

I FEEL
SLOVENIA




REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

STRATEGIJA SLOVENSKEGA TURIZMA 2022-2028

Maj 2022

I FEEL
SLOVENIA

IZHODIŠČE



Slovenski turizem
v novem strateškem obdobju
in novi normalnosti potrebuje
nadgrajeno, transformativno
vizijo, ki nas bo združila
v nujno potrebnem premiku
k bolj uravnoteženemu in
odpornemu turizmu,
z bolj izraženim karakterjem
slovenske identitete,
odločno višje dodane vrednosti in
v interesu vseh deležnikov.

V obsegu turizma želimo ustvariti nekaj več
kot v predhodnem obdobju, predvsem pa
želimo, da je to veliko bolj kakovostno
in veliko bolje. Za vse.

PROCES PRIPRAVE SST 2022–2028



I FEEL
SLOVENIA

KLJUČNI IZZIVI



1

Ponudba zaostaja
za obljubo zelene
butične Slovenije

2

**Nizka dodana
vrednost**

3

Kadri
(obseg, kompetence,
pogoji)

4

**Učinkovitost
upravljanja**
(na destinacijski in podjetniški ravni) in
**prešibko podatkovno podprto
odločanje**

5

**Odvisnost turizma od
drugih dejavnosti**
(povezovanje in sinergije znotraj
panoge in med sektorji)

6

**Porušeno ravnotežje
turizem- okolje-prebivalci**
(koncentracija, intenziteta,
nosilna zmogljivost)

7

**Visoka
sezonskost**

8

**Slovenija zelo omejeno
nagovarja zahtevnejše
segmente in
ciljno trži izven poletja**

9

**Pomanjkanje
avtentičnih (kulturnih)
elementov v turistični ponudbi
in podobi (urejenost ambienta)**

10

**Zaostajanje v
mednarodni
konkurenčnosti**

11

**Trendi
v novi normalnosti**

12

Podnebna, zdravstvena,
varstvena in druga
globalna tveganja

I FEEL
SLOVENIA

VIZIJA in
STRATEŠKI
CILJI



I FEEL
SLOVENIA

VIZIJA 2028

ZELENA BUTIČNOST.

Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

GREEN BOUTIQUENESS.
Smaller footprint. Greater value for all.

V stavku komuniciramo vizijo na naslednji način: ... vizija slovenskega turizma je „zelena butičnost, z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse“.

POSLANSTVO

Razvijamo uravnotežen zelen butični turizem višje kakovosti in z manjšim odtisom ter z bolj smelo izraženo kulturno identiteto in lokalnim karakterjem, ki je generator vrednosti, pospeševalec trajnostnega razvoja, urejenega okolja, dobrega počutja in cvetoče kulture, s pozitivnimi učinki za vse.

Smo dobri in ponosni gostitelji ter skrbni upravitelji in varuhi naše narave, kulturne identitete in skupnosti.

Za zadovoljne prebivalce, motivirane podjetnike in zaposlene ter navdušene obiskovalce.
In za naše zanamce.

