



SLOVENIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2016.




HRVATSKA
Puna života

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje: parlamentarna republika.

Površina: 20.273 km².

Najveći gradovi: Ljubljana (glavni grad, 279.653 stanovnika), Maribor, Celje, Kranj, Velenje, Kopar i Novo Mesto – u navedenih sedam gradova živi više od četvrtine ukupnog broja stanovnika.

Stanovništvo

Procjena na dan 1. travnja 2016. je 2.063.371 stanovnika. Od toga je 1.023.153 muškaraca i 1.040.218 žena. Udjel žena među državljanima Slovenije je 51,3%.



Stanovnici po spolu

	na dan 1. 4. 2015.	na dan 1. 7. 2015.	na dan 1. 10. 2015.	na dan 1. 1. 2016.	na dan 1. 4. 2016.
Ukupan broj stanovnika	2.061.952	2.063.077	2.064.632	2.064.188	2.063.371
muškarci	1.021.819	1.022.554	1.023.392	1.023.333	1.023.153
žene	1.040.133	1.040.523	1.041.240	1.040.855	1.040.218
slovenski državljani	1.959.402	1.958.880	1.958.146	1.956.422	1.954.472
muškarci	954.054	953.907	953.594	952.862	952.112
žene	1.005.348	1.004.973	1.004.552	1.003.560	1.002.360
strani državljani	102.550	104.197	106.486	107.766	108.899
muškarci	67.765	68.647	69.798	70.471	71.041
žene	34.785	35.550	36.688	37.295	37.858

Izvor: SURS

Prosječna starost stanovništva je 42,7 godina. Udjel stanovništva u dobi od 0 do 14 godina je 14,8 %, od 15 do 64 godine 66,7 % te od 65 i više godina 18,4 %.

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Slovenija je posljednjih godina napravila brojne pozitivne pomake i u velikoj mjeri smanjila razvojni zaostatak. Prosječan godišnji porast BDP-a od 3 % u 2014. i 2015. uslijedio je zbog povećanog izvoza, veće konkurentnosti gospodarstva te jačanja državnih investicija. Na gospodarski oporavak pozitivno je utjecala i sanacija bankarskog sustava te financijskog i vlasničkog prestrukturiranja poduzeća. Javno financijski manjak u 2015. prvi put se, od početka krize, smanjio ispod 3 % BDP-a. Gospodarski rast pratio je i oporavak tržišta rada, što je utjecalo na ponovni rast raspoloživog dohotka kao važnog čimbenika materijalnog položaja stanovništva.

Bruto domaći proizvod 2012. – 2015.

Godina	2012.	2013.	2014.	2015.
Tekuće cijene (u milijunima eura)	36,002	35,917	37,332	38,570
Realan rast (%)	- 2,7	- 1,1	3,1	2,3

Izvor: SURS

Rast gospodarske aktivnosti pozitivno utječe i na zaposlenost. Broj radno aktivnog stanovništva 2015. iznosio je 917.000, kao i 2014. Broj nezaposlenog stanovništva smanjuje se od 2013. U 2015. taj je broj iznosio 8.000, odnosno za 8,1 % manje nego u 2014. Podaci za 2015. pokazuju da se stupanj nezaposlenosti smanjio na 9 %, dok je u 2014. iznosio 9,7 %. U drugom kvartalu 2016. zabilježeno je 997.000 aktivnog stanovništva, odnosno 1,6 % više nego u prvom kvartalu. Prema istraživanju, od navedenog bro-

Aktualno stanje gospodarstva

Bruto domaći proizvod 2015. iznosio je 38,570 milijuna eura te se realno povećao za 2,3 %. Glavni generator gospodarskog rasta i dalje ostaje izvoz (kao što je bio i 2014.), međutim povećala se osobna potrošnja. Potrošnja domaćinstava povećala se za 0,5 %. Nakon pet godina opadanja dolazi do povećanja državne potrošnje koja je iznosila 2,5 %. Bruto investicije su 2015. bile realno veće za 2,8 %.

ja, broj nezaposlenih osoba smanjio se za 10,7 %, dok se broj radno aktivnih povećao za 2,8 %. Procjenjuje se da će se zaposlenost u 2016. povećati za 1,1 %, a u 2017. za 0,9 %.

Prosječna mjesečna bruto plaća u kolovozu iznosila je 1.571,30 eura, odnosno neto 1.023,28 eura. U usporedbi s mjesečnom bruto plaćom u srpnju, ista se realno i nominalno povećala za 1,4 %.

Bruto domaći proizvod 2012. – 2015.

	VIII. 2016.	Ø I. – VIII. 2016.	Ø VI. – VIII. 2016.	VIII. 2016./ VII. 2016.	VIII. 2016./ VIII 2015.	Ø I. – VIII. 2016./ Ø I. – VIII. 2015.
	u eurima			indeks		
Bruto	1.571,30	1.568,11	1.561,86	101,4	102,8	101,8
Javni sektor	1.817,61	1.822,58	1.821,29	100,0	102,4	102,3
od toga sektor država	1.806,96	1.817,77	1.812,55	99,9	103,3	103,6
Privatni sektor	1.446,95	1.436,73	1.429,87	102,4	103,2	101,6
Neto	1.023,28	1.020,35	1.017,59	101,2	102,5	101,6
Javni sektor	1.176,18	1.178,01	1.177,51	100,1	102,1	102,0
od toga sektor država	1.173,26	1.178,44	1.175,86	100,0	102,9	103,1
Javni sektor	946,08	938,95	936,22	102,1	102,9	101,5

Izvor: SURS

Cijene su se u rujnu 2016. na godišnjoj razini u prosjeku povećale za 0,2 %, a na mjesečnoj za 0,1 %. Godišnjoj inflaciji najviše su pridonijele više cijene hrane i bezalkoholnih pića te telefonske i internetske usluge, dok su mjesečnoj inflaciji pridonijele veće cijene odjeće i obuće te naftnih derivata.

O siječnja do kolovoza 2016., u odnosu na isto razdoblje 2015., izvoz se povećao za 4 %, a uvoz za 1,9 %. U tom razdoblju izvoz je iznosio 16.272,5 mil. eura, a uvoz 15.557,4 mil. eura. Višak robne razmjene s inozemstvom iznosio je 715,1 mil. eura, a pokrivenost uvoza s izvozom bila je 104,6 %.

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Zaostatak slovenskog gospodarstva za prosječnim razvojem EU u krizi je stvorio još veći jaz, urušila se makroekonomska ravnoteža, gospodarsko slabljenje posljedično je utjecalo i na slabljenje materijalnog položaja stanovništva. Posljednjih godina gospodarska situacija se poboljšava. BDP će ove godine biti veći za 2,3 %, ponajviše zbog pozitivnih izvoznih kretanja i oporavka osobne potrošnje. Ovogodišnji nastavak pozitivnog kretanja izvoza proizlazi iz rasta stranih potraživanja te poboljšanja konkurentnosti trgovačkog sektora. S obzirom na slabo poboljšanje stanja na tržištu rada, uslijed jačanja rasta zaposlenosti i plaća, raste i raspoloživi dohodak domaćinstava.

Prema prognozama, rast gospodarstva će se u iduće dvije godine nastaviti, a očekuje se kako će u 2017. biti posljedica rasta državnih investicija. Izvoz će u 2017. i 2018. još uvijek biti glavni čimbenik gospodarskog rasta. Sukladno prognozama međunarodnih institucija, rast stranog potraživanja postupno će jačati te će također utjecati i na poboljšanje konkurentnosti. Rast osobne potrošnje u prvoj polovini 2016. se povećao (1,9 % polugodišnje), poboljšanje pokazatelja raspoložena potrošača u zadnjim mjesecima ukazuje na nastavak jačanja i u drugoj polovini godine. Očekuje se rast državne potrošnje koja će se od 2016. do 2018. nastaviti. Ovogodišnji rast proizlazi isključivo iz većih izdvojenih sredstava za zaposlene zbog rasta plaće i zaposlenosti uslijed ukidanja nekih od mjera štednje. Uslijed nastavka relativno visokog rasta izvoza i jačanja domaće potrošnje, predviđanja su da će se nastaviti jačanje uvoza koji bi se trebao održati na istoj razini u 2017. i 2018.

Rast zaposlenosti ove godine je u porastu, a u iduće dvije očekuje se nastavak pozitivnog kretanja. Međutim, rast će biti skromniji uslijed rastućih demografskih pritisaka. U razdoblju 2017. – 2018. očekuje se umjereni rast nominalne prosječne bruto plaće (na 2,2 %).

