), Zarja (41.000), Avenija (15.000), Maja (25.000), Science Illustrated (6.500), Kih (10.000) i Naša ženska (12.000). Također u njihovom je vlasništvu i radio Aktual – po slušanosti na samom vrhu u Sloveniji.

Sljedeća velika grupacija različitih medija je Adriamedia koja obuhvaća: Story (10.000), Elle (5.500), Cosmopolitan (13.000), Sensa (10.000) i Metropolitan (5.000). Časopisi koji se bave gastro i eno tematikom su: Dober tek sa nakladom od 8.000, Pet zvezdic sa nakladom od 4.500, Dolce Vita sa 3.000 primjeraka. Časopisi sa isključivo turističkom tematikom su: Fokusplus (26.000), Horizont (7.000) te Potovanja v dvoje (10.000). Časopisi koji se bave tematikom aktivnog načina provođenja slobodnog vremena: Bicikelj (4.000), Tekoč (4.000), Sokol (4.000) i Val Navtika (8.200).

Ostvareni promet tiskanih medija

Ukupna bruto vrijednost oglašavanja u tiskanim medijima iznosi nešto više od 79 milijuna EUR, odnosno nešto manje od 75 milijuna izuzmemo li internetsko oglašavanje – što je 10% manje nego godinu ranije. Pad je dakle isti kao kod televizije. U svim medijima koji su u analizu bili uključeni bilo je ukupno 53.429, odnosno 146 objava na dan - 18 objava na dan manje nego godinu ranije. Među medijskim kućama koje izdaju tiskane medije na vodećim mjestima su Media24, Delo, Dnevnik, Večer, Gorenjski glas, Finance i Adria Media Ljubljana. Ostale imaju manje od 2 milijuna EUR bruto oglasnih prihoda u tiskanim medijima.

Medijska potrošnja se izrazito mijenja što najbolje osjete upravo tiskani mediji, koji moraju postajati „multimedijске kuće“, prilagođavajući svoje sadržaje interaktivnim tehnologijama koje mogu prodavati preko različitih platformi. Na poslovanje u protekloj godini iznimno velik negativan utjecaj je imala korona, jer su se mediji uz općeniti pad dohodaka od oglašavanja suočili i otkazivanjem brojnih događaja. Mnogi su se veoma brzo pokušali prilagoditi novim uvjetima, te su sve što je bilo moguće preselili u virtualni svijet, no takvi događaji nikada ne mogu zamijeniti one u živo.

Tisak je još uvijek najzanimljiviji za trgovce, automobilsku industriju i farmaceutsku industriju.

Tiskane medije dijelimo na dnevne novine, revije, časopise i tematske priloge. U bruto oglašivačkom kolaču dobra trećina otpada na revije (37%), slijede dnevne novine (34%), dok sa po 14% slijede časopisi i tematski priloz.

RADIO

Slovenija je dobila novo istraživanje slušanosti radijskih postaja – **AudioStar** u izvedbi Valicon. Istraživanje je nastalo kao odaziv na potrebu po modernijim mjerenjima odnosno podacima o slušanosti radijskih postaja i zvučnih sadržaja.

Radio dopire do više od 90% stanovništva Slovenije

Radio kao medij doseže više od 90% stanovništva Slovenije, tjedni doseg medija je 91,7% stanovništva u starosti od 18 do 75 godina. U jutarnjim satima, između 6 i 9 sati sluša ga gotovo dvije trećine stanovništva što u postocima iznosi 63,7%. Gotovo identičan postotak (63,5%) je onih koji radio slušaju „na putu“; auto radio je stoga i najčešća naprava preko koje se sluša radijski program (65,2%). Dvije petine anketiranih, ili 42,9% radio sluša preko jednog od suvremenih kanala: interneta (33,6%), aplikacije (12,1%), te DAB+ (10,8%).

10 najslušanijih radija u Sloveniji – tjedni doseg (minimalno 5 minuta)

Radio 1	46,50%	720.000
Radio Aktual	39,90%	618.000
Radio Slovenija, Val 202	35,10%	544.000
Hitradio Center	24,80%	385.000
Radio City	18,80%	292.000
Rock Radio	15,80%	245.000
Radio Slovenija, Prvi program (Radio prvi)	15,30%	233.000
Radio Veseljak	7,40%	114.000
Radio Antena	6,70%	104.000
Radio Ognjišče	5,80%	89.000

Izvor: Valicon-Audio Star; junij 2021

Ostvareni promet radijskih mreža:

Istraživanje realiziranog prometa u svoje je analize uzelo sljedeće radio postaje koje su slušane na nacionalnoj razini: Radio 1, Radio Antena, Radio Aktual, Radio Center, Radio Prvi i Val 202. U ukupnom oglašivačkom udjelu tih 6 radio postaja predstavlja promet u visini gotovo 33 milijuna EUR što je nešto manje od 5% u odnosu na godinu prije.

Ukupno je na navedenih 6 postaja u 2020. bilo emitirano 9 milijuna oglasnih sekundi, što znači da bi sve oglase ukupno na dan poslušali za 7 sati, uz 1.803 objava na dan. U usporedbi sa 2019. to znači 134 objave, tj. jedan sata oglasa manje na dan. Te bi brojke naravno bile i više ukoliko bi u istraživanje uključili i druge radio postaje, te radio postaje regionalnog i lokalnog značaja. Na području Slovenije je takvih 50, izuzmemo li one internetske. I

od radija se kao medija sve češće zahtjeva multimedijски pristup u utrci za slušateljima te oglašivačima. Aplikacije, video produkcija i socijalne mreže suvremeni su pristupi i kanali kojima se nužno moraju služiti radiji 21. stoljeća.

Najveći oglašivači su Mercator, Porche Slovenija, Petrol, trgovci Obi, Harvey Norman, Spar Slovenija i Lidl Slovenija, Farmedica, Lutrija Slovenije i Delo.

ELEKTRONSKI MEDIJI

Po podacima istraživanja Mjerenje posjećenosti internetskih stranica (MOSS) za 2021. vidljivo je da slovenske internetske stranice u prosjeku posjećuje 1.411.863 mjesečnih korisnika, koji na internetu prosječno provedu 5 sati i 35 minute na mjesec. Najviše korisnika je starih od 25 do 49 godine, njih 50,2%. Najposjećenija stranica i dalje ostaje 24ur.com.

Prikaz internetskih stranica po posjećenosti, podaci za rujan 2021.

	PORTAL	DOSEG	DOSEG (%)	TREND
1.	24ur.com	956.715	65,50%	3,70%
2.	siol.net	817.746	56,00%	2,40%
3.	zurnal24.si	697.451	47,80%	0,60%
4.	slovenskenovice.si	680.507	46,60%	3,40%
5.	rtvslo.si	671.843	46,00%	2,50%
6.	svet24.si	640.725	43,90%	1,60%
7.	delo.si	590.102	40,40%	-1,60%
8.	metropolitan.si	544.342	37,30%	9,00%
9.	bolha.com	482.277	33,00%	5,10%
10.	vecer.com	441.383	30,20%	0,90%
11.	zadovoljna.si	360.131	24,70%	0,90%
12.	okusno.je	331.790	22,70%	-4,70%
13.	Med.Over.Net	316.848	21,70%	1,00%
14.	dnevnik.si	312.198	21,40%	2,90%
15.	najdi.si	297.198	20,30%	9,00%
16.	vizita.si	282.273	19,30%	3,60%
17.	bizi.si	273.391	18,70%	5,00%
18.	bibaleze.si	238.036	16,30%	19,00%
19.	hudo.com	232.276	15,90%	38,90%
20.	radio1.si	210.368	14,40%	20,70%
21.	cekin.si	202.495	13,90%	6,50%

Prikaz internetskih stranica po posjećenosti, podaci za rujan 2021.

	PORTAL	DOSEG	DOSEG (%)	TREND
22.	itis.si	189.515	13,00%	0,40%
23.	primorske.si	187.076	12,80%	-13%
24.	dominvrt.si	163.676	11,20%	-6,20%
25.	moskismet.com	161.991	11,10%	-7,70%
26.	reporter.si	159.627	10,90%	-3,50%
27.	nadlani.si	154.535	10,60%	125,30%
28.	maribor24.si	150.734	10,30%	-10,60%
29.	finance.si	138.116	9,50%	-15,50%
30.	mariborinfo.com	137.163	9,40%	-6,60%
31.	sobotainfo.com	124.308	8,50%	-10,30%
32.	voyo.si	123.519	8,50%	40,20%
33.	mojedelo.com	106.315	7,30%	11,30%
34.	nogomania.com	101.117	6,90%	-3,80%
35.	mladina.si	92.156	6,30%	-15,40%
36.	citymagazine.si	83.943	5,70%	-5,90%
37.	vestnik.si	80.228	5,50%	40,50%
38.	stop-neplacniki.si	73.399	5,00%	7,10%
39.	ptujinfo.com	70.632	4,80%	-8,70%
40.	si.aleteia.org	66.785	4,60%	0,50%
41.	ringaraja.net	60.186	4,10%	-14,30%
42.	dijaski.net	59.342	4,10%	168,20%
43.	dolenjskilist.si	50.913	3,50%	-4,40%
44.	slovenec.org	44.927	3,10%	175,20%
45.	planet-lepote.com	41.397	2,80%	3,10%
46.	tomazgorec.si	34.812	2,40%	-11,10%
47.	vecerkoroska.com	33.288	2,30%	-20,70%
48.	studentski.net	31.597	2,20%	46,20%
49.	eposavje.com	27.638	1,90%	-8,60%
50.	avtomobilizem.com	26.250	1,80%	-4,20%

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

Društvene mreže

Međunarodna kreativna agencija We are social i ove je godine objavila tradicionalni godišnji izvještaj o tome kako svijet koristi Internet, društvene mreže, mobilne naprave i internetske trgovine. Na zemlji je oko 7,83 milijardi stanovnika, a društvene mreže sada upotrebljava već 4,2 milijarde korisnika. Zabilježeni rast u zadnjoj godini je najveći ikada, čak 13%. Tipični korisnik na društvenim mrežama provede približno 2 sata i 25 minuta. Više od 98% svih korisnika društvenih mreža istovremeno koristi barem dva različite mreže te se stoga

korisnici međusobno često preklapaju - npr. 85% korisnika TikToka upotrebljava i facebook te 95% korisnika Instagrama upotrebljava i Youtube.