I FEEL
SLOVENIA

1.
*Kakovost,
vrednost in
celoletnost
ponudbe*

2.
*Zadovoljstvo
prebivalcev,
zaposlenih in
gostov*

3.
*Pozicioniranje
turizma kot
generatorja
vrednosti in
trajnostnega
razvoja*

4.
*Razogljičenje
in
uravnoteženje
slovenskega
turizma*

5.
*Kompetentne
in učinkovite
upravljaljske
strukture*

STRATEŠKI CILJI

I FEEL
SLOVENIA

KAZALNIKI in FINANČNA SREDSTVA



I FEEL
SLOVENIA



2019

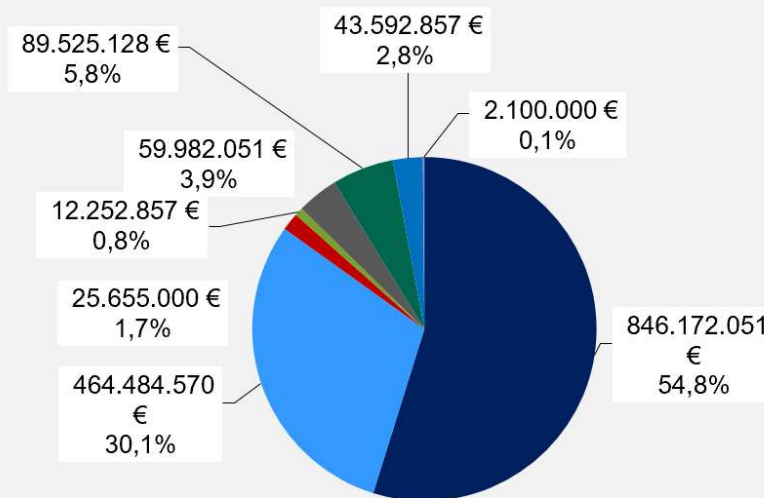
2028

- ✓ Skupna **dodana vrednost** v celotni ožji turistični dejavnosti: **1,3 milijarde letno (+43 %)**
- ✓ **Delež** turističnih in s turizmom povezanih dejavnosti v **BDP Slovenije: +1 odstotna točka**
- ✓ **Dodana vrednost na zaposlenega** v nastanitveni gostinski dejavnosti na **60.000 EUR (+ 64 %)** in v vseh **dejavnostih povezanih s turizmom** povprečno na **40.000 EUR (+ 34 %)**
- ✓ Prilivi iz naslova **izvoza turističnih potovanj: 4 milijarde EUR (+44 %)**
- ✓ Podaljšanje povprečne dobe bivanja turistov: **3 nočitve (+20 %)**
- ✓ **Število zaposlenih** v turistični dejavnosti **(+8 do 10 %)**, dvig njihovega zadovoljstva in **povprečne plače** v dejavnosti **(+ 35 %)**
- ✓ Uspešnost upravljanja na **podjetniški ravni** z zvišanjem **zasedenosti kapacitet (+ 11 %)** in povečanjem **prihodkov in dodane vrednosti** na realizirano **prenočitev (+ 64 %)**
- ✓ ...

Ocenjena višina virov razvojnega financiranja turizma, vključno s preostalimi zasebnimi naložbami (ocena celotnega naložbenega ciklusa slovenskega turizma v strateškem obdobju 2022-2028)

Vir sredstev za razvojna vlaganja	Ocenjena vrednost	Delež
Obstoječi, že predvideni in zagotovljeni javni viri na nacionalni ravni vključno z EU viri	323.743.529 €	14 %
Indikativna ocena potrebnih dodatnih javnih virov na EU in nacionalni ravni	439.325.000 €	19 %
Ocena predvidene lastne udeležbe zasebnih virov, lokalnih skupnosti, destinacij, idr.)	842.202.835 €	37 %
Ocena predvidenih razvojnih in zasebnih kreditnih virov	681.268.230 €	30 %
SKUPAJ OCENJENA VREDNOST RAZVOJNIH VLAGANJ	2.286.539.594 €	100 %

Višina in delež financiranja po posameznih ključnih politikah Strategije slovenskega turizma 2022–2028



- POLITIKA 1: NALOŽBE IN PODJETNIŠKO OKOLJE
- POLITIKA 2: JAVNA INFRASTRUKTURA IN DEDIŠČINA ZA TURISTIČNI AMBIENT SLOVENIJE
- POLITIKA 3: ČLOVEŠKI VIRI ZA TRAJNOSTNO RAST IN DVIG VREDNOSTI SLOVENSKEGA TURIZMA
- POLITIKA 4: TRAJNOST IN ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA
- POLITIKA 5: DOSTOPNOST IN MOBILNOST V SLOVENSKEM TURIZMU
- POLITIKA 6: UPRAVLJANJE DESTINACIJ IN POVEZANOST TURIZMA
- POLITIKA 7: PRODUKTI IN TRŽENJE
- POLITIKA 8: DIGITALIZACIJA IN PRETOK INFORMACIJ ZA VEČJO UČINKOVITOST

I FEEL
SLOVENIA

POLITIKE

OSNUTEK UKREPOV



KLJUČNE POLITIKE (7)

1



**NALOŽBE in
PODJETNIŠKO
OKOLJE**

2



**JAVNA
INFRASTRUKTURA
in DEDIŠČINA
ZA TURISTIČNI
AMBIENT
SLOVENIJE**

3



**ČLOVEŠKI VIRI
ZA DVIG
DODANE
VREDNOSTI**

4



**TRAJNOST in
ZELENA
SHEMA
SLOVENSKEGA
TURIZMA**

5



**DOSTOPNOST
in MOBILNOST**

6



**UPRAVLJANJE
DESTINACIJ in
POVEZANOST
TURIZMA**

7

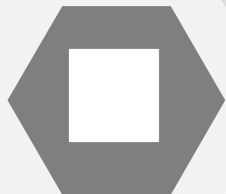


**PRODUKTI in
TRŽENJE**

HORIZONTALNE POLITIKE (3)