Cijene će do kraja 2016., ponajviše zbog niske cijene nafte, u prosjeku ostati iste, dok se u iduće dvije godine očekuje rast.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Mediji općenito, a ponajviše tiskani, uslijed krize susreli su se s mnogim problemima. Gospodarska kriza te smanjeno oglašavanje u tiskanim medijima zbog izrazito brzog razvoja digitalne tehnologije i promjena navika čitalačke javnosti utjecalo je na velike strukturne promjene, 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 registru medija trenutno ih je upisano 1.646, pravi broj nešto je veći (1.719) jer neki istovremeno izlaze u više različitih oblika (tiskani i elektronski). Među njima je najviše tiskanih medija (1.128), slijede elektronski (376), radijski (112) te televizijski (103).

Televizija

Prema dostupnim podacima za 2015., broj televizijskih kuća nešto je veći nego godinu prije te je od 61 televizijske

kuće status televizije posebnog značaja (lokalne televizije) dobilo njih 32.

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

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

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

Pokrivenost televizijskim signalom 2016.

Program	Vrsta TV	Segment	Pokrivenost
TV Slovenija 1	državna	opće	cijela Slovenija
TV Slovenija 2	državna	opće	cijela Slovenija
TV Slovenija3	državna	opće	cijela Slovenija
TV Koper	državna	opće	Primorska regija
TV Maribor	državna	opće	Koroška i Štajerska regija
ATV signal	lokalna	opće	Središnja Slovenija
Gorenjska TV	lokalna	opće	Gorenjska regija
TV Idea	lokalna	opće	Središnja Slovenija
RTS	lokalna	opće	Štajerska regija
TV Celje	lokalna	opće	Štajerska regija
TV Primorka	lokalna	opće	Primorska regija
Vaš Kanal	lokalna	opće	Dolenjska regija i Posavlje
VTV	lokalna	opće	Štajerska regija
TV Galeja	lokalna	opće	Primorska regija
POPTV	komercijalna	opće	cijela Slovenija
Kanal A	komercijalna	opće	cijela Slovenija
Planet TV	komercijalna	opće	cijela Slovenija

Program	Vrsta TV	Segment	Pokrivenost
TV 3 Medias	komercijalna	opće	cijela Slovenija
TOPTV	komercijalna	politika	cijela Slovenija
NET TV	komercijalna	opće	cijela Slovenija
Exodus TV	komercijalna	katolička TV	cijela Slovenija
Sportclub	komercijalna	sport	cijela Slovenija
Čarli TV	komercijalna	zabava	cijela Slovenija
MTV Adria	komercijalna	zabava	cijela Slovenija

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

POP TV je najgledanija televizija u Sloveniji (u listopadu 2015. u *prime time* terminu dosegli su 9,2 % gledanosti i 28 % udjela u ciljnoj skupini od 18 do 54 godine, dok je Planet TV u istom vremenskom razdoblju i za istu ciljnu skupinu dosegao 4,9 % gledanosti i udjel od 16,23 %). Nekoliko puta tijekom 2015. Planet TV se po gledanosti približio POP TV-u, čemu su ponajviše pridonijeli različiti *reality show* programi. Prvi program slovenske nacionalne televizije RTV SLO u istom terminu zabilježio je gledanost od 11 %, drugi program 2 %, a treći 1 %.

Regionalno istraživanje satelitskog operatera SES Astra provedeno između gledatelja televizijskih programa u Ljubljani, Zagrebu i Beogradu, pokazalo je da sadržaje na televizijskom prijemu prati više od 57 % anketiranih, dok 32 % uz televiziju koristi još i druge mobilne aparate. U Astri su naveli kako je korisnicima u Sloveniji ponuđen pristup do više od 500 besplatnih televizijskih i radijskih kanala, a rezultati istraživanja pokazuju da iako živimo u dobu naprednih mobilnih tehnologija, većina anketiranih u glavnim gradovima, još uvijek se opredjeljuje za gledanje televizije. Udjel anketiranih, koji za praćenje TV programa upotrebljavaju isključivo televizijski prijemnik, u Ljubljani je 50,3 %, u Beogradu 56,8 %, a u Zagrebu

64,8 %. Iz iste analize je jasno kako Ljubljančani, u odnosu na Zagrepčane i Beograđane, televiziji posvećuju najmanje vremena te ju više od šest sati dnevno gleda samo 7,1 %, dok u Zagrebu taj postotak iznosi 25 %.

Slovenski televizijski mediji su 2015. ostvarili ukupne prihode od prodaje u visini od 457 mil. eura, što je za 5 mil. eura, odnosno 1 % više u odnosu na prethodnu godinu. Medijska kuća ProPlus bilježi znatan rast u prihodima (6 % više prometa), a porast u prihodima zabilježile su Planet TV i Šport TV. Unatoč značajnom porastu prihoda u 2015., Planet TV je završio godinu s nešto više od 11 mil. eura gubitka i time se našao u nezgodnoj situaciji.

U 2016. je Slovenski Telekom (49 % vlasnik Planeta TV) nad većinskim vlasnikom te televizije, Anntene Groupom (51 %), zbog neispunjavanja obaveza pokrenuo postupak ovrhe. Naposljetku, pregovori su završili na način da je Telekom Slovenije postao većinskim vlasnikom televizijske kuće, a time su, barem trenutačno, omogućili njezino normalno poslovanje te bolju konkurentnost na tržištu. Znatni pad prihoda doživjelo je i više manjih televizija (MTV Adria, Šport klub i VTV) koje su izgubile petinu prošlogodišnjeg prometa.

Televizija – Neto prihodi od prodaje u eurima, 2015.

TELEVIZIJA	2015.	2014.	PROMJENA (%)
RTV SLOVENIJA javni zavod, Ljubljana	118.275.935	117.938.745	0
PRODUKCIJA PLUS storitveno podjetje d.o.o Ljubljana	48.996.039	46.395.718	6
ANTENNA TV SL, televizijska dejavnost d.o.o.	9.594.883	7.293.779	32
ASPN, storitveno podjetje, d.o.o.	3.564.493	3.015.776	18
PINK SI Družba za radiodifuziju, produkcija in marketing d.o.o	2.358.206	2.441.226	-3
MTV ADRIA Družba za trženje in tržne komunikacije d.o.o.	1.739.736	2.042.472	-15

TELEVIZIJA	2015.	2014.	PROMJENA (%)
IKO MEDIA PRO, storitve medijske produkcije d.o.o.	1.286.968	1.532.020	-16
ČARLI televizijska dejavnost d.o.o.	1.011.598	1.852.554	-45
TELEVIZIJA NOVO MESTO d.o.o.	573.675	504.817	14
VTV VELENJSKI TELEVIZIJSKI STUDIO d.o.o.	306.796	353.052	-13
TV CELJE d.o.o. Celje	254.145	265.017	-4
TV IDEA - KANAL 10, družba za televizijsko dejavnost d.o.o.	174.348	277.348	-37
ETV mediji in turizem d.o.o.	147.888	138.334	7
R KANAL+ organizacija in predvajanje lokalnega TV in radijskega programa d.o.o.	101.830	105.460	-3
NET TV podjetje za proizvodnjo, trgovino in storitve d.o.o.	88.224	92.525	-5
VI-TEL podjetje za avdio-video dejavnost d.o.o.	10.620	23.464	-55
TELEVIDEO televizija, video in založništvo d.o.o. Ljubljana	1.273	1.287	-1
SEŠTEVEK SKUPINE MEDIJEV	188.486.657	184.273.594	2

Izvor: Marketing Magazin, srpanj – kolovoz 2016.

Radio

Večina radijskih programa upotrebljava FM frekvencije, a samo pet emitira na srednjem AM valu. Cijelo područje Slovenije pokrivaju tri radijska programa javne službe RTV Slovenije: Prvi program RTV, Val 202 i ARS. Kod regionalnih postaja najveću pokrivenost ima neprofitni program Radio Ognjišča. Veća područja Slovenije pokrivaju postaje koje su povezane u programske mreže. Trenutačno na području Slovenije djeluje pet programskih mreža: Radio 1, Radio Center, Radio Antena, Radio 94 te regionalna radijska mreža lokalnih radijskih programa Primorski val. Također, trenutačno postoji šest lokalnih, deset

regionalnih, jedan studentski te dva neprofitna programa sa statusom radijskog programa od posebnog značaja.

Radijsko poslovanje ostaje relativno nepromijenjeno i stabilno. Ne bilježe se velika odstupanja osim kod Radija Center koji s mrežom svojih radijskih stanica bilježi manji porast te Radija Glas Ljubljane koji bilježi manji pad prihoda. Prema prihodima na vrhu se i dalje nalazi radijska mreža Infonet Media (lani realiziran prihod od skoro devet milijuna eura), slijedi Radio Center (tri milijuna eura) te Radio Aktual (1,5 milijuna eura).

Radio – Neto prihod od prodaje u 2015.