Društvene mreže u Sloveniji

Po istraživanju Valicon za 2020. u populaciji starosti od 16 do 74 godina u Sloveniji se facebookom koristi 1.050.000 ljudi, Instagramom 567.500, Snapchatom 266.500, Twitterom 229.000, Pinterestom 207.000, LinkedInom 178.500, Tik Tokom 102.000, Tinderom 49.000 te Tumbirom 40.000 ljudi.

Tiskani mediji po segmentima				
DNEVNI	općenito	poslovni	turizam	aktivni
Delo	+	+		
Dnevnik	+	+		
Večer	+	+		
Svet 24	+	+		
Slovenske novice	+	+		
Primorske novice	+	+		
Dolenjski list	+	+		
Nedeljske novice	+	+		
Nedeljski dnevnik	+	+		
Nedelo	+	+		
Večer v Nedeljo	+	+		
Mladina	+	+		
Global	+	+		
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 2020. i 2021. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Mjere za sprječavanje širenja koronavirusa je snažno utjecala na gospodarstvo Slovenije te još uvijek utječe na nesmetani rad pojedinih djelatnosti. Kao podsjetnik, Slovenija je bila u gotovo potpunom lockdownu od sredine listopada 2020. do početka svibnja 2021. Do pada prometa došlo je u većini sektora (sudeći po BDP-u), a najviše u onima koji su ovisili o neposrednoj prodaji većem broju ljudi na jednom mjestu, među koje spadaju turizam i ugostiteljstvo. Također je zabilježena smanjena aktivnost potrošača, što je za posljedicu imalo utjecaja na smanjenje investicija. Drugi faktor koji je utjecao na smanjenje gospodarske aktivnosti je i BREXIT, uz uvodne carine i drugih protekcionističkih mjera.

Ono što je utjecalo na održavanje gospodarske aktivnosti bile su mjere za pomoć gospodarstvu u vidu kratkoročnih državnih pomoći namijenjenih malim, srednjim i velikim poduzećima. Nakon prvog lockdowna u trećem kvartalu 2020. gospodarska aktivnost je nešto malo popravila sliku do drugog vala, koji je naglo prekinuo pozitivne trendove. Ono što su mjere donijele pozitivno je svakako

bilo izbjegavanje masovnog otpuštanja radnika te zadržavanje postojećeg kadra. U periodu 2020. zabilježen je veći broj brisanja registriranih poslovnih subjekata. Razlika između broja izbrisanih i broja novo registriranih u Sloveniji je u travnju iznosila 1.161, a najveći broj izbrisanih je zabilježen u lipnju 2020.

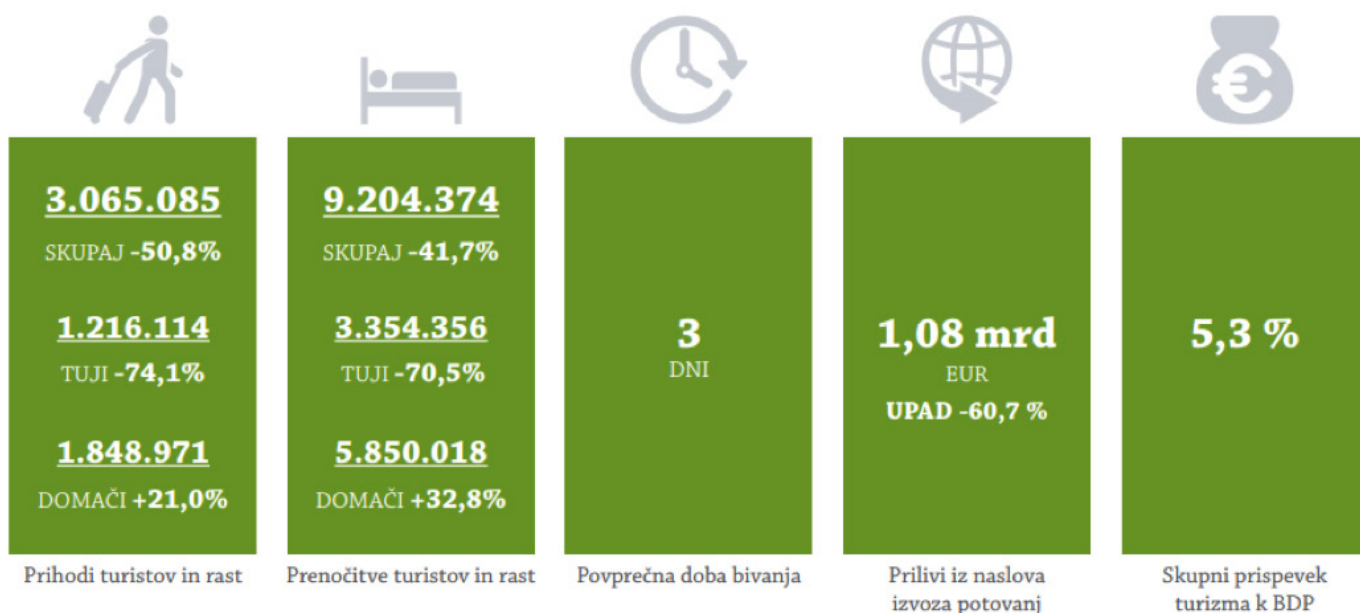
Predviđanja govore da će gospodarska aktivnost biti u porastu u odnosu na periode drastičnih zatvaranja država u narednim godinama, pogotovo u 2022., uz očekivan rast BDP-a od 3,9% na razini EU.

Izvor: <https://www.dnb.com/sl-si/o-bisnode/>

Utjecaj pandemije bolesti COVID 19 na turistički promet u 2020. i 2021.

Slovenski turizam je u 2020. i 2021. obilježila pandemija COVID 19. Slovenci su u 2020. zabilježili 9,2 milijuna noćenja, što je za 42% manje u odnosu na 2019. te nešto više od 3 milijuna dolazaka, što je pad od 51% u odnosu na godinu ranije.

Prikaz turističkih podataka za 2020.



Izvor: SURS

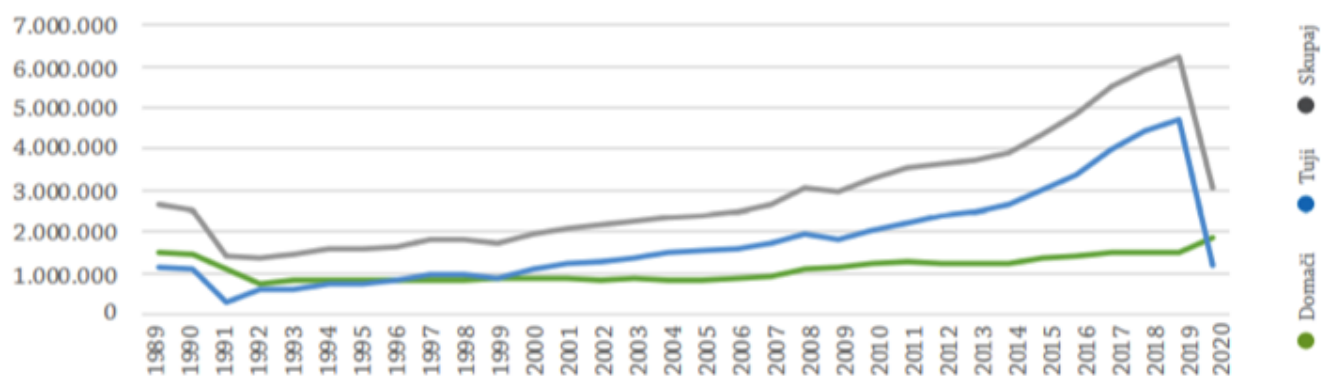
Prema navedenom ostvareno je 3.065.085 dolazaka, od toga 1.216.114 stranih i 1.848.971 domaćih gostiju. U broju noćenja zabilježeno je 9.204.374 noćenja, od toga 3.354.356 stranih i 5.850.018 domaćih gostiju. 2020. je obilježio značajan rast domaćeg turističkog prometa od gotovo 21% u dolascima te 32,8% u noćenjima. Uzrok tome je, osim ograničenja kretanja, uvođenje turističkih bonova koje je Vlada namijenila stanovnicima Slovenije. Time je pad od sveukupno 74% u međunarodnim dolascima turista nešto ublažen. Također, Slovenija je zabilježila najveći porast broja domaćih gostiju u odnosu na zemlje u susjedstvu.

Promjena koja je uočena, osim broja pada turističkog prometa je da se smanjio prosječan broj noćenja na 3 dana, što je direktno posljedica korištenja turističkih bonova, a to je utjecalo i na smanjenje od 60,7% priljeva s osnova outbound putovanja. Zabilježen je promet od 1,08 milijardi EUR. Ukupni doprinos turizma BDP-u iznosio je 5,3%.

Na grafu u nastavku prikazano je kretanje broja dolazaka i broja noćenja turista u periodu od 1989. do 2020. Iz priloženog je vidljiv kontinuirani rast do 2020. te nagli pad uzrokovan pandemijom.

Kretanje broja dolazaka turista u razdoblju od 1989. – 2020.

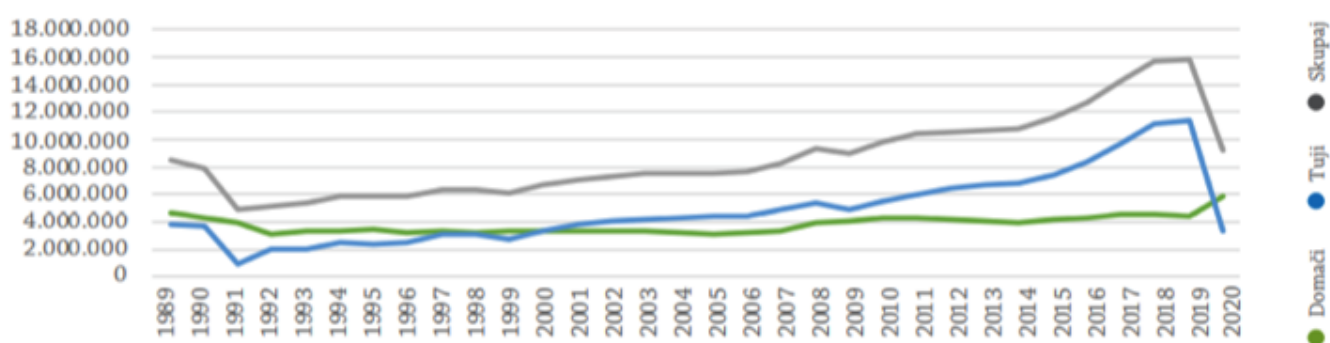
Prihodi turistov 1989 - 2020



Izvor: SURS

Kretanje broja noćenja turista u razdoblju od 1989. – 2020.