8

**DIGITALNA
PREOBRAZBA
SLOVENSKEGA
TURIZMA**



9

**USMERITVE
POLITIKE NA
ZAKONODAJNEM
IN FINANČNEM
PODROČJU**



10

**INSTITUCIONALNI
OKVIR in
HORIZONTALNO
MEDRESORSKO
UPRAVLJANJE/
USKLAJEVANJE
POLITIK**





Politika 1: NALOŽBE in PODJETNIŠKO OKOLJE

Podjetništvo, podjetniško
okolje in naložbe za trajnostni
dvig dodane vrednosti v
turizmu

1

PODPOLITIKA 1:

Usmerjanje in spodbujanje
zasebnih naložb
v povečanje kakovosti, trajnosti,
energetske učinkovitosti,
konkurenčnosti in dodane
vrednosti v turistični dejavnosti

2

PODPOLITIKA 2:

Pospeševanje in
usmerjanje zasebne
naložbene dejavnosti in
podjetništva
za razvoj raznolikih s
turizmom povezanih
produktov z višjo
dodano vrednostjo in
lokalno kulturno
identiteto

3

PODPOLITIKA 3:

Model
usmerjenega
dokončanja
konsolidacije,
razvoja in
privatizacije
preostalih naložb
države v
turističnem
sektorju in
nadaljnji razvoj
igralniške
dejavnosti

4

PODPOLITIKA 4:

Vzpostavljanje pogojev
konkurenčnega
poslovnega okolja z
zmanjšanjem ovir in
obremenitev za
obstoječe podjetnike in
olajšanje vstopa novim
podjetnikom na trg

5

PODPOLITIKA 5:

Spodbude za dvig
zunanje konkurenčnosti
in produktivnosti



Politika 2:
JAVNA
INFRASTRUKTURA in
DEDIŠČINA ZA
TURISTIČNI
AMBIENT
SLOVENIJE

Urejena javna infrastruktura in
ambient za konkurenčnost
slovenskega turizma

1

PODPOLITIKA 1:
Naložbe
v javno in skupno
turistično infrastrukturo

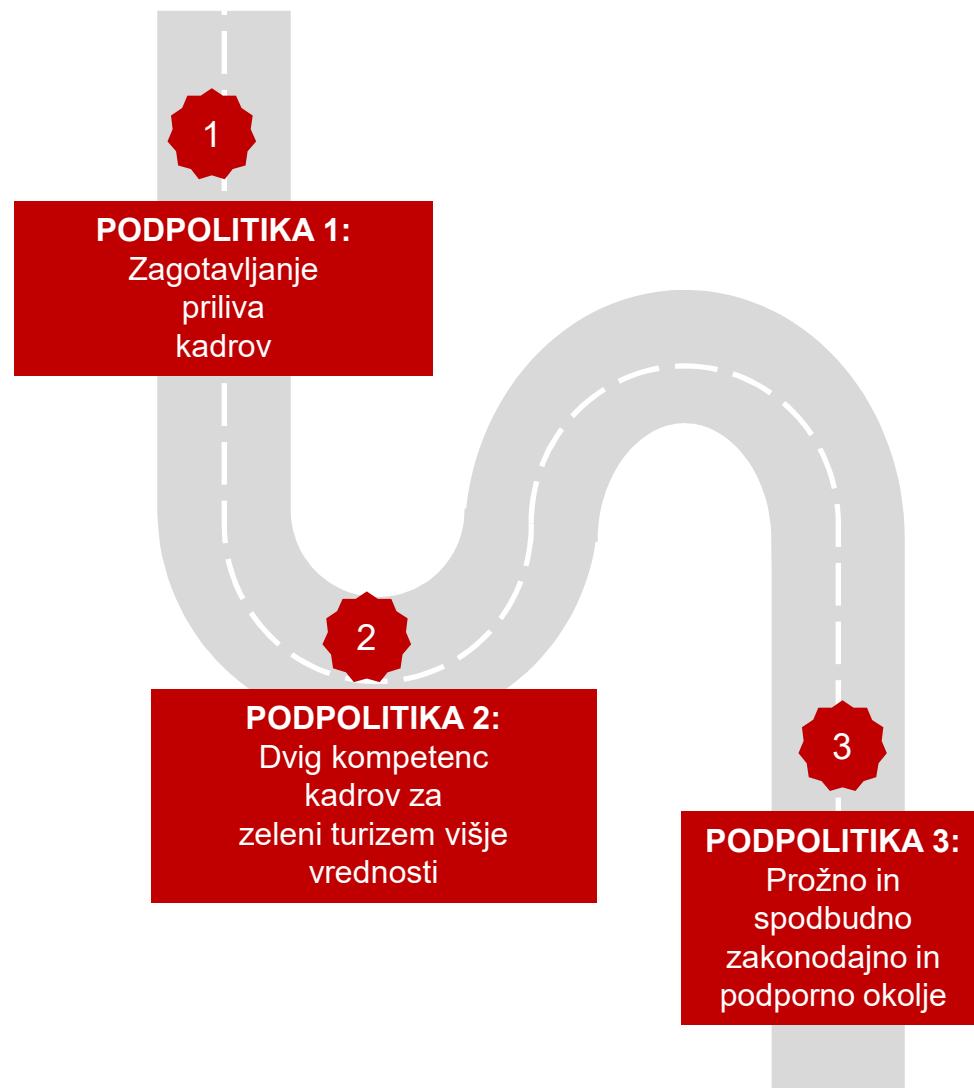
2

PODPOLITIKA 2:
Valorizacija, upravljanje in
razvoj premoženja v javni
lasti



Politika 3: ČLOVEŠKI VIRI

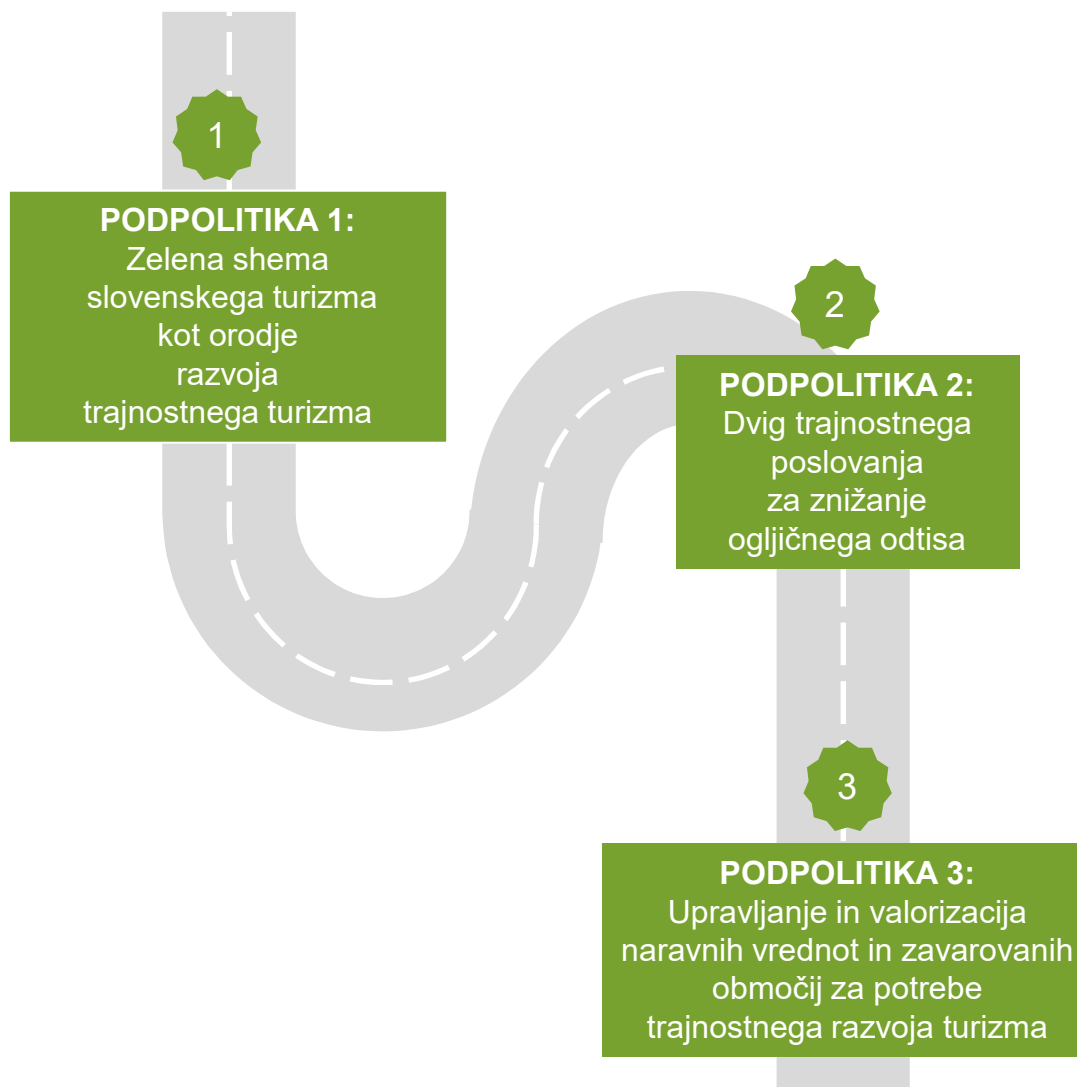
Človeški viri
za trajnostno rast in dvig
vrednosti slovenskega turizma