RADIO	2015.	2014.	PROMJENA (%)
INFONET MEDIA, radijska produkcija, d.d.	8.831.170	8.689.683	2
RC MARKETING, marketinška agencija, d.o.o.	2.059.388	2.005.730	3
RADIO GLAS LJUBLJANA d.d., Ljubljana	1.635.783	1.701.076	-4
RADIO TEDNIK PTUJ družba za časopisno in radijsko dejavnost d.o.o.	1.573.350	1.535.585	2
RADIO CITY družba za radijsko in televizijsko dejavnost, trgovino in storitve d.o.o.	1.158.464	1.141.713	1
RADIO CENTER družba za radijsko in televizijsko dejavnost, trgovino in storitve d.o.o.	1.106.338	943.155	17
Radio Pro 1, Radijska produkcija, d.o.o.	810.959	819.312	-1
RADIO OGNJIŠČE, ustvarjanje in predvajanje radijskega in televizijskega programa d.o.o. Koper	631.909	680.257	-7

RADIO	2015.	2014.	PROMJENA (%)
MEGALINE d.o.o. radijska dejavnost	512.901	469.982	9
RADIO CAPRIS d.o.o. radijska dejavnost	414.548	436.262	-5
REGIONALNA RADIJSKA POSTAJA RADIO KUM TRBOVLJE, d.o.o.	409.439	348.275	18
KOROŠKI RADIO D.O.O. SLOVENJ GRADEC	388.073	403.181	-4
RADIO SORA, podjetje za informiranje, d.o.o.	353.387	356.147	-1
UNIVOX Podjetje za RTV produkcijo d.o.o.	337.509	322.298	5
RADIO KRANJ, Podjetje za informiranje in ekonomsko	318.965	258.301	23

Izvor: Marketing Magazin, srpanj-kolovoz 2016.g.

Burnije događanje na radijskoj sceni pratimo od 1. srpnja 2016. kada je na snagu stupio izmijenjeni Zakon o mediji-ma koji je slušanost nekih radio stanica skoro prepolovio. Radi se o obaveznoj kvoti slovenske glazbe koju svaki radio mora uvažavati na dnevnoj razini. Radijski stručnjaci tvrde da se s tim kvotama smanjila kvaliteta programa jer Slovenija raspolaže s premalo kvalitetne glazbe. Nagli pad slušanosti bilježe javni radio Val 202 i komercijalni Radio 1 koji su nakon 1. srpnja zabilježili najnižu slušanost u posljednjih pet godina, što ne utječe samo na kvalitetu glazbe koja se nudi, nego ima i direktne financijske posljedice uslijed kojih radijski vlasnici i urednici više nisu u stanju plaćati svoje obaveze prema zaposlenima, vanjskim suradnicima i sl.

Radijske postaje po slušanosti za rujan 2016.

Radijska postaja	doseg (%)	doseg (u 000)
Radio Aktual	12,4	211
Radio 1	11,9	201
Val 202	11,3	191
RTV SLO 1 program	7,4	125
Radio Center	5	85
Radio City	3,7	62
Radio Ognjišče	3,2	54

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

Tisak

Među tiskanim medijima najviše je onih koji izlaze manje od četiri puta godišnje (655), slijede mjesečnici (264), oni koji izlaze kvartalno (105), dvomjesečnici (48), tjednici (45) i dnevnici (8), dok je najmanje dvotjednika (3).

Najčitaniji dnevni časopis su Slovenske novice s nakladom od 65.666 primjeraka. Nedjeljno izdanje izlazi pod imenom Nedeljske novice, a sastavni prilozi su Priloge Plus 50, Ona, Delo in domi i Vikend.

Drugi po nakladi i čitanosti, najveći ozbiljni slovenski časopis, je Delo s nakladom od 30.867 primjeraka. Revijalni prilozi su Sobotna priloga (opća tematika), Ona (za žensku publiku), Delo i dom, Odprta kuhinja, Plus 50, Vikend, Znanost, Na kolesih, Trip, Panorama i Kult. Nedjeljno izdanje Dela izlazi pod imenom Nedelo (naklada 32.610 primjeraka). Najnovije izdanje Dela je poslovni časopis koji izlazi na tjednoj bazi – Svet kapitala (naklada 37.900 primjeraka).

Jedini dnevni poslovni časopis u Sloveniji je Finance (naklada 8.585 primjeraka).

Treće po redu su dnevne novine Dnevnik s nakladom od 25.482 primjeraka. Najpoznatije tjedno izdanje te medijske kuće je Nedeljski dnevnik koji izlazi srijedom te je sa svojih 100.000 pretplatnika najčitaniji tjednik u Sloveniji. Ostali prilozi su Nika (izlazi svaku drugu srijedu u Dnevniku i Nedeljskem dnevniku), Moj dom, Pilot, Objektiv (svaku subotu) i 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 oko 30.000 primjeraka. Nedjeljno izdanje izlazi pod imenom Večer v nedeljo s nakladom od 26.000 primjeraka.

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

Grupacija Media24 pod svojim okriljem ima nekoliko bitnih edicija: dnevne novine Svet24 (naklada 43.700 primjeraka), sportske dnevne novine koje su objedinile slovensku Ekpa i hrvatske Sportske novosti pod nazivom Ekpa 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).

Grupacija Adriamedia 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 Dober tek s nakladom od 9.200 primjeraka, Pet zvezdic s nakladom od 5.500 primjeraka i Dolce Vita s nakladom od 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), Tekač (5.000), Sokol (2.500), Val Navtika (6.400) i Navtika plus (7.500).

Nakon dugog niza godina negativnog poslovanja tiskanih medija taj se trend konačno usporava. To pokazuju podaci o ukupnom poslovanju 25 najvećih tiskanih medija koji su 2015. zajedno realizirali 181 mil. eura prihoda, što je približno isto kao i godinu ranije. Kada govorimo o tiskanim medijima koji su 2015. zabilježili najveći napredak, moramo spomenuti tvrtku Salomon (Svet24, Ekpa, Dolenjski list, Zarja, Moj svet, Zvezde, Vklomp, Radio Aktual, Radio Veseljak, Radio Salomon) koja je lani ostvarila 36 mil. eura neto prihoda od prodaje. Trend opadanja godišnjih prihoda opažamo ponajviše u velikim dnevnim novinama. Najlošija situacija je trenutno u Delu koje je u posljednjih godinu dana izgubilo dodatnih 3 mil. eura prihoda, no sličnu situaciju primjećujemo i kod drugih tiskanih izdavača kao što su Mladinska knjiga (Cicido, Ciciban, Cicizabavnik, Moj planet, Pil, Gea, revija Reader's Digest), Dnevnik i Mladina.

S druge strane moramo istaknuti podatak da istraživanja još uvijek pokazuju kako se i dalje isplati izdavati tiskane dnevne časopise jer su unatoč nižem prometu i dalje na samom vrhu ljestvice prema ostvarenom dohotku.

Tisak – Neto prihod od prodaje u eurima, 2015.

TISAK	2015.	2014.	PROMJENA (%)
DELO PRODAJA, družba za razširjanje in prodajo časopisev d.d.	45.131.339	48.012.163	-6
SALOMON d.o.o., podjetje za zaposlovanje invalidov, proizvodnjo, posredovanje in storitve Ljubljana	36.065.183	30.035.137	20
MLADINSKA KNJIGA ZALOŽBA d.d.	24.701.829	26.542.433	-7
DNEVNI Družba medijskih vsebin d.d.	18.739.055	20.115.092	-7
VEČER časopisno založniško podjetje d.o.o.	11.553.149	11.968.625	-3
ČASNIK FINANCE, časopisno založništvo d.o.o.	7.636.353	7.799.922	-2
VIDEOTOP, družba za trgovino, storitve in založništvo, d.o.o.	5.917.322	4.968.578	19
ADRIA MEDIA LJUBLJANA, založništvo in trženje, d.o.o.	5.365.386	5.183.276	4
PRIMORSKE NOVICE, Časopisno- založniška družba, d.o.o.	4.283.343	4.465.875	-4
GORENJSKI GLAS, časopisno podjetje, d.o.o., Kranj	3.107.345	3.093.291	0
ČASOPISNO ZALOŽNIŠKA DRUŽBA KMEČKI GLAS, d.o.o.	2.702.100	2.815.927	-4
MLADINA časopisno podjetje d.d. Ljubljana	2.488.907	2.674.237	-7
OGNJIŠČE založniška dejavnost d.o.o.	2.129.050	2.167.179	-2
JAVNO PODJETJE URADNI LIST REPUBLIKE SLOVENIJE d.o.o.	2.096.516	2.123.971	-1

TISAK	2015.	2014.	PROMJENA (%)
NT&RC Podjetje za časopisno in radijsko dejavnost d.o.o. Celje	1.397.052	1.444.633	-3
PODJETJE ZA INFORMIRANJE, Murska Sobota d.d.	1.255.618	1.285.556	-2
ROSSAD d.o.o. založništvo, svetovanje, trgovina	1.153.281	1.103.834	4
DOLENJSKI LIST Novo mesto, d.o.o., časopisno založniška družba	1.100.114	1.206.193	-9

Izvor: Marketing Magazin, srpanj-kolovoz 2016.g.