Prenočitve turistov 1989 - 2020

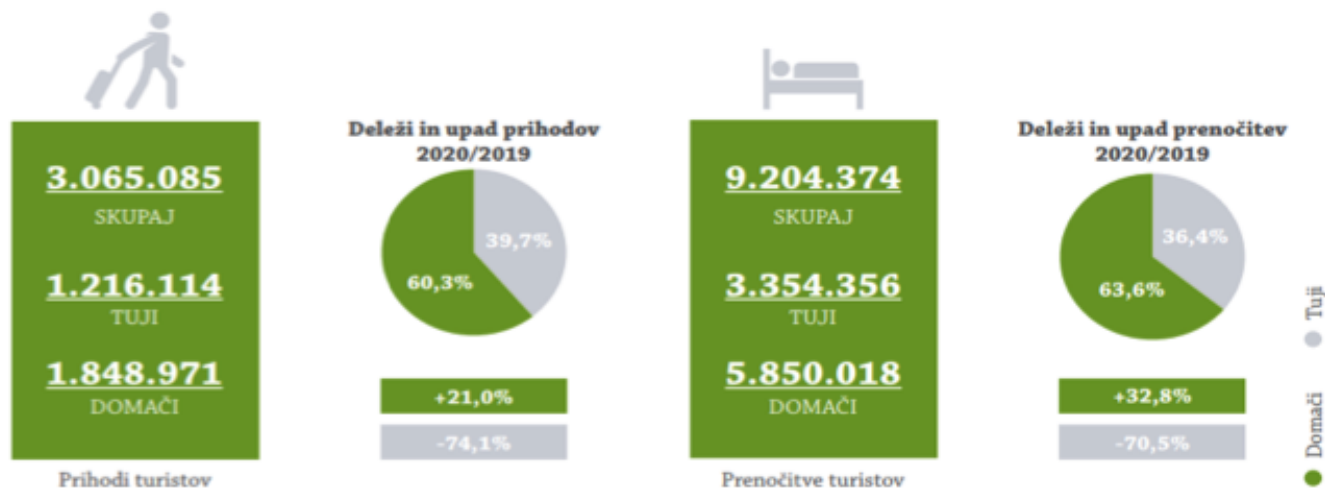


Izvor: SURS

Također se može zamijetiti kako je došlo do promjene u strukturi domaćih i stranih gostiju, kako u dolascima tako i u noćenjima. Radi se o gotovo sličnim brojkama. Tako je udio domaćih gostiju, ako uspoređujemo 2020. u odnosu na 2019., iznosio 60,3%, a stranih gostiju 39,7%.

Kod noćenja riječ je o udjelu od 63,6% za domaće goste i 36,4% za strane goste. Također je zabilježen porast domaćih gostiju od 21% u 2020., uz pad od 74,1% stranih u broju dolazaka, kao i porast od 32% u broju noćenja domaćih gostiju u odnosu na pad stranih od 70,5%

Prikaz turističkih podataka za 2020.



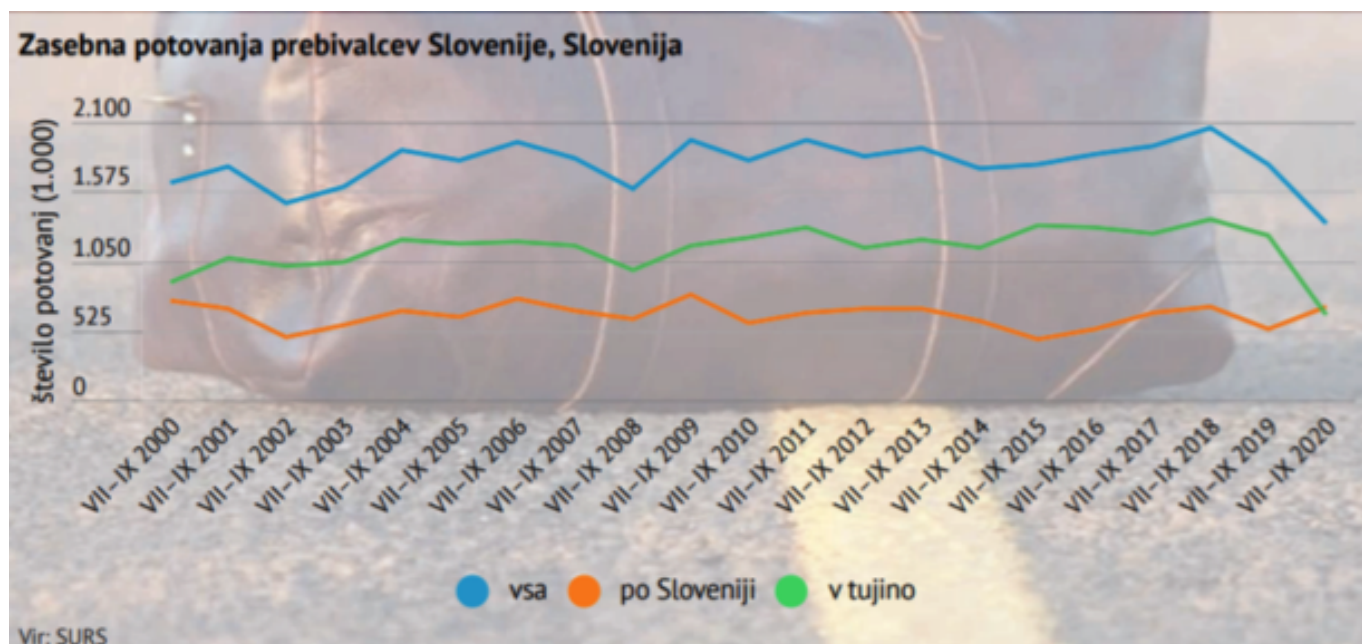
Izvor: SURS

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor – procjene o broju putovanja u 2021.

Na barem jedno privatno putovanje s minimalno jednim noćenjem se u 2020. uputilo 56% stanovnika Slovenije starosne skupine 15+. Sveukupno su se uputili na 2,25 milijuna privatnih putovanja, što je gotovo za polovicu manje u odnosu na 2019. (48%). Također je zabilježen najniži prosjek putovanja od kad se prikupljaju podaci i to 2,2 privatna putovanja (u 2019. prosjek iznosi 3,7 privatnih putovanja).

Većina privatnih putovanja je bila realizirana u 3Q 2020., odnosno u srpnju, kolovozu i rujnu, 1,34 milijuna ili 59%. U 3Q 2020. se na barem jedno privatno putovanje uputilo 47% stanovnika Slovenije starih 15 ili više godina, što je za 5 postotnih bodova manje u odnosu na isti period 2019. U proteklim godinama su uglavnom u 3Q prevladavala putovanja u inozemstvo, dok je u 2020. bilo obrnuto odnosno u tom periodu je najviše privatnih putovanja realizirano u Sloveniji, 699.000 odnosno za 30% više u odnosu na 2019. (640.000 privatnih putovanja je bilo realizirano u inozemstvu, što je za 49% manje u odnosu na razdoblje lipanj – rujna 2019.).

Prikaz kretanja privatnih putovanja stanovnika Slovenije, 2020.



Izvor: SURS

Slovinci su se u 2Q 2021. uputili na gotovo 1,2 milijuna turističkih putovanja, od toga 1,1 milijun privatnih. Na barem jedno putovanje se uputilo 473.000 Slovenaca starijih od 15 godina, a sveukupan broj putovanja u istom razdoblju je iznosio 1.086.000. Od navedene brojke 63% putovanja je bilo unutar Slovenije, a 37% u inozemstvu.

Privatna putovanja trajala su u prosjeku 3,7 noći (Slovenija 2,9, inozemstvo 5,2). Gosti koji su putovali na privatna putovanja trošili su u prosjeku 56 EUR po osobi na dan (Slovenija 49 EUR, inozemstvo 62 EUR).

Zabilježeno je gotovo 100.000 poslovnih putovanja od kojih je 55% bilo u inozemstvo, a 45% unutar Slovenije. Poslovna putovanja su trajala u prosjeku 2,6 noćenja (Slovenija 1,5, inozemstvo 3,5). Potrošnja po gostu je iznosila u prosjeku 106 EUR na dan (Slovenija 85 EUR, inozemstvo 114 EUR).

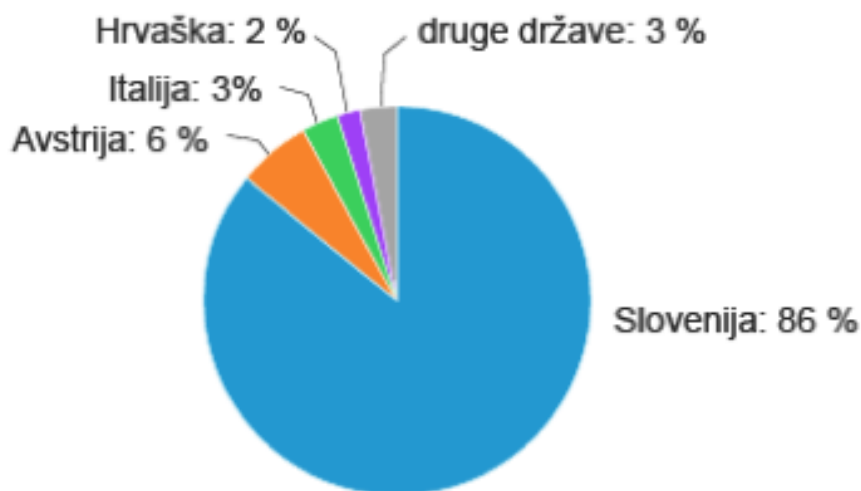
Broj jednodnevnih izleta je iznosio više od 3 milijuna točnije 3.187.000. Zabilježena potrošnja je iznosila 44 EUR po osobi unutar Slovenije te 84 EUR na jednodnevnim izletima u inozemstvo.

Broj stanovnika koji su u 2020. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji – procjene za 2021.

U 2020. se 42% Slovenaca odlučilo za putovanje po Sloveniji. Od ukupnog broja organiziranih putovanja TA su u 2020. organizirale s minimalno jednim noćenjem putovanje za 147.000 turista. Od toga ih je 62.000 boravilo u Sloveniji ili 42% dok ih je 58% odnosno 85.000 putovalo u druge države izvan Slovenije. Ako pogledamo taj omjer u 2019. on je na strani inozemstva sa 84% udjela, a po Sloveniji sa 16% udjela.