Politika 4: TRAJNOST in ZSST

Trajnostni razvoj, zmanjšanje
ogljčnega odtisa in ZSST kot
orodje razvoja trajnostnega
turizma





Politika 5: DOSTOPNOST in TRAJNOSTNA MOBILNOST

Okrepitev trajnostne mobilnosti in
povezljivosti v turizmu

1

PODPOLITIKA 1:

Podpora
zeleni in
nizko emisijski
dostopnosti
Slovenije

2

PODPOLITIKA 2:

Uvajanje
brezogljične mobilnosti

3

PODPOLITIKA 3:

Integrirani
javni
potniški promet

I FEEL
SLOVENIA

Politika 6: UPRAVLJANJE DESTINACIJ in POVEZANOST TURIZMA

Krepitev kompetenc DMO
za učinkovito upravljanje in
razvoj ponudbe na
destinacijski-regijski ravni

1

PODPOLITIKA 1:
Jasnejša opredelitev
vsebin dela
destinacijskih organizacij
s poudarkom na razvojnih
in upravljavskih funkcijah

2

PODPOLITIKA 2:
Vzpostavitev
organizacijske strukture
slovenskega turizma
kot podpornega okolja
za nadaljnjo rast v skladu
s prioritetami strategije

3

PODPOLITIKA 3:
Prilagoditev zakonodaje in
zagotovitev financiranja

4

PODPOLITIKA 4:
Spodbujanje razvoja turizma na
destinacijski in regionalni ravni

MODEL DESTINACIJSKEGA UPRAVLJANJA *na krovni ravni*

I FEEL

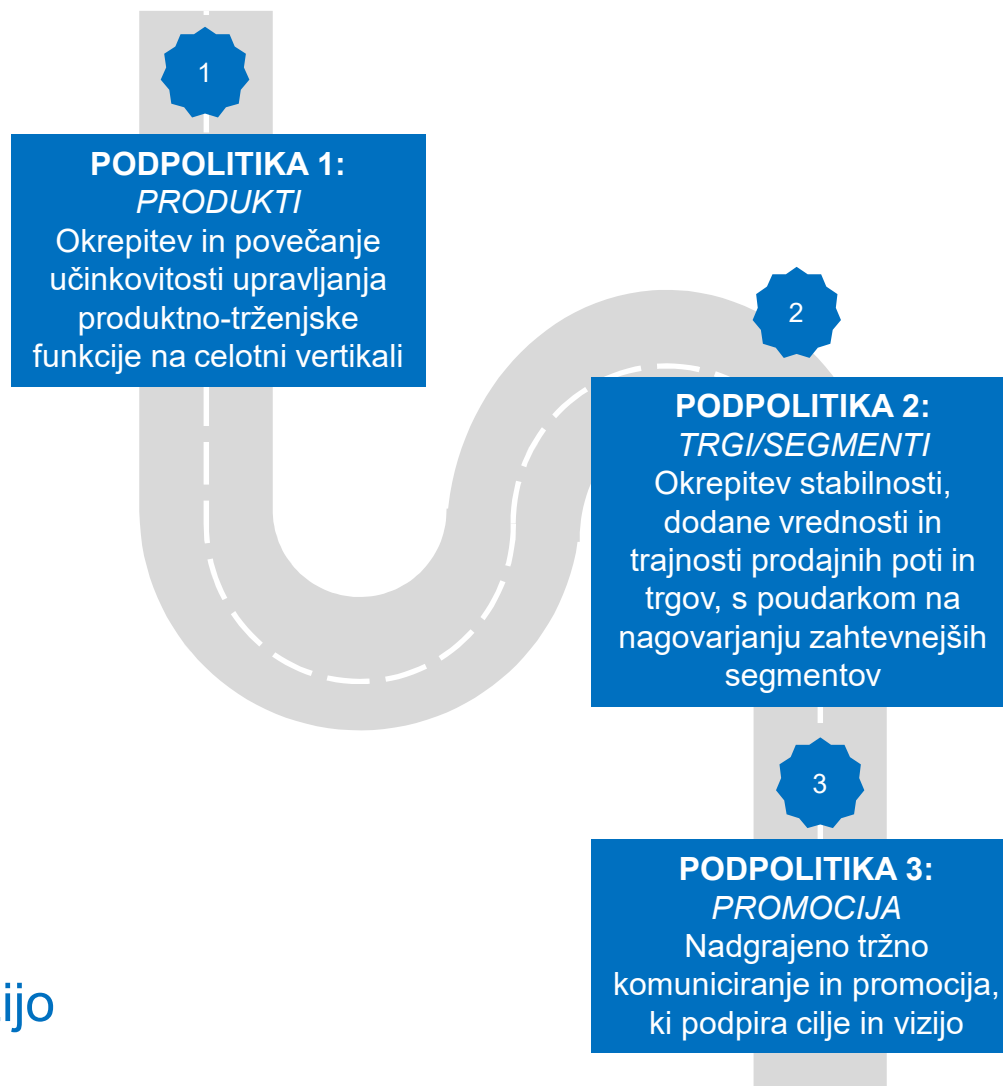
Slovenska turistična organizacija (STO)