Prema Average Issue Readership (AIR) broju, odnosno postotku (AIR – označava broj ili postotak ljudi iz cijelog uzorka ili ciljne skupine koji je pročitao zadnji broj izdanja), tiskani mediji dosežu 78 % ljudi (1,3 mil.) od 10 do 75 godina. Ukoliko pribrojimo još i digitalne platforme (internetske stranice i aplikacije) tada dolazimo do podatka da tiskane medije čita 81 % (1,36 mil.) ljudi. Ukoliko u obzir uzmemo rezultate čitanosti tijekom duljeg vremenskog razdoblja barem jednog broja određenog izdanja, tada dolazimo do podatka da tisak preko svih svojih platformi doseže do čak 90 % (1,5 mil.) stanovništva.

Dnevne novine dnevno dosežu 655.000 čitatelja (39 % populacije u dobi od 10 do 75 godina). Do najvećeg dijela čitatelja (500.000) dolaze putem tiskanih izdanja. Isključivo preko internetskih platformi dnevne novine čita 155.000 čitatelja. Tjednici s jednim izdanjem dosegnu 860.000 čitatelja (52 % populacije starosti između 10 i 75 godina). Mjesečnici na razini jednog izdanja dosežu 60 % čitatelja (1.000.000).

Prema revidiranim podacima nacionalne čitanosti, prodanu ili distribuiranu nakladu povećalo je 12 tiskanih medija: Dnevnik, Nedeljski dnevnik, Družina, Ciciban, Global, Grafičar, Kvadrati, Medicina in ljudje, Ona plus, Pilot, Sobotna priloga (Delo), TV Večer (Večer).

Dnevne novine ili njihove internetske stranice čita 39,2 %, odnosno četiri od deset stanovnika. Među dnevnim novinama najprodavanije su Slovenske novice s nakladom od 60.080 primjeraka. Slijedi Delo s prodanom nakladom od 30.886 primjeraka i Dnevnik čija se prodana naklada povećala s 22.575 u trećem kvartalu na 22.684 primjeraka u zadnjem kvartalu.

Pregled dosegla glavnih dnevnih novina 2015.

Dnevne novine	Broj čitatelja – doseg jednog izdanja u %	u 000
Delo	8,5	141
Dnevnik	5,9	98
Ekipa SN	3	50
Finance	3,3	55
Primorske novice	3,2	53
Slovenske novice	18,8	314
Svet24	7,1	118
Večer	5,7	95

Izvor: Nacionalno istraživanje čitanosti

Tjedne časopise ili njihove internetske stranice čita 52,4 % stanovništva, odnosno pet od deset stanovnika.

Pregled dosegla glavnih tjednih časopisa 2015.

Tjednik	Broj čitatelja – doseg jednog izdanja u %	u 000
Dolenjski list	2,3	38
Nedeljske novice	6,1	102
Nedeljski dnevnik	12,7	212
Nedelo	5,9	99
Večer v Nedeljo	2,1	35

Izvor: Nacionalno istraživanje čitanosti

Mjesečnike čita odnosno posjećuje njihove internetske stranice 59,8 % odnosno šest od osam ljudi.

Pregled dosega glavnih mjesečnih časopisa u 2015.

Mjesečnik	Broj čitatelja – doseg jednog izdanja u %	u 000
Auto Bild	7,9	32
Bodi zdrava	2	34
Cici zabavnik	0,8	14
Ciciban	4,8	80
Cicido	4,3	71
Eva	0,6	10
Fatalna	0,7	12
Gea	2,9	49
Goriška	4,8	80
History Illustrated	1,8	30

Mjesečnik	Broj čitatelja – doseg jednog izdanja u %	u 000
Istra	2,7	45
Kranjčanjka	3,3	55
Lepa in zdrava	1,8	29
Moj planet	1,4	23
Moje finance	2,6	43
Monitor	2	34
Naša žena	2,6	43
Onaplus	3,8	64
Pil	2,8	46
Pri nas doma	0,3	5

Izvor: Nacionalno istraživanje čitanosti

Pregled dosega glavnih mjesečnih časopisa u 2015.

	Internetski portal	Izdavač
1	24ur.com ¹	Pro Plus d.o.o.
2	bolha.com	Styria digital marketplaces d.o.o.
3	siol.net	TSmedia d.o.o.
4	rtvslo.si	RTV Slovenija javni zavod
5	Med.Over.Net	Overnet d.o.o.
6	najdi.si	TSmedia d.o.o.
7	slovenskenovice.si	Delo d.o.o.
8	zurnal24.si ²	Feniks media d.o.o.
9	itis.si	TSmedia d.o.o.
10	bizi.si	TSmedia d.o.o.
11	vizita.si	Pro Plus d.o.o.
12	delo.si	Delo d.o.o.
13	zadovoljna.si	Pro Plus d.o.o.
14	hudo.com ³	VSN, video spletni nasveti d.o.o.
15	okusno.je	Pro Plus d.o.o.
16	moškisvet.com	Pro Plus d.o.o.
17	svet24.si	Svet24, informativne vsebine d.o.o.
18	bibaleze.si	Pro Plus d.o.o.
19	dnevnik.si	Dnevnik d.d.
20	dominvrt.si	Pro Plus d.o.o.
21	finance.si	Časnik Finance, časopisno založništvo d.o.o.

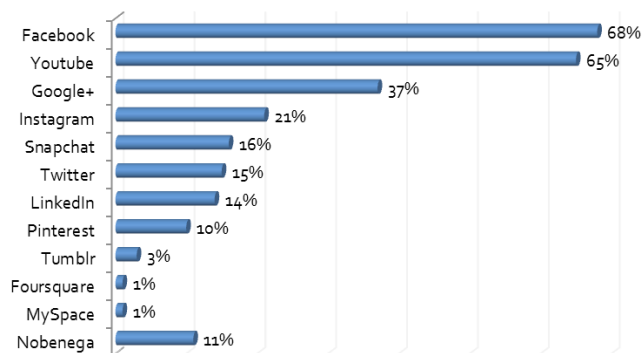
	Internetni portal	Izdavač
22	radio1.si	Infonet Media d.d.
23	vecer.com	Večer d.o.o.
24	cekin.si	Pro Plus d.o.o.
25	planet.si	Antenna TV SL d.o.o.
26	mojedelo.com	Styria digital marketplaces d.o.o.
27	ringaraja.net	Danu d.o.o.
28	primorske.si	Primorske novice ČZD d.o.o.
29	aktivni.si	Adria Media Ljubljana, založništvo in trženje d.o.o.
30	slo-zeleznice.si	SŽ-potniški promet d.o.o.
31	govori.se	Adria Media Ljubljana, založništvo in trženje d.o.o.
32	igre123.com	Popcom d.o.o.
33	cosmopolitan.si	Adria Media Ljubljana, založništvo in trženje d.o.o.
34	racunovodja.com	Carpe Diem d.o.o., Kranj
35	reporter.si	Svet24, informativne vsebine d.o.o.
36	citymagazine.si	Reformabit d.o.o.
37	dijaski.net	Eksa d.o.o.
38	voyo.si	Pro Plus d.o.o.
39	njena.si	Svet24, informativne vsebine d.o.o.
40	mladina.si	Mladina časopisno podjetje d.d., Ljubljana
41	ekipaz4.si	Svet24, informativne vsebine d.o.o.
42	deloindom.si	Delo d.o.o.
43	sensa.si	Adria Media Ljubljana, založništvo in trženje d.o.o.
44	izklop.com	Mediasplet d.o.o.
45	sobotainfo.com	Netmedia d.o.o.
46	avtomobilizem.com	D.Labs d.o.o.
47	nogomania.com	Nogomanija d.o.o.
48	micna.si	Delo d.o.o.
49	mediaspeed.net	Mediaspeed, Borut Cvetko s.p.
50	AP-Ljubljana.si	Avtobusna postaja Ljubljana d. d.
51	dolenjskilist.si	Dolenjski list Novo Mesto d.o.o.
52	avto-magazin.si	Adria Media Ljubljana, založništvo in trženje d.o.o.
53	studentski.net	Eksa d.o.o.
54	hedonizem.si	Reformabit d.o.o.
55	lisa.si	Adria Media Ljubljana, založništvo in trženje d.o.o.
56	kompas.si	Kompas d.d.