Na jednodnevnim izletima u organizaciji slovenskih turističkih agencija je sudjelovalo sveukupno 39.000 domaćih izletnika (od toga 34.000 ili 86% po Sloveniji, a oko 5.000 ili 14% u inozemstvu). Za usporedbu u 2019. je ta brojka jednodnevnih izleta iznosila 220.000 (47% po Sloveniji i 53% u inozemstvu). Odabrane države su bile Austrija, Italija i Hrvatska (isti redoslijed i u 2019.).

Slovenski turisti na jednodnevnim izletima u organizaciji TA prema državama putovanja 2020.



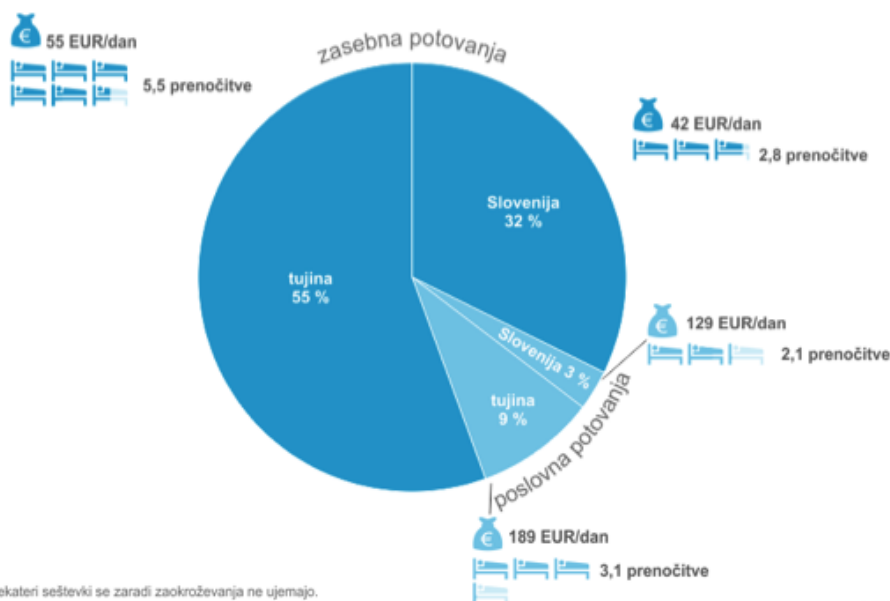
Najviše stranih gostiju turističke agencije su dovele iz Njemačke i to 14.000 stranih turista, koji su u prosjeku noćili oko 5 noći. Najviše stranih turista u 2020. došlo je iz Njemačke, Italije i Austrije, dok je u 2019. ta brojka iznosila 196.000, sa prosjekom od 3 noćenja, a najviše stranih turista je bilo iz USA, Italije i Njemačke.

Strani turisti i države iz kojih su najviše putovali u Sloveniju 2020.



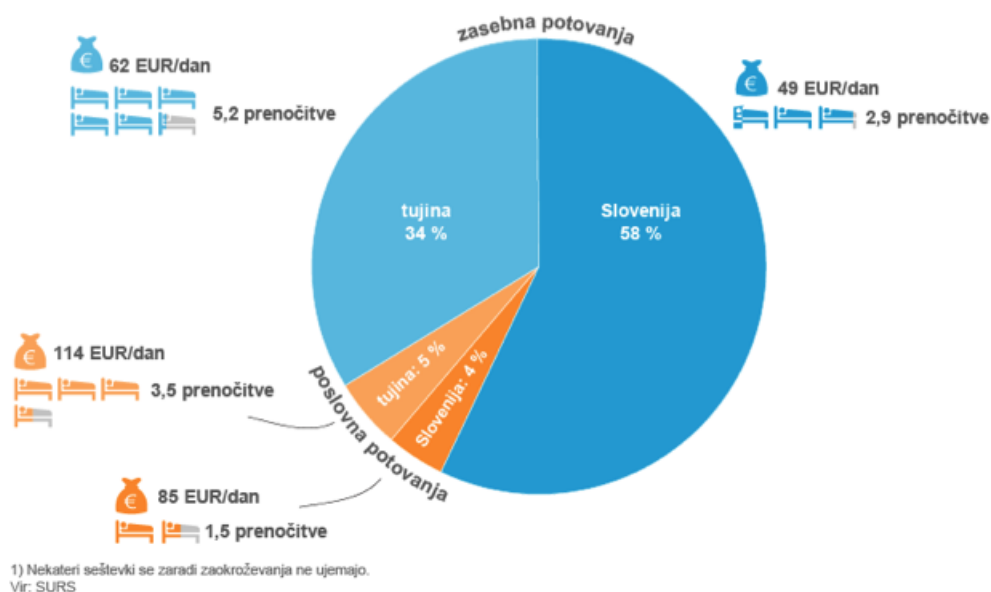
Vir: SURS

Turistička putovanja 2019.



©SURS

Turistička putovanja 2021. (2Q 2021)

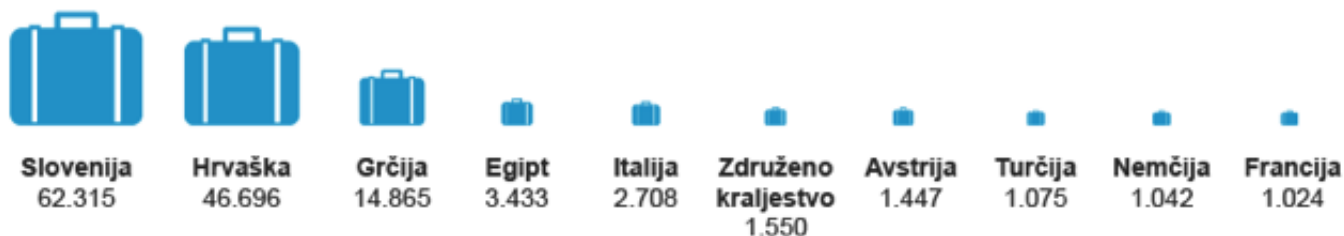


Izvor: SURS

Redoslijed omiljenih destinacija u 2020.– procjene za 2021.

Najomiljenija destinacija za putovanje u inozemstvo je bila Hrvatska, a slijedile su Grčka, Egipat i Italija, dok su u 2019. to bile Hrvatska, Italija i Grčka.

Domaći turisti i države gdje su najčešće putovali u organizaciji TA 2020.



Vir: SURS

Izvor: SURS

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2020.– procjene za 2021.

Slovenski turisti u velikoj većini sva svoja privatna putovanja organiziraju bez pomoći turističke agencije. Za 2020. i 2021. godinu nemamo službene podatke.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2020. – procjene za 2021.

U 87% slučajeva slovenski su turisti putovali osobnim motornim vozilom slijedi zrakoplov 7% te autobus 4%.

Udio turističkih putovanja u inozemstvo prema vrsti prijevoznog sredstva (1Q i 2Q 2020.) u 000

Vrsta prijevoznog sredstva	1Q 2020.	2Q 2020.
Osobno cestovno motorno vozilo	150	191
Autobus	nema podataka	nema podataka
Avion	27	nema podataka

Izvor: SURS
Noviji podaci nisu dostupni.

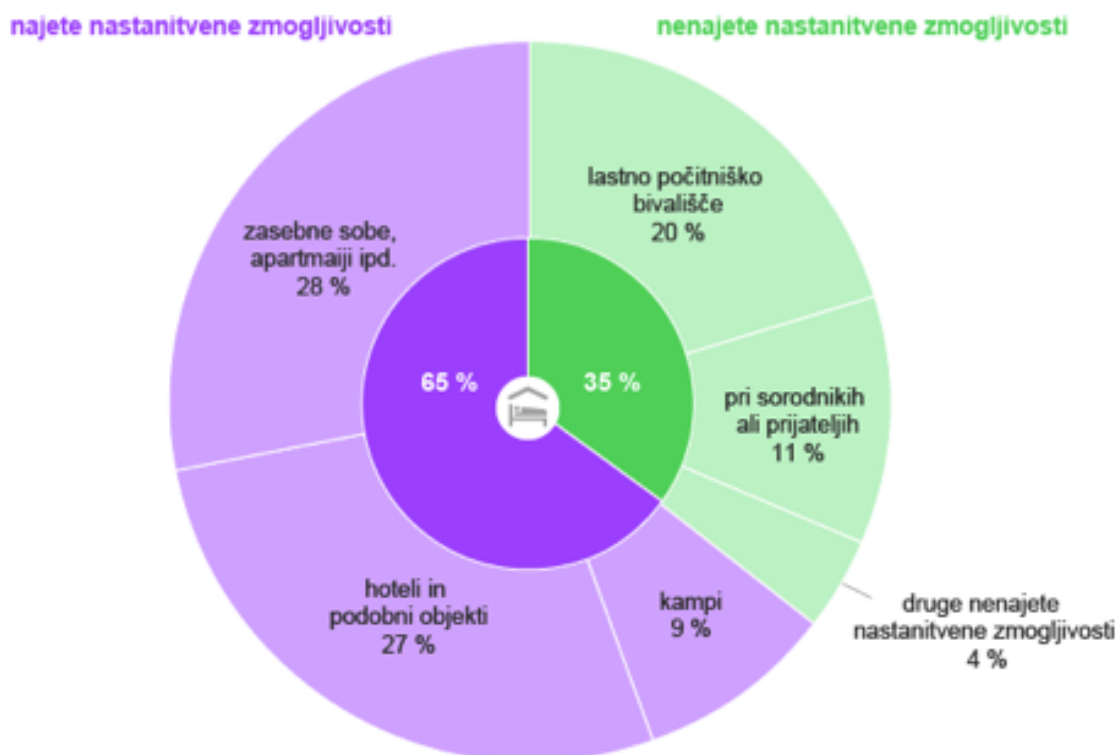
Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2020. – procjene za 2021.

Slovenski gosti su prije svega individualni gosti. Turističke agencije uglavnom koriste za bukiranje aranžmana ili bukiraju samo usluge smještaja. Internet koriste prije svega kao izvor informacija te prilikom organiziranja dužeg putovanja u inozemstvo. Za 2020. i 2021. godinu nemamo službene podatke.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2020. – procjene za 2021.

Turisti koji su se uputili na privatno putovanje po Sloveniji u 3Q 2020. su na 82% putovanja noćili u komercijalnim smještajnim objektima, dok je ostalih 18% noćilo u nekomercijalnom smještaju kao što su to vlastite nekretnine, kod rodbine ili prijatelja. Udio privatnih putovanja po glavnim vrstama smještajnih objekata u 2020. prikazan je na donjem grafikonu.