Prehodno obdobje: formalen status vodilnih DMO do konca 2023 zamrznjen, na terenu teče prilagajanje; od 1.1. 2024 dalje uveljavitev registra DMO (STO), od 2025 naprej promocijska podpora samo za regijske DMO



Okrepljeno upravljanje produktov in nadgradnja trženja, ki podpira cilje in vizijo



MATRIKA PRODUKTOV SLOVENSKEGA TURIZMA (MPST)

MPST opredeljuje, kateri produkti (produktni sklopi) so na krovni ravni slovenskega turizma prepoznani kot ključni (razporejeni v 3 različne kategorije)

ATRAKTIVNOST TRGA

1. Velikost trga
2. Rast trga
3. Dodana vrednost in cenovna politika
4. Multiplikator
5. Oglični odtis produkta
6. Intenzivnost konkurence
7. Možnost razlikovanja
8. Stopnja tveganja industrije
9. Trendi – pripravljenost na ‚novo normalnost‘
10. Finančna občutljivost v produktnem segmentu
11. Bližina, trajnost in stabilnost trgov

KONKURENČNOST SLOVENSKEGA PRODUKTA

1. Obstoječa dodana vrednost
2. Potencial za ustvarjanje/krepitev dodane vrednosti
3. Trajnost produkta
4. Vpliv na prihodke („molzna krava“) - realizacija
5. Potreba po investicijah
6. Vpliv na imidž Slovenije
7. Pozicija Slovenije v produktnem segmentu na ciljnih trgih (merjenje preko GDK)
8. Potencial produkta za nagovarjanje zahtevnejših segmentov
9. Izstopajoče zgodbe
10. Celoletnost
11. Prispevek k vrednosti za vse deležnike
12. Organiziranost produkta

TRETJA DIMENZIJA – HORIZONTALNOST PRODUKTA

1. Stopnja integracije produkta v druge produkte – koliko produkt prispeva k razlikovalnosti in dodani vrednosti drugih produktov

Po celotni piramidi se spodbuja UVELJAVLJANJE KRITERIJEV-principov razvoja produktov:

- 5-zvezdičnih doživetij (= lokalno-avtentično-edinstveno-izkustveno-zeleno-butično-premium-dodana vrednost-desezonalizacija-dobra digitalna izkušnja)
- Kriteriji za zelene produkte



* DRUGI NIŠNI PRODUKTI/POSEBNI INTERESI: Če imajo določeno kritično maso, so organizirani in pripravljeni za trženje na tujih trgih oziroma izstopajo v vsaj 7 kriterijih.

I FEEL
SLOVENIA

TRGI SLOVENSKEGA TURIZMA

DOMAČI
trg

EVROPSKI
PRIMARNI
trgi

EVROPSKI
SEKUNDARNI
trgi

ODDALJENI
trgi

Dolgoročnejša strateška krovna prisotnost na domačem trgu,

- Nagovarjanje in navdihovanje zahtevnejših segmentov, s poudarkom na trženju izven poletnih mesecev;
- Krepitev prodaje dodatne ponudbe oziroma doživetij;
- Navdihovanje, kaj je v Sloveniji mogoče doživeti (avtentična kakovostna lokalna doživetja narave in kulture);
- Pospeševanje izvenpoletnih mesecev in preudarno usmerjanje tokov;
- »izobraževanje« domačega gosta;
- Pomembne sinergije je mogoče dosegati z navezavo na ukrep 7.3.5 (vseslovenska kampanja internega komuniciranja za bolj urejeno, gostoljubno in zeleno Slovenijo).

Krepitev bolj osredotočenega produktnega trženja do jasnih ciljnih (in zahtevnejših) segmentov.

Krepitev učinkovitih povezav in sinergij od krovne do produktne/regijske promocije.