	Internetski portal	Izdavač
57	bicikel.com	Bicikel – Boštjan Svete s.p.
58	strojnistvo.com	Elektrum skupina d.o.o.
59	last-minute.si	Potovanja Pirc d.o.o.
60	elle.si	Adria Media Ljubljana, založništvo in trženje d.o.o.
61	gorenjskiglas.si	Gorenjski Glas d.o.o., Kranj
62	bringler.com	Motiviti d.o.o.
63	najstnica.si	Svet24, informativne vsebine d.o.o.
64	polet.si	Delo d.o.o.
65	pro-plus.si	Pro Plus d.o.o.

Prema podacima istraživanja Mjerenje posjećenosti internetskih stranica (MOSS) za 2015. vidljivo je da slovenske internetske stranice u prosjeku posjećuje više od 1,47 mil. korisnika, koji na internetu prosječno provode 10 sati i 44 minute mjesečno. Duže se na internetu zadržavaju muškarci, najviše korisnika staro je od 25 do 34 godine. Najposjećenija stranica i dalje ostaje 24ur.com. Najpopularnija socijalna mreža i dalje je Facebook.

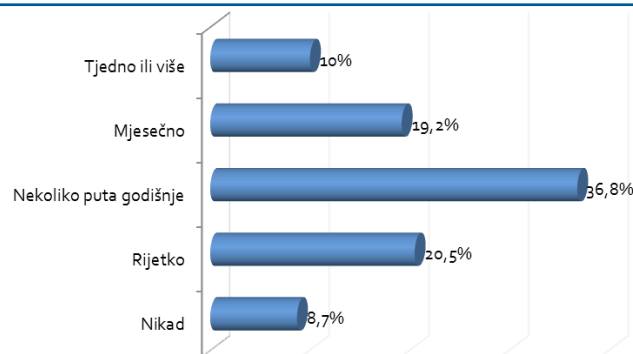
Na internetu turističke informacije o putovanjima i putničkim agencijama tjedno traži 10 % slovenskih internetskih korisnika. Mjesečno se za njih zanima petina, a nekoliko puta godišnje trećina svih korisnika.

Najpopularnije socijalne mreže, rujan 2016.



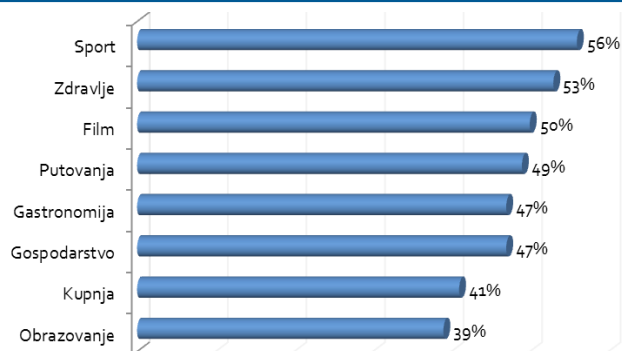
Izvor: MOSS (<http://www.moss-soz.si/si/novice/>)

Frekventnost upotrebe interneta u turističke svrhe, rujan 2016.



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

Najpopularnija područja interesa na internetu, rujan 2016.



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

Prikaz internetskih stranica po posjećenosti, rujan 2016.

Internetska stranica	Izdavatelj	Doseg	Doseg (%)
24ur.com1	Pro Plus d.o.o.	625.443	48,80
bolha.com	Styria digital marketplaces d.o.o.	514.240	40,10
siol.net	TSmedia d.o.o.	466.091	36,40
rtvslo.si	RTV Slovenija javni zavod	464.502	36,20
Med.Over.Net	Overnet d.o.o.	444.485	34,70
najdi.si	TSmedia d.o.o.	419.405	32,70
slovenskenovice.si	Delo d.o.o.	407.454	31,80
zurnal24.si2	Feniks media d.o.o.	374.622	29,20
itis.si	TSmedia d.o.o.	341.102	26,60
bizi.si	TSmedia d.o.o.	315.733	24,60
vizita.si	Pro Plus d.o.o.	291.302	22,70
delo.si	Delo d.o.o.	284.655	22,20
zadovoljna.si	Pro Plus d.o.o.	261.900	20,40
hudo.com3	VSN, video spletni nasveti d.o.o.	259.387	20,20
okusno.je	Pro Plus d.o.o.	247.585	19,30
moškisvet.com	Pro Plus d.o.o.	216.530	16,90
svet24.si	Svet24, informativne vsebine d.o.o.	215.897	16,80
bibaleze.si	Pro Plus d.o.o.	190.356	14,80
dnevnik.si	Dnevnik d.d.	168.089	13,10
dominvt.si	Pro Plus d.o.o.	154.977	12,10
finance.si	Časnik Finance, časopisno založništvo d.o.o.	154.412	12,00
radio1.si	Infonet Media d.d.	152.027	11,90
vecer.com	Večer d.o.o.	151.167	11,80
cekin.si	Pro Plus d.o.o.	138.934	10,80
planet.si	Antenna TV SL d.o.o.	137.658	10,70
mojedelo.com	Styria digital marketplaces d.o.o.	128.150	10,00
ringaraja.net	Danu d.o.o.	117.283	9,10
primorske.si	Primorske novice ČZD d.o.o.	113.884	8,90
aktivni.si	Adria Media Ljubljana, založništvo in trženje d.o.o.	110.176	8,60
slo-zeleznice.si	SŽ-potniški promet d.o.o.	100.305	7,80

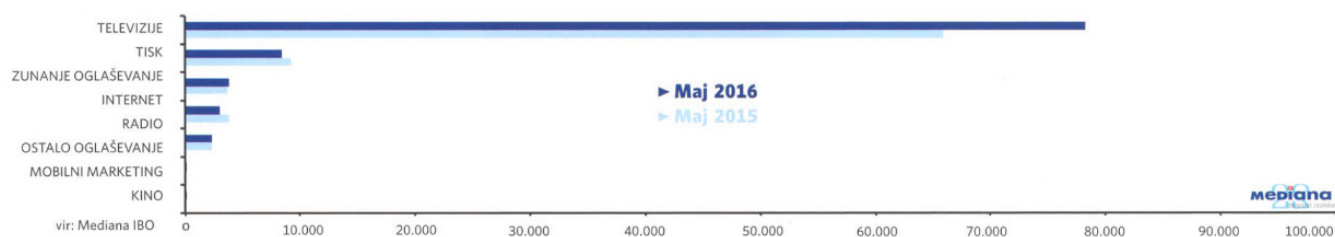
Izvor: MOSS (<http://www.moss-soz.si/si/novice/>)

Oglašavanje u medijima

Najveći dio oglašavanja otpada na televiziju koje je u

2016., u odnosu na prošlu godinu, poraslo. Slijede tisak, vanjsko oglašavanje, internet pa radio.

Bruto vrijednost oglašavanja po vrsti medija, svibanj 2015./2016.



Izvor: Marketing magazin, rujan 2016.

Tiskani mediji po segmentima

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			+	+

Izvor: Nacionalno istraživanje čitanosti

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 2015. na jedno ili više putovanja otputovalo je 2.351.000 Slovenaca, od toga je na barem jedno privatno putovanje otputovalo njih 63 %. Na barem jedno duže putovanje

(četiri i više noćenja) otputovalo je 52 % Slovenaca, dok je na barem jedno poslovno putovanje otputovalo 12 % Slovenaca.

Ukupan broj slovenskih gostiju koji su 2015. otputovali na odmor (u 000)

	2015.	Indeks 2015./2014.
Otputovali na turističko putovanja privatno i/ili poslovno	2.351	104,9
Otputovali na privatno putovanje	2.173	105,5
Otputovali na poslovno putovanje	266	107,3

Izvor: Slovenska turistička organizacija

Najviše privatnih putovanja realizirano je u trećem kvartalu (lipanj, srpanj, kolovoz).

U 2015. realizirano je oko 9.300.000 privatnih izleta, oko 1.224.000 jednodnevnih poslovnih putovanja i 3.882.000 privatnih putovanja. Većina jednodnevnih privatnih izleta (82 %) te jednodnevnih poslovnih putovanja (68 %) realizirano je u Sloveniji.

Slovenski turisti realizirali su oko 520.000 poslovnih putovanja od kojih je 84 % realizirano u inozemstvu, a 16 % u Sloveniji. Putovanje je u prosjeku trajalo 3,5 noćenja (inozemstvo 3,6, Slovenija 2,6). Prosječna dnevna potrošnja iznosila je 162 eura (172 eura inozemstvo, 88 eura Slovenija).