Prikaz korištenja smještajnih objekata prema vrsti 2020.

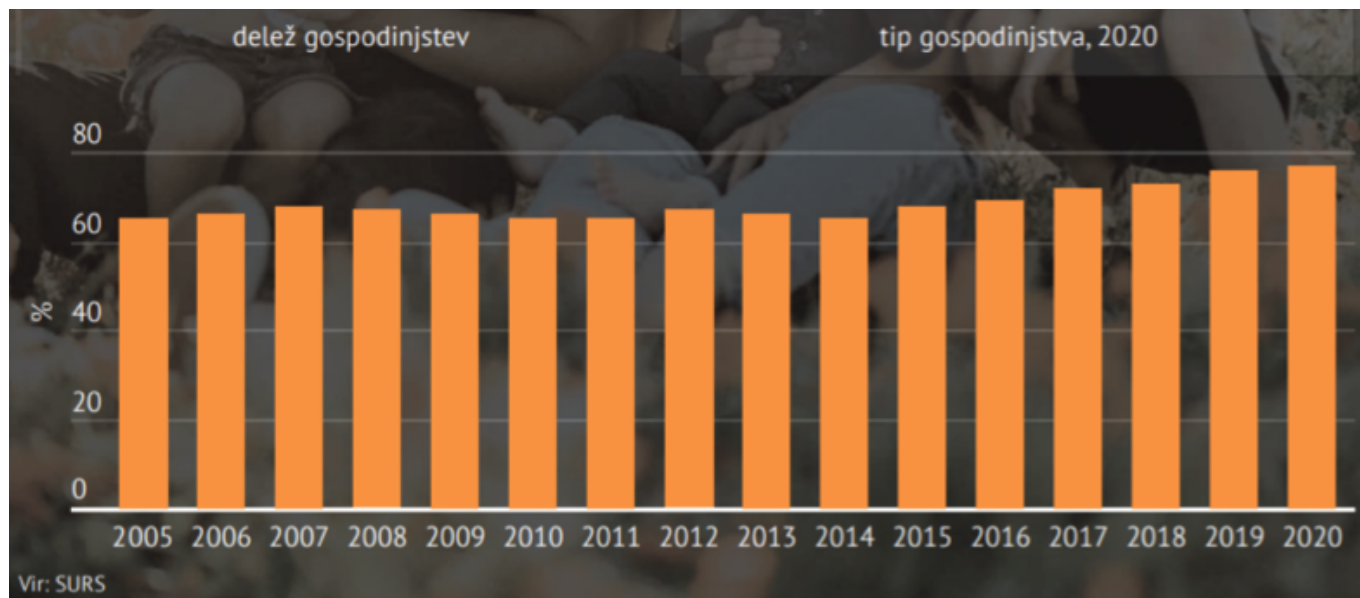


Vir: SURS

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2020. - procjene za 2021.

Jednotjedni ljetni odmor izvan mjesta stanovanja (uključujući rodbinu ili prijatelje) za sve članove domaćinstva u 2020. moglo je financijski priuštiti 77% domaćinstva, što je za 1% više u odnosu na 2019. Između različitih vrsta domaćinstava je postotak onih koji bi mogli, ili su si priuštiti odmor sa dvije odrasle osobe i minimalno jednim djetetom iznosio 91%, a najmanji udio je bio među jednočlanim domaćinstvima i to 63%.

Udio domaćinstava koja si mogu priuštiti tjedan dana odmora, 2020.



53% stanovnika Slovenije starijih od 15 godina se u 3Q 2020. nije uputilo na niti jedno privatno putovanje. Kao razlog tome njih 27% je navelo epidemiju, 24% manjak slobodnog vremena zbog poslovnih ili obiteljskih obaveza, a 2% iz zdravstvenih razloga.

Prikaz razloga za neodlazak na privatno putovanje za 3Q 2020.



Kao glavni razlog odlaska na putovanje slovenski su turisti naveli provođenje slobodnog vremena (godišnji odmor 86 %).

Motivi putovanja slovenskih gostiju ukupno (1Q i 2Q 2019./1Q i 2Q 2020.) u 000

Objekti	1Q 2019	2Q 2019	1Q 2020	2Q 2020
Provođenje slobodnog vremena	514	955	262	375
Posjet obitelji i prijateljima	142	203	86	36
Drugo	nedostupan podatak	nedostupan podatak	nedostupan podatak	nedostupan podatak

Izvor: SURS
Noviji podaci nisu dostupni.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2020. – procjene za 2021.

Slovenski turisti su u 3Q 2020. najviše trošili na smještaj, a najmanje na prijevoz. Prema zadnjim dostupnim podacima uglavnom su na uslugu smještaja trošili 61,3% sredstava, na hranu i piće u restoranima i lokalima 19%, za druge aktivnosti gotovo 11%, te najmanji izdatak su izdvajali na prijevoz i to u udjelu od 9,1%.

Struktura troška na privatnim putovanjima po Sloveniji 3Q 2020.



PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Obzirom na drastične mjere koje su bile na snazi od listopada 2020. do početka svibnja 2021. TA i TO kao i većina drugih djelatnosti bila je ograničena na telefonsku i online komunikaciju sa svojim klijentima, iz razloga što su poslovnice morale biti zatvorene. Taj pritisak na financijski aspekt TA i TO prisilio je neke od njih

na zatvaranje, odnosno na to da nisu obnovile licence za obavljanje agencijske djelatnosti. Veće TA i TO su „progurale“ 2020. i 2021. godinu te su one koje su bitnije za hrvatski turizam nastavile s radom. Hrvatska je zastupljena u programima sljedećih organizatora putovanja:

Popis turističkih agencija u Sloveniji		
Naziv turističke agencije	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	http://www.agencija-m.com
ALPETOUR - Potovalna agencija,d.d.	Kranj	www.alpetour.si
TA Avantura d.o.o.	Ljubljana	http://www.avantura.si/
Bledtours	Bled	www.bledtours.si
Bonus	Maribor	www.bonus.si
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
Gradtur d.o.o.	Ljubljana	www.gradtur.si
Happy Tours	Domžale/Ljubljana	www.happytours.eu
Intelekta M. Sobota d.o.o.	Murska Sobota	www.intelekta.eu
Nomago d.o.o.	Ljubljana	www.nomago.si/
TA KLAS	Murska Sobota	www.apms.si/go/488/
Klik2Go	Ljubljana	http://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	https://liberty-adriatic.com/contact/
M&M Tours, Mitja Moškotevc s.p.	Laško	www.mmtours.si
M&M Turist	Ljubljana	http://mmturist.si
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

Naziv turističke agencije	Grad	Internetska stranica
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
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
Cruise Ferry Center	Portorož	https://krizarjenje.si/
Grand Cuvée Tours	Mengeš	http://www.grandcuvetours.com/
Last minute.si	Maribor	https://www.last-minute.si/
Oasis tours	Ljubljana	www.oasistours.si
Odpelji se	Ljubljana	www.odpelji.se
Križarjenja b2b	Ljubljana	www.krizarjenja-b2b.com
Vard	Celje	www.vard.si
Benotours	Ljubljana	www.benotours.com
GrasTours	Ljubljana	www.grastours.net
Uniglobe TM Travel	Ljubljana	www.uniglobetmtravel.si
Quo vadis	Ljubljana	www.quovadis.si
Agencija Guliver	Celje	www.agencija-guliver.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	http://agencija-partner.si
Airpass	Ljubljana	www.airpass.eu
Ideja turizem	Sežana	http://ideja-turizem.si
Astraea Tours	Lipica	www.krasnadlani.si
Top Line	Portorož	https://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

Naziv turističke agencije	Grad	Internetska stranica
Raca	Škofja Loka	www.raca.si
Meteor	Cerklje na Gorenškem	www.meteor.si
Outdoor Galaxy	Bovec	www.outdoor-galaxy.com
Premiki	Ljubljana	http://premiki.com
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	http://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	http://viatours.si
Baobab	Dramlje	www.baobab-vodenja.si
Agencija Oskar	Kranj	www.agencija-oskar.si
Žnidars Turizem	Maribor	http://zniders-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
ROUNDAABOUT TRAVEL (TJ's d.o.o.)	Ljubljana	www.travel-slovenia.com
ETC ADRIATIC	Podgorje	http://etc-adriatic.si/turisticna-agencija/

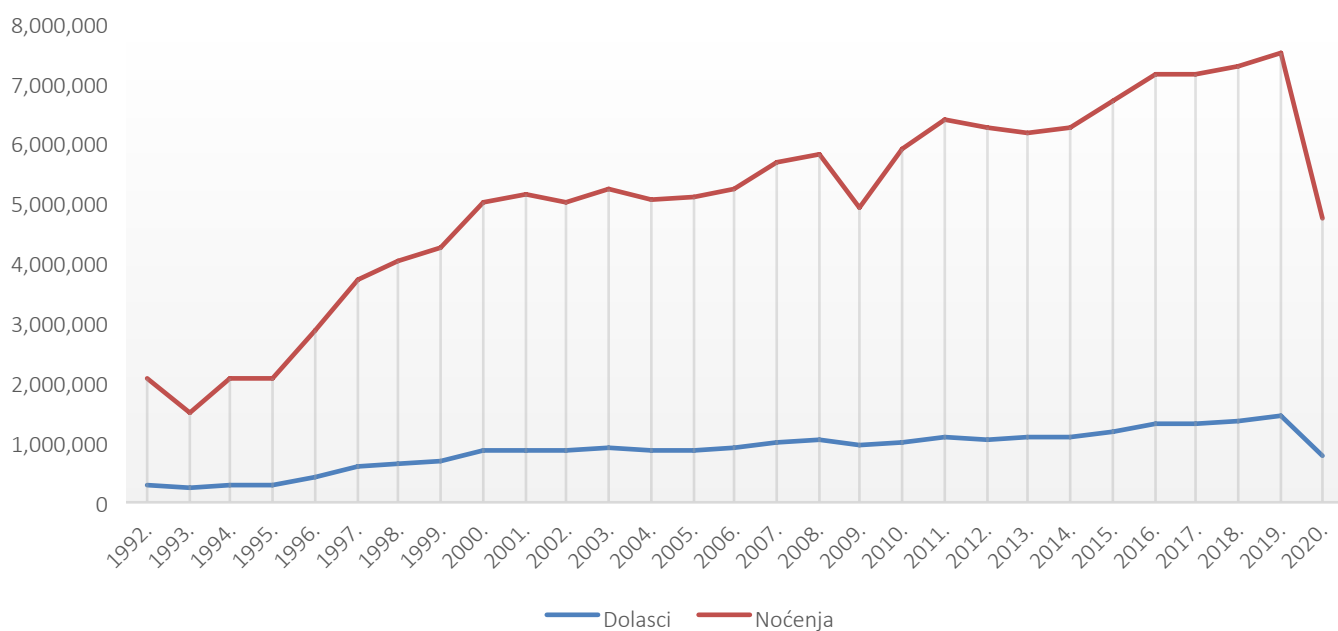
Izvor: istraživanje predstavništva

DOPRINOS 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
2018.	1.364.252	105	446	7.278.621	102	348
2019.	1.426.246	105	466	7.503.053	103	359
2020.	769.264	54	251	4.727.223	63	226