Pri usmerjanju strategije na področju trgov (in segmentov):

- A. upoštevamo izhodiščno leto 2019,
- B. ob tem upoštevamo vplive, ki jih ima oziroma jih bo srednjeročno imela nestabilna varnostna situacija v Ukrajini, ki vpliva tudi na potovalne tokove praktično na globalni ravni.
- C. Hkrati na novo vrednotimo razmerja med trgi: prepoznavamo potenciale trgov, kjer je Slovenija že prisotna (npr. trgi višegrajske četverice) – a v manjši meri oziroma še ne v zadostni meri segmentirano, vendar pa se trgi spreminjajo oziroma razvijajo in tako predstavljajo večji potencial kot nekateri tradicionalni in v večji meri zreli trgi (t.i. DACH trgi).

Pomembni za

desezonalizacijo –

zelo ciljno usmerjene aktivnosti do jasnih ciljnih segmentov, v partnerstvu z receptivnimi agencijami.

Pristop k trgov se deli:

- A. Na postcovidno obdobje (kratkorочно do srednjeročno oziroma 2022 do 2024);
- B. Dolgoročnejše – od 2025 naprej.

EVROPSKI TRGI



= Vsaj srednjeročno osredotočanje na trge v radiusu 700 km, bolj oddaljeni evropski (avio) trgi pa so vezani na stabilne letalske povezave.

1. **Vrnitev Nemčije, Italije in Avstrije** (še vedno 3 ključnih trgov, ki so v letu 2019 ustvarili 24 % tujih nočitev) na številke iz leta 2019 in počasna trajnostna rast teh trgov, s krepitvijo zahtevnejših segmentov in boljšimi finančnimi rezultati s teh trgov; v tem paketu trgov se obravnavajo vsi DACH trgi, torej tudi Švica;
2. **Okrepitev višegrajske četverice (Madžarska, Češka, Slovaška in Poljska)**, na temeljih kakovostnih in poglobljenih načrtov za te trge in z osredotočanjem na zahtevnejše segmente;
3. **Krepitev Hrvaške in Srbije;**
4. Zelo usmerjeno delo na trgih **Beneluxa, Francije, Španije in Velike Britanije;**
5. Strateška obdelava **Skandinavije** – izključno v tesni navezavi s politiko letalskih povezav; 6.

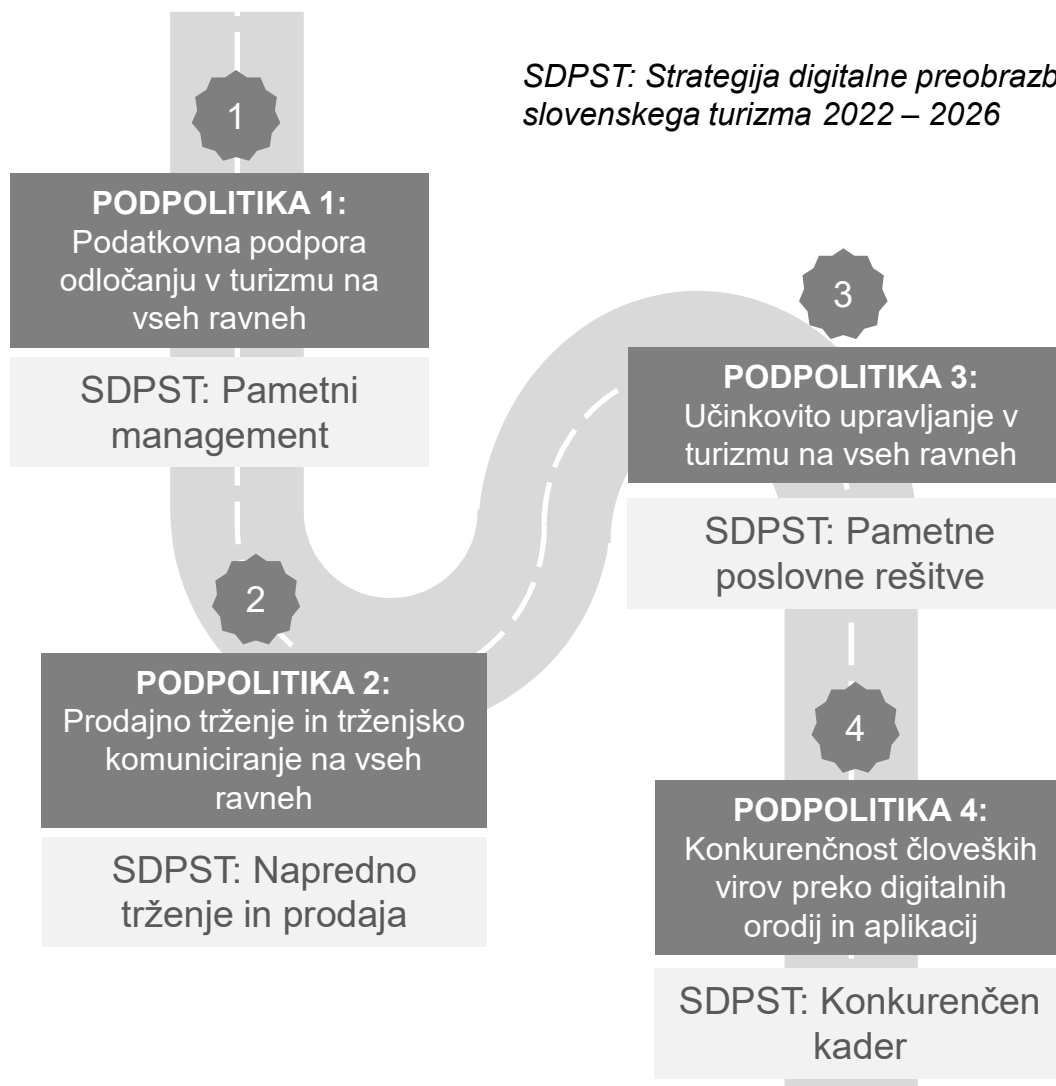
Trg Ruske federacije se obravnava med sekundarnimi evropskimi trgi (še posebej pomemben za hotelski in zdraviliški segment); evalvira in načrtuje se v odvisnosti od politično-varnostnih razmer.