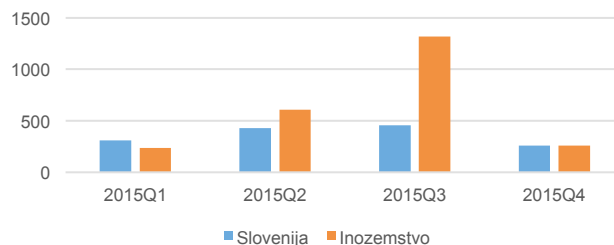
Od ukupnog broja ostvarenih privatnih putovanja, 63 % realizirano je u inozemstvu, a 37 % u Sloveniji. Putovanje je u prosjeku trajalo 4,9 noćenja (inozemstvo šest, Slovenija tri). Prosječni dnevni troškovi iznosili su oko 44 eura (inozemstvo 46 eura, Slovenija 35 eura).

Broj turističkih putovanja, 2015. (u 000)

	2015.	Indeks 2015./2014.
Slovenija	1.455	81,1
Inozemstvo	2.428	108

Izvor: Slovenska turistička organizacija

Broj turističkih putovanja, kvartalno, 2015. (u 000)



Izvor: SURS

Turistička putovanja, Slovenija 2015.

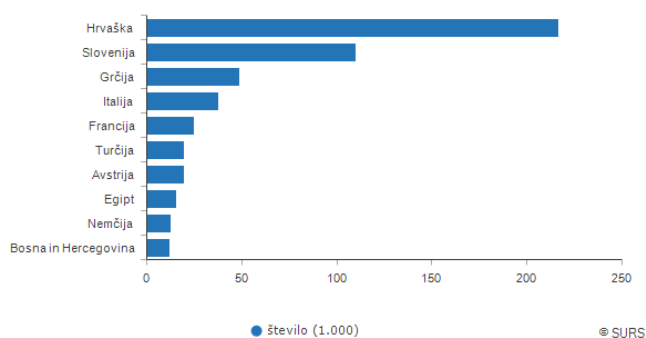


Izvor: SURS

Omiljene odmorišne destinacije

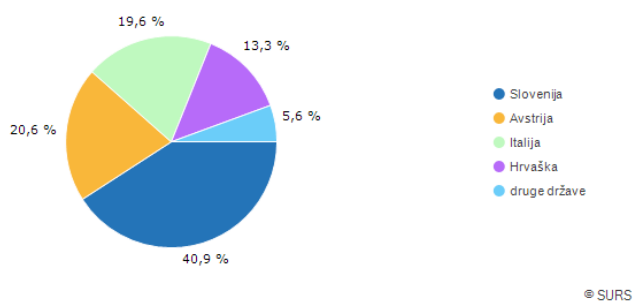
Prema podacima slovenskih putničkih agencija, najviše slovenskih turista odlučilo se za Hrvatsku, potom za Grčku, Italiju, Francusku i Tursku. Najviše izleta ostvarili su u Austriji, Italiji, Hrvatskoj i Njemačkoj.

Omiljene odmorišne destinacija, 2015.



Izvor: SURS

Redoslijed omiljenih destinacija na jednodnevnim izletima, 2015.



Izvor: SURS

Više od 80 % privatnih putovanja slovenski turisti organiziraju bez pomoći turističke agencije. U 2015. putničke agencije su organizirale privatna putovanja za oko 618.000 Slovenaca s najmanje jednim noćenjem (110.00 u

Sloveniji, 509.000 u inozemstvu) i 194.000 jednodnevnih izleta (79.000 u Sloveniji, 115.000 u inozemstvu).

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

Kada je riječ o Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji i slovenskom turistu, odnos je kompleksan. Govorimo o odnosu koji ima svoje korijene u povijesti zajedničke države, a koji je utjecao na stanovništvo obiju država. Osim povijesno-kulturne povezanosti, glavni razlog što Hrvatska kao turistička destinacija već godinama drži visoku poziciju je blizina, poznavanje jezika, tradicija, rodbinske veze te sličan način života.

Prednosti

- poznavanje jezika i kulture
- bogata gastronomija i enologija
- prirodne ljepote i razvedenost obale
- raznovrsnost ponude smještajnih kapaciteta
- koncentracija različite ponude na relativno malom prostoru
- povezanost ponude s domaćim ponuđačima proizvoda i usluga
- sigurnost

Nedostaci

- osjećaj manjeg angažmana domaćina u odnosu na ostale strane goste
- manja fleksibilnost hotelijera, akcijski popusti i bolji uvjeti
- neki hotelijeri u pojedinim dijelovima Hrvatske ne žele za prodaju u Sloveniji otvoriti svoje kapacitete
- rano stopiranje prodaje hrvatskih hotelijera

Navike putovanja

U 89 % slučajeva putovali su motornim vozilom (automobilom, auto-domom, motorom – 82,4 % te autobusom 7,3 %), dok je avion koristilo svega 10,3 % Slovenaca.

Udjel turističkih putovanja u inozemstvo 2015. po vrsti prijevoznog sredstva

	Udjel u putovanjima 2015. (%)	Indeks 2015./2014.
Osobno cestovno motorno vozilo	82,4	106,8
Autobus	7,3	114,6
Avion	10,3	118,4

Izvor: Slovenska turistična organizacija

Slovenski gosti većinom su individualni gosti. Privatna putovanja preko turističke agencije uglavnom organiziraju u obliku putničkih aranžmana ili bukiraju samo usluge smještaja. Internet koriste kao izvor informacija te prilikom organiziranja dužeg putovanja u inozemstvo. Prema MOSS-u (portal koji mjeri posjećenost internetskih stranica), turističke informacije o putovanjima i putničkim agencijama tjedno traži 10 % slovenskih internetskih korisnika, mjesečno 19,2 %, a nekoliko puta godišnje 36,8 %.

Na privatnim putovanjima oko 66 % izabralo je turističke objekte u kojima su plaćene usluge smještaja i/ili hrane (hoteli i slični objekti 25 %, kampovi 12 %, drugi objekti za najam 29 %). U 35 % slučajeva na svojim putovanjima u inozemstvo bili su smješteni kod rodbine i prijatelja te u vlastitim kućama za odmor.

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

Privatna putovanja u inozemstvo prema vrstama smještaja, 2015.

Objekti	Putovanja (u 000)	%
Hoteli i slični objekti	613	25
Kampovi	282	12
Drugi objekti za najam	691	29
Objekt u vlasništvu	455	19
Kod obitelji ili prijatelja	382	16
Ukupno	2.423	100

Izvor: Slovenska turistička organizacija

Motivi putovanja u inozemstvo, 2015. (u 000)

Privatna putovanja – ukupno	2015.
Provođenje slobodnog vremena	2.142
Posjet rodbini i prijateljima	286
Drugo	-
Kraća putovanja (1 – 3 noćenja)	
Provođenje slobodnog vremena	964
Posjet rodbini i prijateljima	136
Drugo	-
Duža putovanja (četiri ili više noćenja)	
Provođenje slobodnog vremena	1.178
Posjet rodbini i prijateljima	150
Drugo	-

Izvor: SURS

Slovenski turisti su 2015. u prosjeku na dan najviše potrošili na smještaj, a najmanje na hranu i piće u restoranima i lokalima te za aktivnosti, usluge i kupovanje. Za prijevoz su nešto manje novaca potrošili u ljetnim mjesecima (lipanj, srpanj, kolovoz), dok su ostali troškovi u tim mjesecima bili veći.

U prosjeku na dan je potrošeno manje novaca za prijevoz što možemo pripisati nižim avionskim cijenama ili je odabrana odmorišna destinacija bila bliže domu, dok se dnevni trošak za noćenje povećao za 8,6 %.

Prosječni dnevni izdaci, 2015.