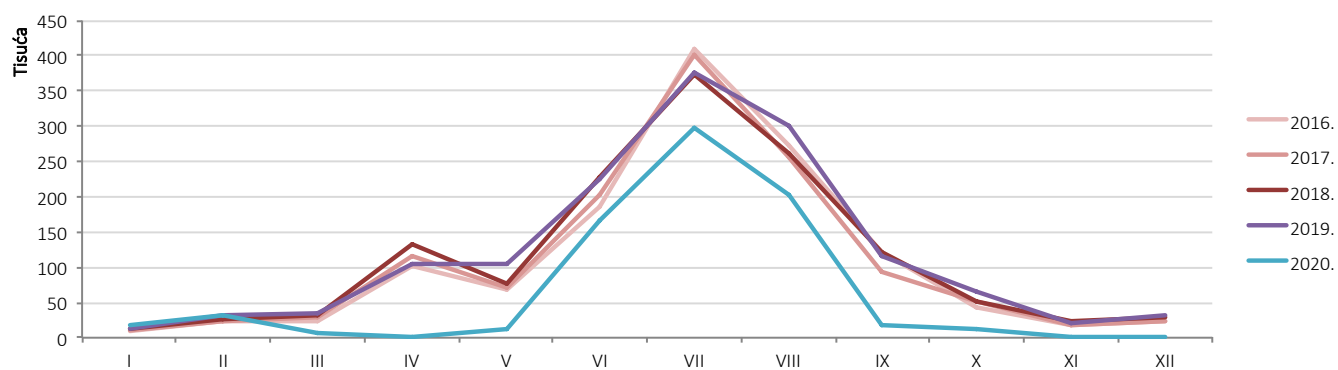
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci i noćenja slovenskih turista, razdoblje 1992. - 2020.



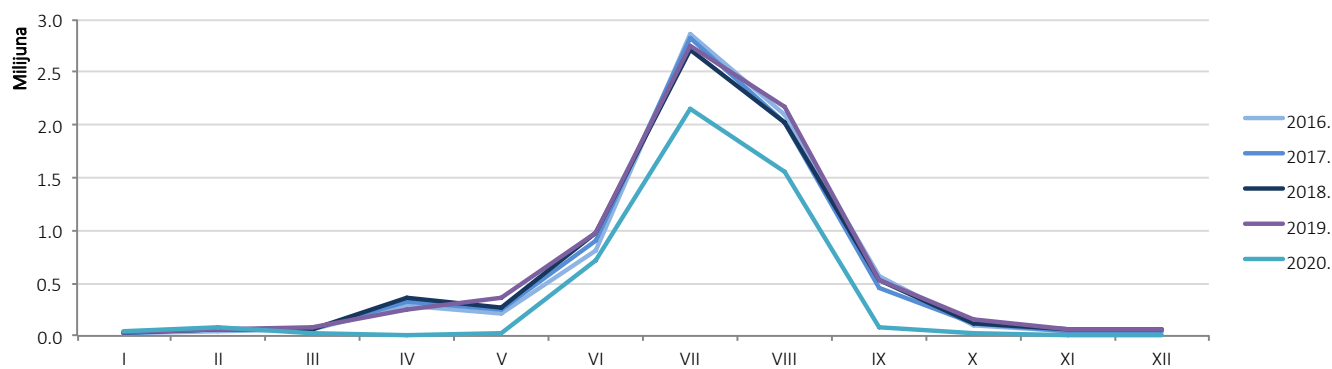
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Slovenija



IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

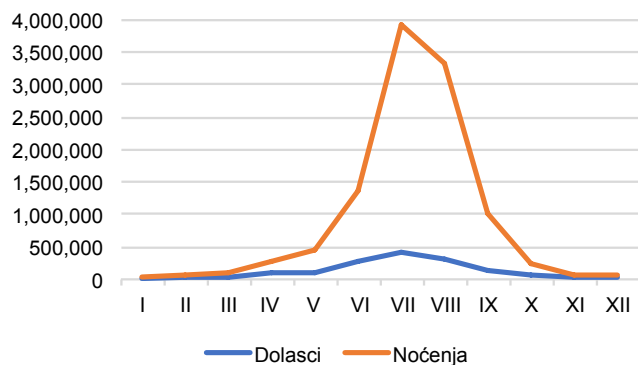
Noćenja po mjesecima - Slovenija



IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

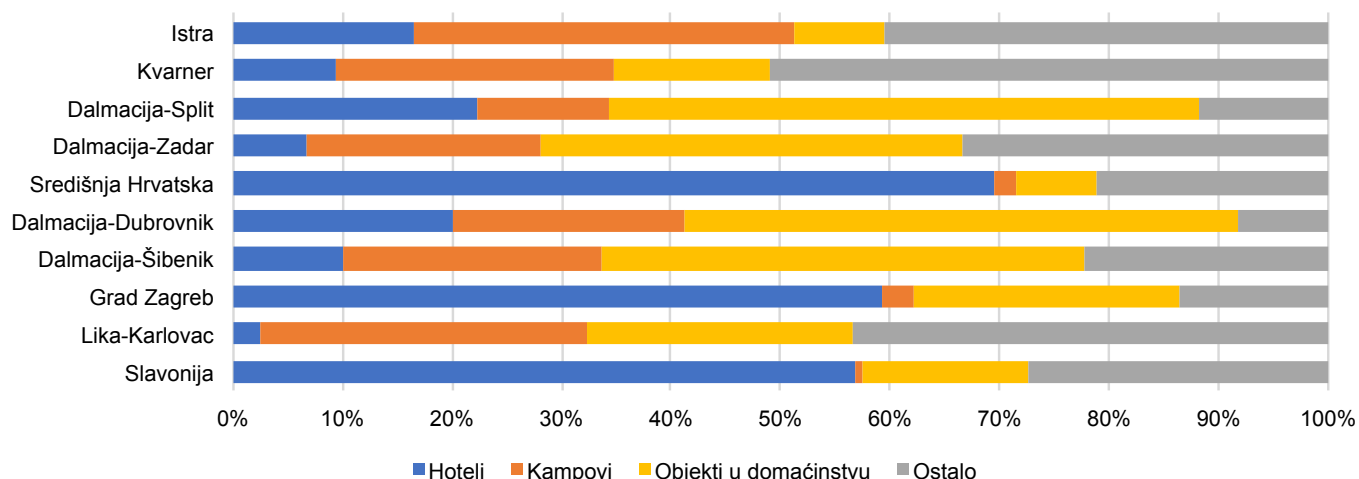
Dolasci i noćenja slovenskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	605.934	3.621.967
Kvarner	374.813	2.974.583
Dalmacija-Zadar	205.472	1.870.270
Dalmacija-Split	107.738	756.805
Dalmacija-Šibenik	75.678	585.217
Lika-Karlovac	55.185	478.474
Dalmacija-Dubrovnik	41.952	318.048
Nautika	32.581	157.598
Središnja Hrvatska	43.929	105.492
Grad Zagreb	30.628	50.614
Slavonija	7.278	12.498
Ukupno	1.581.188	10.931.566

Noćenja slovenskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

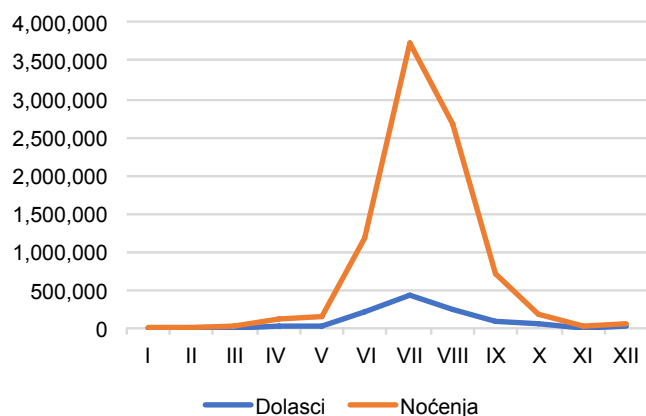
Grad općina	Noćenja
Umag	741.479
Mali Lošinj	601.410
Medulin	405.601
Dobrinj	401.718
Novigrad (Istarska)	391.059
Novalja	377.910
Poreč	360.793
Vodnjan	326.872
Malinska-Dubašnica	324.241
Vir	298.235

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

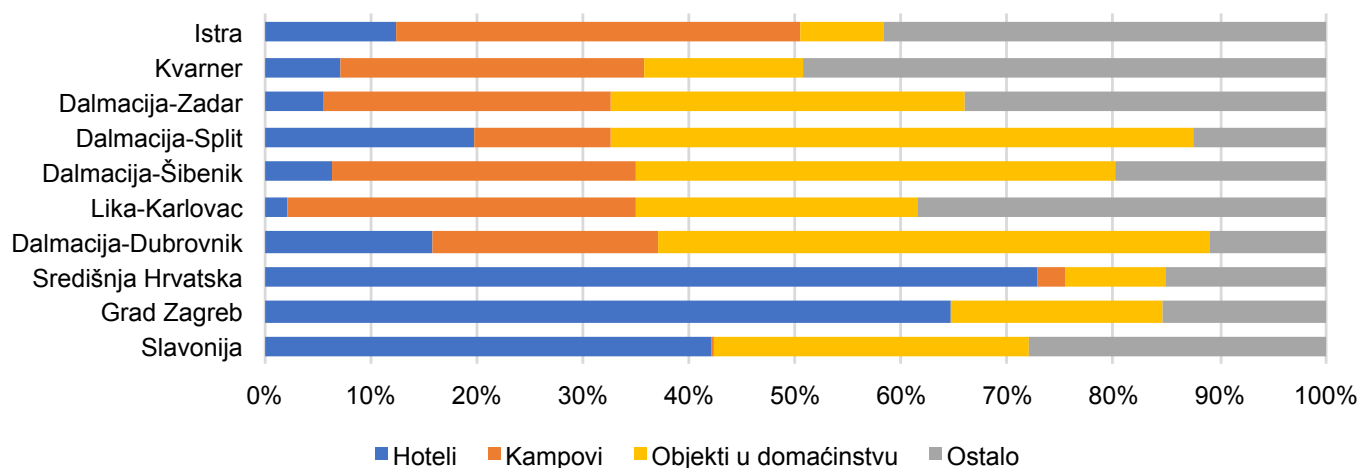
Dolasci i noćenja slovenskih turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	373.890	2.520.722
Kvarner	280.049	2.319.535
Dalmacija-Zadar	183.399	1.732.989
Dalmacija-Split	97.607	743.641
Dalmacija-Šibenik	60.795	495.832
Lika-Karlovac	53.204	453.308
Dalmacija-Dubrovnik	45.208	373.326
Nautika	32.572	181.455
Središnja Hrvatska	19.410	49.758
Grad Zagreb	17.170	29.884
Slavonija	3.363	7.922
Ukupno	1.166.667	8.908.372

Noćenja slovenskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Mali Lošinj	535.775
Umag	503.741
Novalja	374.363
Dobrinj	359.087
Medulin	310.275
Novigrad (Istarska)	258.440
Vodnjan	245.182
Vir	238.297
Cres	215.012
Poreč	210.507

Dolasci po dobi i spolu

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

TOMAS Hrvatska 2019. - Slovenija

TOMAS istraživanja primarna su kvantitativna istraživanja u okviru kojih se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima (uz korištenje strukturiranog upitnika), a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama.