Vrsta troška	2015.	Indeks 2015./2014.
Trošak za prijevoz	29,6	94,3
Trošak za smještaj	38,8	108,6
Trošak hrane i pića u restoranima i lokalima	15,7	101,9
Trošak za druge aktivnosti, usluge	16	90,6

Izvor: Slovenska turistička organizacija

Pregled organizatora putovanja

Naziv turističke agencije	Grad	Internetska stranica
A-DMC Nikaia d.o.o.	Ljubljana	www.nikaia.si
ADRIA Plus d.o.o.	Novo Mesto	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
Izletnik Celje	Celje	www.izletnik.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 Slovenija	Ljubljana	www.liberty-slovenia.com
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	Celje	www.ojla.si
Palma d.o.o.	Celje	www.palma.si
Putra d.o.o.	Murska Sobota	www.putra.si

Naziv turističke agencije	Grad	Internetska stranica
M.B .Dolinar d.o.o.	Celje	www.potepuh.si
Promet T&T travel agency	Ljubljana	www.smarteuropetravel.com
Relax turizem d.d.	Dravograd	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
Transalp	Ljubljana	www.transalp.si
Vivatreking popotniška agencija	Podlehnik	www.vivatreking.com
ABC tourism	Ljubljana	www.abc-tourism.si
Alpe-Jadran d.o.o.	Celje	www.alpe-jadran.net
AuteNtica d.o.o.	Koper	www.autentica.si
Albatros Bled	Bled	www.albatros-bled.com/
E-prvak	Ljubljana	www.e-prvak.si
Exoterra	Ljubljana	milan.arsic@exoterra.si
Cruise Ferry Center	Portorož	info@cruise-ferry-center.com
Grand Cuvée Tours	Mengeš	mojca@grandcuvetours.com
STA potovanja	Ljubljana	info@stapotovanja.com
Last minute.si	Maribor	info@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
Zum	Ljubljana	www.tazum.si
Eko potovanja	Radeče	ekopotovanja.com
SkiFun	Ljubljana	www.skifun.si
GrasTours	Ljubljana	www.grastours.net
Nata International	Ig	www.nata-int.si
Uniglobe TM Travel	Ljubljana	www.uniglobetmtravel.si
Adventours	Velenje	www.adventours.si
Quo vads		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 avature	Celje	www.adrenalincek.org
Partner	Kopar	agencija-partner.si
Airpass	Ljubljana	www.airpass.eu
Ideja turizem	Sežana	ideja-turizem.si
Alpe Jadran	Celje	www.alpe-jadran.net

Naziv turistične agencije	Grad	Internetska stranica
Astraea Tours	Lipica	www.krasnadlani.si
Top Line		www.topline.si
Destina	Bohinj	www.destina.si
Eja	Maribor	www.eja.si
Ekstra potovanja	Apače	www.ekstra-potovanja.si
Europapartner	Ptuj	www.europapartner.si
4 season travel	Zgornje Gorje	www.slovenia-transfers-tours.com
Fux	Ljubljana	fux.si
Gor Turizem	Rogašovci	www.gorturizem.si
Istra Terra	Koper	www.istraterra.com
Katja TU	Nova Gorica	www.touropoperator.si
Raca	Škofja Loka	www.raca.si
Meteor	Cerklje na Gorenškem	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	Morska 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	Morska 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
Žniders Turizem	Kranj	zniders-turizem.com
Balkanika TA	Maribor	www.balkanika.si
Koratur	Prevalje	www.koratur.si
Pojzedon Turizem	Rače	www.pozejdon-turizem.com
Klas TA	Morska Sobota	www.apms.si/go/580/Predstavitev-TA-Klas

Naziv turističke agencije	Grad	Internetska stranica
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.	Ljubljana	www.ines-tours.si
M tours d.o.o.	Bled	www.mtours.net
Roundabout Travel (TJ's d.o.o.)	Ljubljana	www.travel-slovenia.com
ETC Adriatic	Kamnik	etc-adriatic.si/turisticna-agencija/

Izvor: vlastito istraživanje predstavništva

OSVRT NA 2016.

OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Analiza emitivnog potencijala tržišta

Slovensko tržište već dugi niz godina ima uzlazni trend rasta turističkog prometa. Na tržište se ciljano ulaže kako bi se podigla svijest o mogućnostima koje Hrvatska pruža i izvan glavne ljetne sezone i kako bi se u pred i posezoni povećao turistički promet. S obzirom na broj stanovnika i postignute rezultate u 2016., svako povećanje ostvarenog prometa za slovensko tržište u domeni je fenomena.

Omiljene odmorišne destinacije

Na turistička kretanja u 2016. najviše su utjecali globalni sigurnosni čimbenici zbog brojnih terorističkih napada u svijetu. Na odabir destinacija za odmor najviše je utjecala sigurnost, a traženije su bile bliže i provjerene destinacije.

U 2016. najviše aranžmana prodano je za Hrvatsku. Osim Slovenije u kojoj je ostvareno gotovo 50 % ukupnih putovanja, najviše se putovalo u Španjolsku, Italiju, Austriju i Grčku.

Najviše jednodnevnih izleta realizirano je u Austriji, Italiji, Hrvatskoj i Njemačkoj. U odnosu na 2015. primjećuje se veliki pad broja prodanih aranžmana za područje sjeverne Afrike (Tunis, Egipat). Turska je bilježila dobru prodaju do trenutka učestalih napada kada su agencije tražile ponu-

de koje bi mogle nadomjestiti moguće otkaze putovanja. Turističke agencije koje su nudile sadržajne proizvode te srednju ili višu kategoriju smještaja bilježe blagi porast, dok one koje nude osnovni proizvod (smještaj + hrana) bilježe stagnaciju ili pad prodaje. Agencije koje su se orijentirale na nižu kategoriju ponude smještaja i niže cijene, preorijentirale su se na jeftinija tržišta (Crna Gora, Albanija, Bugarska).

Pregled organizatora putovanja

Kompas, jedna od najvećih turističkih agencija, je 2016. uveo promjenu u plasiranju izmijenjenih proizvoda u odnosu na dosadašnju praksu. Došlo je do spajanja s agencijom M Holidays iz Merkator sustava pa je 2016. zabilježen porast prodaje.

Agencija Sonček iz Maribora imala je dobru sezonu i za 2016. za Hrvatsku bilježi povećanje od 6,5 %.

Relax je agencija orijentirana na *low cost* agencijske putnike te je 2016. zabilježila stagnaciju uz zaokret u ponudi prema jeftinijim destinacijama.

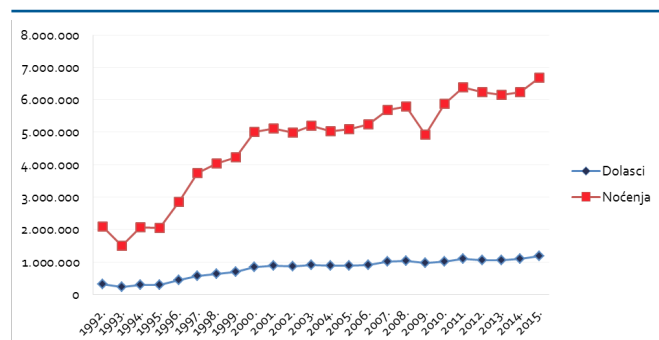
Agencija Bonus u 2016. bilježi blagi pad no ciljane skupina potrošača slična je kao i kod agencije Relax d.o.o.

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

SLOVENIJA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=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

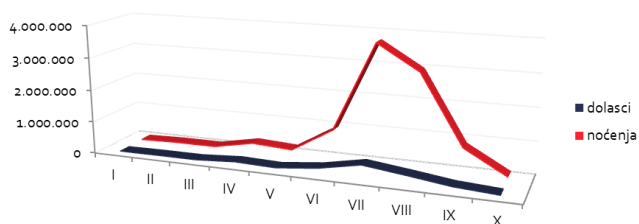
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja slovenskih turista, razdoblje 1989. - 2015.



REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – LISTOPAD 2016. PREMA SUSTAVU eVisitor

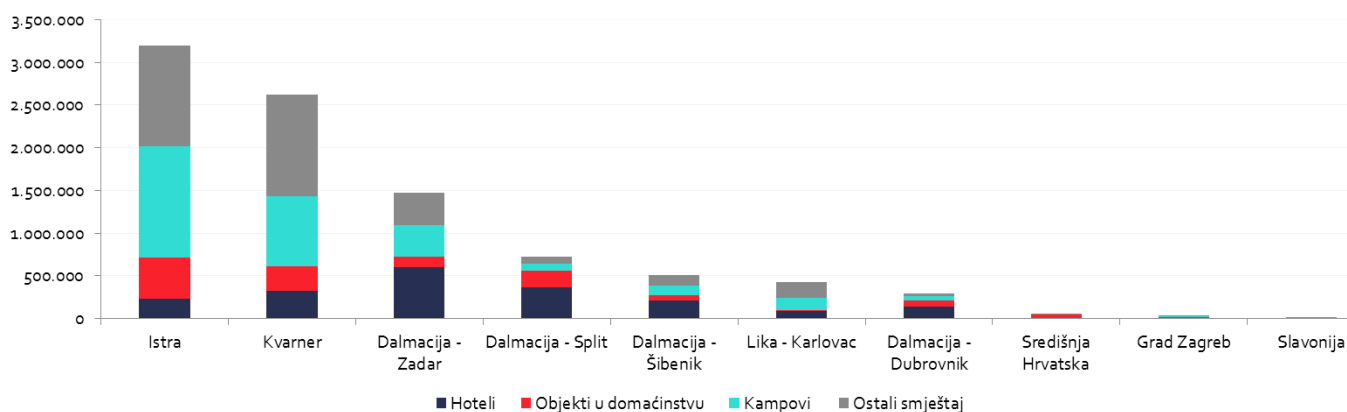
Dolasci i noćenja slovenskih turista, I. - X. 2016.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad/općina	noćenja
Umag	626.226
Mali Lošinj	580.867
Medulin	381.018
Novigrad	369.040
Dobrinj	342.028
Novalja	335.300
Vodnjan	296.398
Poreč	278.463
Funtana	274.991
Malinska-Dubašnica	236.051