Posljednje u nizu, pod nazivom TOMAS Hrvatska 2019. po prvi je puta provedeno na području cijele zemlje, od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, tako da ujedno donosi rezultate obilježja putovanja i boravka turista u Hrvatskoj izvan razdoblja ljetne turističke sezone. Na takav način, istraživanje je reprezentativno za posljednju „standardnu“ turističku godinu prije pojave epidemije virusa COVID-19 te posljedične globalne društvene i gospodarske krize, s dramatičnim implikacijama na turistička putovanja u svjetskim razmjerima.

Uz domaće tržište, istraživanjem su obuhvaćena i za Hrvatsku značajnija europska tržišta – Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija, Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, BiH, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija, kao i odabrana daleka tržišta - SAD, Republika Koreja, Kina, Japan.

U nastavku slijede pokazatelji iz istraživanja TOMAS Hrvatska 2019. koji prikazuju set odabranih karakteristika profilom obrađenog tržišta, uz usporedbu s prosječnim vrijednostima svih istraživanjem obuhvaćenih stranih tržišta. Zelenom bojom označene su vrijednosti kod kojih tržište u okviru relevantnijih podatkovnih kategorija pokazuje značajnije iznadprosječan rezultat, dok su crveno označene vrijednosti značajnije ispodprosječnog rezultata.

GLAVNI MOTIVI ODMORIŠNIH PUTOVANJA

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Slovenija
More	66,5	73,8
Priroda	13,4	16,7
Touring, sightseeing	7,2	1,5
Gradovi (city break)	4,8	3,0
Kultura i umjetnost	2,0	0,2
Zabava i festivali	1,3	0,8
Sela, ruralno područje	0,9	0,6
Manifestacije i događanja	0,6	0,3
Gastronomija	0,6	0,5
Wellness, toplice	0,4	0,6
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	0,9
Cikloturizam, mountain biking	0,3	0,2
Planinarenje, hodanje	0,2	0,2
Nešto drugo	1,1	0,7
UKUPNO	100,0	100

MOTIV DOLASKA U HRVATSKU

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Slovenija
More	79,1	82,0
Priroda	56,2	68,2
Gradovi (city break)	24,8	21,8
Touring, sightseeing	22,3	10,7
Kultura i umjetnost	13,4	4,3
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	12,5
Gastronomija	6,7	6,5
Zabava i festivali	5,1	7,8
Sela, ruralno područje	4,7	3,5
Manifestacije i događanja	4,1	3,8
Posao	2,8	3,1
Wellness, toplice	3,3	4,6
Planinarenje, hodanje	3,3	4,4
Drugi odmorišni motivi	2,6	2,9
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	2,6
Cikloturizam, mountain biking	1,7	2,3
Zdravstveni razlozi	0,8	0,6
Obrazovanje	0,4	0,0
Vjerski razlozi	0,2	0,0
Neki drugi razlog	1,0	1,5

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Slovenija
Prvi posjet	33,3	9,7
Drugi posjet	15,4	8,0
3 do 6 posjeta	20,1	21,0
7 i više posjeta	31,2	61,3
UKUPNO	100,0	100,0

IZVORI INFORMACIJA

Izvori informacija	Prosjeak za strana tržišta	Slovenija
Internet	56,2	39,2
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	24,5
Prijašnji boravak	21,4	41,6
Preporuke TA ili kluba	10,7	6,3
Brošure, oglasi, plakati	5,3	5,3
Radio, televizija, film ili video	5,2	4,8
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	1,8
Članci - novine/ časopisi	3,3	2,6
Nije trebao informacije	8,0	13,5

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Rezervacija smještaja	Prosjeak za strana tržišta	Slovenija
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	12,8
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	32,6
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	32,7
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	15,6
Na neki drugi način	0,8	0,8
Nije unaprijed rezerviran	4,0	5,5
UKUPNO	100,0	100,0

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Trenutak rezervacije	Prosjeak za strana tržišta	Slovenija
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	7,0
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	20,5
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	30,5
3 do 6 mjeseci prije dolaska	27,6	21,8
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	20,2
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Smetnje	Prosjek za strana tržišta	Slovenija
Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupača	7,6	7,4
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	7,2	6,6
Neprijmjereno odloženo smeće	6,2	7,0
Nemogućnost razdvajanja otpada	6,3	7,6
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	6,0	6,4
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	6,2	4,5
Nešto drugo	1,3	1,0

AKTIVNOST TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Slovenija
Plivanje, kupanje	76,5	82,1
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	39,1
Odlazak u restorane	50,4	40,0
Posjet povijesnim građevinama	23,4	11,9
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	10,5
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	8,6
Odlazak na organizirane izlete brodom	14,8	12,0
Pješačenje	14,5	17,4
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	13,8	8,9
Jogging, trčanje	12,9	14,1
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	10,3
Tenis	10,0	10,6
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	8,6
Ronjenje	8,4	13,3
Posjet tematskim parkovima	7,8	6,7
Posjet zabavnim događanjima	7,1	10,9
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	8,5
Ribolov	6,1	11,1
Obilazak tematskih cesta	6,2	7,9
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	7,8
Ostalo	4,8	8,8
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	8,6
Posjet toplicama	3,9	3,7
Posjet kulturnim događanjima	3,8	2,7
Golf	3,8	2,3
Jedrenje	3,4	3,6

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Slovenija
Posjet sportskim događanjima	3,2	4,9
Planinarenje	2,7	3,2
Avanturistički sportovi	2,5	1,5
Mountain biking	2,5	3,5
Korištenje zdravstvenih usluga	1,8	2,3
Sudjelovanje na radionicama	1,6	3,2
Dvoranski sportovi	1,5	1,3
Lov	1,4	0,4
Jahanje	1,4	2,0
Rafting	1,3	0,6
Posjet božićnim ili adventskim sajmovima	0,9	0,9
Nekom drugom	9,1	6,4
Niti jednom	0,9	0,5

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Slovenija
Ljepota prirode i krajolika	87,7	83,6
Ljepota mjesta	86,3	84,1
Osobna sigurnost	84,3	83,7
Atmosfera, ugođaj	82,7	78,2
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	83,1
Ukupni boravak	80,5	73,0
Uređenost mjesta	78,5	72,9
Čistoća plaža	77,2	75,1
Smještajni objekt	76,8	71,2
Informacije u destinaciji	76,3	75,2
Ekološka očuvanost prostora	76,4	72,8
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	76,5
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	76,0
Pješačke staze	75,1	73,0
Prometna dostupnost destinacije	74,1	70,6
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	64,8
Označavanje znamenitosti	71,8	64,4
Kultura i umjetnost	71,4	62,0
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	66,9
Besplatni internet u destinaciji	69,5	59,1
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	61,3
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	67,7
Biciklističke rute i staze	67,7	62,7
Lokalni javni prijevoz	63,9	47,7
Sportski sadržaji	63,8	57,5
Događanja i manifestacije	63,4	56,6
Mogućnost za kupnju	62,5	62,4
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	57,4
Zabava, noćni život	62,4	46,9
Promet u mjestu	62,3	63,7

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA

	Prosjek za strana tržišta	Slovenija
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	3,4
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	32,2
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	64,4
UKUPNO	100,0	100,0

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI (u EUR)

Izdatak	Prosjeck za strana tržišta	Slovenija
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	79,81
Smještaj	52,8	43,44
Hrana u restoranima i barovima	17,1	12,24
Usluge trgovine	11,6	10,60
Kultura i zabava	3,3	2,24
Sport i rekreacija	2,8	2,75
Izleti	2,7	2,07
Lokalni prijevoz	7,1	5,22
Ostalo	1,7	1,25

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA

Izdatak	Prosjeck za strana tržišta	Slovenija
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	100,00
Smještaj	53,3	54,43
Hrana u restoranima i barovima	17,2	15,34
Usluge trgovine	11,7	13,28
Kultura i zabava	3,3	2,81
Sport i rekreacija	2,9	3,44
Izleti	2,8	2,59
Lokalni prijevoz	7,1	6,54
Ostalo	1,7	1,56

Aktualni imidž Hrvatske

Potražnja za Hrvatskom kao turističkom destinacijom je kontinuirano rasla do 2020. U 2020. i 2021. tržište Slovenije se u pandemiji susreće s raznim restrikcijama po pitanju ograničenja kretanja te uvjetovanog prelaska granice. S proglašenjem pandemije te svim nesigurnostima s kojima smo se susreli i susrećemo se u ovim izazovnim vremenima Hrvatska je, što zbog blizine, što zbog osjećaja sigurnosti i dalje zadržala prvo mjesto pri odabiru destinacije za provođenje odmora. Naravno, naglasak u svemu tome je prvenstveno na blizini i na tome da je Hrvatska za Slovence isključivo auto destinacija, vrlo dostupna te u slučaju proglašenja izvanrednih mjera lako za povratak u domicilnu državu. Ono o čemu treba voditi računa je ponašanje domicilnog stanovništva u pridržavanju mjera, koje su u Hrvatskoj zasigurno blaže u odnosu na Sloveniju, pa su samim time izazivale razne kontroverzne i špekulativne reakcije. Iako je Hrvatska najbliža i najdostupnija destinacija prema kojoj slovenski gosti imaju visoki afinitet, treba imati na umu da je usprkos pandemiji i slabijoj potražnji za smještajnim kapacitetima ipak bila percipirana kao cjenovno nedostižna za određeni segment populacije.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2020. i 2021.