Noćenja slovenskih turista prema vrstama smještaja i klasterima, I. - X. 2016.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	dolasci	noćenja
Istra	527.043	3.192.827
Kvarner	352.536	2.619.716
Dalmacija - Zadar	180.632	1.475.468
Dalmacija - Split	98.307	720.670
Dalmacija - Šibenik	66.578	509.388
Lika - Karlovac	48.897	426.015
Dalmacija - Dubrovnik	37.980	288.439
Središnja Hrvatska	23.987	60.833
Grad Zagreb	16.734	29.375
Slavonija	5.240	8.642
Ukupno	1.357.934	9.331.373

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-14 godina	11,1%	10,5%
15-24 godina	4,3%	4,7%
25-34 godina	7,1%	7,9%
35-44 godina	10,6%	10,4%
45-54 godina	8,3%	7,9%
55-64 godina	5,6%	5,4%
65-74 godina	2,6%	2,3%
75 i više godina	0,6%	0,6%

Aktualni imidž Hrvatske

Stalnim podizanjem kvalitete turističkog proizvoda i usluga, Hrvatska kao turistička destinacija kontinuirano raste. Kao najposjećenija odmorišna destinacija na slovenskom tržištu i dalje drži nedodirljivo prvo mjesto pri odabiru odredišta za odmor. Sve veći interes je prema bogatoj ponudi proizvoda koji omogućuju aktivno provođenje slobodnog vremena na svježem zraku u prirodi. Na sportskim manifestacijama koje se diljem Hrvatske održavaju u pred i posezoni, bilježi se veliki broj slovenskih natjecatelja.

Trenutačna gospodarska situacija čimbenik je kojeg ne treba podcjenjivati. Smanjenje investicija u gospodarstvo izaziva opće nezadovoljstvo, a neposredno utječe i na realno smanjenje plaća i životnog standarda koji ne utječu dobro na potrošnju. Slovenci odmor drže vrlo visoko na ljestvici životnih vrijednosti pa nije za očekivati drastičniji pad putovanja u narednom razdoblju.

Hrvatska je najbliža i najdostupnija destinacija prema kojoj slovenski gosti imaju visoki afinitet. Osim toga, pruža najbolje uvjete za brzu prilagodbu u smještajnom i cjenovnom smislu. Sve navedeno rezultirat će zasigurno rekordnom turističkom godinom.

U 2016. očekujemo bolje rezultate od odlične 2015. što znači da očekujemo oko 1,4 milijuna dolazaka i oko 9,5 milijuna noćenja te udjel u ukupnom prometu od oko 11 %.

Omjer organiziranih i individualnih dolazaka ostaje 15 : 85 u korist individualnih s trendom porasta koji u zadnjem razdoblju bilježe povećanje zbog dostupnosti informacija i olakšanim direktnim i *online* rezervacijama.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska je najzastupljenija destinacija kod svih glavnih organizatora putovanja, a izdaju se i posebni separati u vrijeme prvosvibanjskih, školskih, jesenskih školskih i drugih praznika. U 2016. nije došlo do značajnih promjena u odnosu na prethodno razdoblje.

Organizatori putovanja prognoziraju sljedeće rezultate: Kompas (28.000 putnika), Sonček (34.000), Palma (14.000) i Bonus (8.000).

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

Organizatori putovanja odustaju od avionskog prijevoza jer za njega nema dovoljno interesa zbog brze i lake dostupnosti. U planu je bila linija Maribor – Split - Maribor, no otkazana je zbog malog interesa putnika.

Autobuseri

U odnosu na 2015. stanje se nije bitnije mijenjalo. Autobuseri koji i dalje prometuju prema Hrvatskoj su Izletnik Celje, Integral Brežice, Integral Novo Mesto, J&J turizam, Nered turizam in prevozi, Koratur – avtobusni promet, Avrigo – družba za avtobusni prevoz in turizam te ostali manji autobuseri.

Individualni promet

Individualni promet ostat će i dalje na vrlo visokoj razini od oko 80 – 85 % ukupnog prometa.

PREDVIĐANJA ZA 2017.

TURISTIČKA SEZONA 2017. – OPĆI POKAZATELJI

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

Preliminarna procjena za 2017. ovisi o stanju sigurnosti u Europi (migrantska kriza) te stanju nesigurnosti u svijetu (teroristički napadi). Ograničavajući čimbenik je i broj stanovnika Slovenije. Ponavljanje rezultata iz 2016. bio bi izuzetan uspjeh, a može se očekivati i porast od 1 %.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija

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

Prognoze organizatora putovanja

- Kompas – 30.000 (povećanje od 10 % u odnosu na 2016.)
- Sonček – 36.000 (povećanje od 5 % u odnosu na 2016.)
- Palma – 14.500 (povećanje od 3 % u odnosu na 2016.)
- Bonus – 8.000 (na razini 2016.)

Oko 80 % Slovenaca u Hrvatsku dolazi u privatnom aranžmanu, što uz dodatnu mogućnost *online* prodaje stvara poteškoće organizatorima putovanja.

TURISTIČKA SEZONA 2017. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja

Procjenjujemo ponavljanje rekordnih godina na razini od 1,3 milijuna dolazaka i 9,5 milijuna noćenja.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

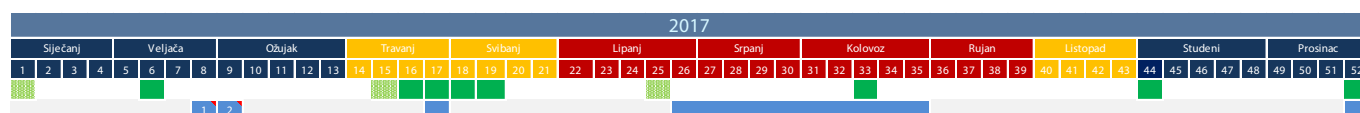
Hrvatska će i dalje ostati u vrhu interesa turističkih agencija i organizatora putovanja. U skladu s trendovima na tržištu, posebno u segmentu kampinga, neki organizatori putovanja jače se uključuju u segment *glampinga*, u vlastitim ili iznajmljenim kućicama.

Veća zastupljenost Hrvatske sigurno se očekuje u programima putovanja, naročito na području ponude aktivnog turizma kao što su biciklizam, avanturizam i sl. što predstavlja aktualni trend. U strukturi ponude povećat će se ponuda kraćih odmora te ponuda destinacija u unutrašnjosti s naglaskom na izletničke ture i upoznavanje gastronomije, enologije, ekoloških proizvoda i aktivnog odmora.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2017.

- Voditi brigu o zadovoljavanju visokih ekoloških standarda te o 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.
- Veću fleksibilnost hotelijera i spremnost na akcijske popuste te bolje uvjete.
- Apeliraju na određene hotelijere u pojedinim dijelovima Hrvatske, da se ne vrše rana stopiranja prodaje zbog drugih tržišta.

Kalendar praznika i blagdana



■ državni praznik - radni dan
 ■ državni praznik - neradni dan
 ■ školski praznik

Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2017.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	1.1.2017	Nedjelja	52(1)
Prešerenov dan (Slovenian cultural festival – Prešeren Day)	8.2.2017	Srijeda	6
Uskrs (Easter)	16.4.2017	Nedjelja	15
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	17.4.2017	Ponedjeljak	16
Dan ustanka protiv okupatora (Uprising Against the Occupation Day)	27.4.2017	Četvrtak	17
Praznik rada (Labour Day)	1.5.2017	Ponedjeljak	18
Praznik rada (Labour Day)	2.5.2017	Utorak	19
Dan državnosti (National Day)	25.6.2017	Nedjelja	25
Velika Gospa (Feast of the Assumption)	15.8.2017	Utorak	33
Dan reformacije (Reformation Day)	31.10.2017	Utorak	44
Dan Svih svetih (All Saints Day)	1.11.2017	Srijeda	44
Božić (Christmas)	25.12.2017	Ponedjeljak	52
Dan neovisnosti i ujedinjenja (Independence and Unity Day)	26.12.2017	Utorak	52

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

Školski praznici	2017.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	25.12.2016	1.1.2017	
Zimski praznici - regija zapad	27.2.2017	5.3.2017	2
Zimski praznici - regija istok	20.2.2017	26.2.2017	1
Proljetni praznici	27.4.2017	2.5.2017	
Ljetni praznici	26.6.2017	31.8.2017	
Jesenski praznici (neslužbeni podaci)	28.10.2017	3.11.2017	
Božićni praznici i Nova godina	25.1.2017	1.1.2018	

Izvor: Eurydice