Omjer organiziranih i individualnih dolazaka nije se puno promijenio u kontekstu okolnosti vezanih uz pandemiju. I dalje se očekuje da će omjer biti na razini od oko 15:85 u korist individualnih dolazaka (s trendom porasta). Povećanja se očekuje zbog potrebe brze prilagodbe promjenama mjerama koje će važiti u svim turističkim destinacijama. S proglašenjem pandemije agencije su ipak donekle pružile određenu dozu sigurnosti uloženog novca u bukirane aranžmane, što nije bio slučaj kod individualnih rezervacija, pogotovo ako se radilo o privatnom smještaju.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020. i 2021.

Hrvatska je bila i ostat će daleko najzastupljenija destinacija kod svih glavnih turoperatora u Sloveniji, pogotovo u novonastalim okolnostima. Većina TA i TO se usmjerila na domaću ponudu, odnosno, ponudu zemalja u okruženju, a Hrvatska tu definitivno ima prednost. TA i TO će i dalje, naravno, ukoliko epidemiološke slike

pojedinih država to budu dozvoljavale, izdavati posebne separate za pojedina zanimljiva razdoblja u godini, koja se prvenstveno nadovezuju na školske praznike i slično (prvosvibanjski praznici, školski praznici, jesenski školski praznici i sl.).

Rezultati organizatora putovanja u 2020. i 2021. (programi za Hrvatsku)

TA su u Sloveniji vrata otvorile tek 01.05.2021., a do tada su svi kontakti s kupcima bili putem maila, telefona te online komunikacije. Svi organizatori putovanja u ovoj godini ostvarili su rezultat bolji od prošlogodišnjeg, uz naglasak da je poseban pritisak bio u 2021. i od strane drugih inozemnih TA i TO te individualaca, pa se u glavnoj sezoni tražila soba više. Upravo zbog pritiska na smještajne kapacitete nisu više imali što prodavati, inače bi rezultati bili zasigurno bolji. Posezona je također bila odlična, obzirom da je u 2020. Slovenija već krajem kolovoza imala drugi lockdown.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2021. godine

Nakon otvaranja granica TA Palma je odlučila povezati Ljubljanu s Dubrovnikom direktnim čarter letom od 25.06. do 01.10.2021. Ovaj čarter se pokazao kao odličan potez, s obzirom da je potražnja bila iznimno dobra. TA Palma ima namjeru ovaj program pokrenuti i slijedeće godine.

Autobuseri u 2021.

Kod autobusera se stanje nije bitnije mijenjalo u 2021. 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 u 2021.

Početak 2021. je započelo cijepljenje, što je uvelike pridonijelo ujednačavanju uvjeta prelaska granica te mogućnosti kretanja. To je bila bitna razlika u odnosu na 2020., koja je bila ekstremno nesigurna. Obzirom na navedeno, turistička kretanja su se odvijala i u prvom dijelu godine, iako u smanjenom opsegu, a glavna sezona je svakako „eksplozirala“ po pitanju turističkog prometa. Ono što smo opazili u predstavništvu je porast zabilježenih komercijalnih noćenja te pad u dijelu nekomercijalnih noćenja. Djelomično se pad u nekomercijalnom segmentu može objasniti time da ove godine nije bilo potrebno imati potvrdu o mjestu boravka za nesmetani povratak u domicilnu državu, pa se stoga svi nisu niti prijavljivali. Individualni gosti definitivno drže primat te je logično da su nositelji turističkog prometa zbog već spomenute blizine te mobilnosti (auto gosti).

TURISTIČKA SEZONA 2021. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2022.

Svakako se očekuje utjecaj nastavka pandemije virusa COVID 19 na ponašanje potrošača na tržištu, generalno te s naglaskom na segment putovanja i turizma (u svim segmentima privatnih i poslovnih putovanja, prijevoza vezanog uz putovanja, smještajne objekte i sl.).

Uvođenjem covid potvrda situacija se znatno pojednostavila, iako su pojedine mjere isključivo vezane uz epidemiološku sliku pojedine države. U 2022. očekujemo slobodnije odvijanje turističkih kretanja. U kojoj mjeri, zasigurno će ovisiti o novim vrstama virusa te otpornosti stanovništva.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2022.

Obzirom na već ranije spomenu prednost blizine definitivno će omiljene destinacije ostati u okviru 2021. i ranijih godina. Slovenci će i dalje putovati u obalne županije, iako će se u potrazi za prirodom zasigurno uputiti u neke od kontinentalnih županija. Što se tiče redoslijeda omiljenih destinacija, poredak se neće bitno mijenjati u odnosu na prethodne godine:

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

Prognoze organizatora putovanja za 2022.

TA i TO će i dalje nuditi programe za bliža tržišta. TA i TO koje su imale isključivo daleke destinacije u ponudi, već su se preorijentirale na dostupnije destinacije, među kojima je i Hrvatska. Zasigurno će neke od njih i zatvoriti svoje poslovanje, ne samo zbog financijskih poteškoća već i zbog pojave većih igrača koji su zainteresirani za Hrvatsku, u ozračju ograničenih kapaciteta. Očekujemo da će veće TA i TO nastaviti nesmetano prodavati Hrvatsku, a one nešto manje svakako će se prilagoditi novonastalim uvjetima i zasigurno će se probati specijalizirati za određene proizvode.

TURISTIČKA SEZONA 2022. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2022.

Vrlo je teško davati procjene dolazaka i noćenja za sezonu 2022., s obzirom da ona isključivo ovisi o zdravstvenoj slici, što će pratiti i stanje u gospodarstvu, koje s obzirom na najave neće biti u najboljem stanju. Nitko od relevantnih dionika još se nije usudio davati prognoze. U 2022. će se zasigurno putovati više, prvenstveno zbog uvođenja covid potvrda i mogućnosti korištenja cjepiva. Zasigurno će to i dalje biti u bliže destinacije te će najveći dio turističkog prometa biti realiziran u ljetnim mjesecima (srpanj i kolovoz). Vrlo vjerojatno je da će turistički promet za Hrvatsku ostati na razini 2021.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2022.

Hrvatska kao turistička destinacija ne može biti više zastupljena u programima organizatora putovanja na teritoriju Slovenije. Ono gdje još postoji prostor za širenje programi su za specifične proizvode. Planovi za 2022. su ambiciozni, a izuzetno je bitno da se održi i vrati trend kraćih putovanja, pogotovo u pred i posezoni.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl.) trebalo poduzeti u 2022. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu nastavka pandemije bolesti COVID 19 i generalno promijenjenih poslovnih i društvenih okolnosti

2022. će biti konzervativna po pitanju uvođenja novosti. Organizatori putovanja će svakako pokušati sve svoje snage usmjeriti u svoje najbolje i najsigurnije programe. Naravno, sve će ovisiti i o kupovnoj moći, tako da će puno faktora utjecati na poslovanje organizatora putovanja.

Hrvatska će i dalje ostati u vrhu interesa TA i organizatora putovanja. Veća zastupljenost sigurno se očekuje u programima na području ponude aktivnog turizma kao što su biciklizam, avanturizam i sl. Ono što bi svakako trebali je i nadalje promovirati Hrvatsku kao sigurnu destinaciju te na taj način pružiti podršku organizatorima putovanja, dok će se od hotelijera očekivati veća fleksibilnost, spremnost na akcijske popuste te uvjete vezane uz otkaze putovanja, ukoliko mjere budu nalagale ograničenje kretanja. Svakako je potrebno napomenuti da se smanjenje kvalitete u 2021. zbog pomanjkanja kadra u turističkom sektoru osjeća te je to nešto na šta će se morati obratiti pažnja ukoliko želimo zadržati visoke cijene usluga.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2023.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1	01.01.2023	Nedjelja	1
Nova godina (New Year's Day)	02.01.2021	Subota	1	02.01.2022	Nedjelja	1	02.01.2023	Ponedjeljak	1
Prešerenov dan (Slovenian cultural festival – Prešeren Day)	08.02.2021	Ponedjeljak	7	08.02.2022	Utorak	6	08.02.2023	Srijeda	6
Uskrs (Easter)	04.04.2021	Nedjelja	14	17.04.2022	Nedjelja	16	09.04.2023	Nedjelja	15
Uskrsnji ponedjeljak (Easter Monday)	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	16	10.04.2023	Ponedjeljak	15
Dan ustanka protiv okupatora (Uprising Against the Occupation Day)	27.04.2021	Utorak	17	27.04.2022	Srijeda	17	27.04.2023	Četvrtak	17
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Nedjelja	18	01.05.2023	Ponedjeljak	18
Praznik rada (Labour Day)	02.05.2021	Nedjelja	18	02.05.2022	Ponedjeljak	18	02.05.2023	Utorak	18
Dan državnosti (National Day)	25.06.2021	Petak	26	25.06.2022	Subota	26	25.06.2023	Nedjelja	26
Velika Gospa (Feast of the Assumption)	15.08.2021	Nedjelja	33	15.08.2022	Ponedjeljak	33	15.08.2023	Utorak	33
Dan reformacije (Reformation Day)	31.10.2021	Nedjelja	44	31.10.2022	Ponedjeljak	44	31.10.2023	Utorak	44
Dan Svih svetih (All Saints Day)	01.11.2021	Ponedjeljak	45	01.11.2022	Utorak	44	01.11.2023	Srijeda	44
Božić (Christmas)	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	52	25.12.2023	Ponedjeljak	52
Dan neovisnosti i ujedinjenja (Independence and Unity Day)	26.12.2021	Nedjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	52	26.12.2023	Utorak	52

Izvor: <https://www.feiertagskalender.ch/>

Školski praznici	2021./2022.		
	Početak	Kraj	
Jesenski praznici	25.10.2021.	1.11.2021.	
Božićni praznici i Nova godina	27.12.2021.	2.1.2022.	
Zimski praznici/Karneval - regija zapad	21.2.2022.	27.2.2022.	1
Zimski praznici/Karneval - regija istok	28.2.2022.	6.3.2022.	2
Proljetni praznici	27.4.2022.	2.5.2022.	
Ljetni praznici	24.6.2022.	1.9.2022.	

Izvor: Eurydice

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

Izvor: Eurydice

NAPOMENE

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