Politika 8: DIGITALNA PREOBRAZBA

Doseganje dodane vrednosti
skozi proces digitalne
preobrazbe

*SDPST: Strategija digitalne preobrazbe
slovenskega turizma 2022 – 2026*





Horizontalna
politika 9:
POLITIKE NA
ZAKONODAJNEM
IN FINANČNEM
PODROČJU

Ukrepi, ki se izvajajo na tem področju, so povezani z naslednjimi aktivnostmi:

1. Širša pravna analiza zakonodajnih rešitev po posameznih področjih z vidika vsebinske uskladitve s predlaganimi spremembami in dopolnitvami v okviru posameznih ukrepov po sedmih ključnih politikah in njihova medresorska uskladitev;
2. Spremembe in dopolnitve Zakona o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT-1) v skladu z opredelitvami v Politiki 6 »Upravljanje destinacij in povezanost turizma« in Politiki 7 »Produkti in trženje«;
3. Spremembe in dopolnitve Zakona o gostinstvu (ZGOS-1) v skladu z opredelitvami v Politiki 1 »Naložbe in podjetniško okolje«;
4. Spremembe in dopolnitve Zakona o igrah na srečo (ZiS) v skladu z opredelitvami v Politiki 1 »Naložbe in podjetniško okolje«;
5. Spremembe in dopolnitve davčne, delovno pravne, sanitarno zdravstvene in tržne zakonodaje in izvedbenih aktov in obveznih navodil v tej zvezi s ciljem realizacije ustreznih in uravnoteženih davčnih olajšav, poenostavitve poslovanja in administrativnih postopkov za podjetnike in predvsem mikro in majhne podjetnike, v skladu z opredelitvami v Politiki 1 »Naložbe in podjetniško okolje«.



Horizontalna
politika 10:
**INSTITUCIONALNI
OKVIR IN
HORIZONTALNO
MEDRESORSKO
UPRAVLJANJE/
USKLAJEVANJE
POLITIK**

Ukrepi, ki se izvajajo na področju institucionalnega okvira in horizontalnega medresorskega upravljanja in usklajevanja politik, so povezani z naslednjimi aktivnostmi:

1. **Vzpostavitev »Medresorske vladne skupine za spremljanje, nadzor in usmerjanje izvajanja strategije razvoja turizma« in »Skupine za regijsko in destinacijsko spremljanje in usklajevanje strategije razvoja turizma«.**
2. **Podporo ukrepom v okviru Politike 6** „Destinacijsko upravljanje in povezanost slovenskega turizma“ in Politike 7 „Produkti in trženje“, na področju pogojev in aktivnosti za destinacijsko organiziranost in upravljanje turističnih destinacij in regij ter vlogo STO v vertikalni povezanosti slovenskega turizma;
3. **Podporo ukrepom v okviru Politike 1** „Naložbe in podjetniško okolje“ na področju spodbujanja medsektorskega povezovanja in vzpostavljanja verig vrednosti v turizmu in spodbud za projekte podjetniške dejavnosti posredno povezane s turizmom;
4. **Podporo ukrepom v okviru Politike 2.** „Javna infrastruktura in ambient“ na področju spodbujanja aktivnega upravljanja in razvoja vodilnih turističnih destinacij in spodbujanja celovitega urejanja slovenske krajine in kulturne in naravne dediščine;
5. **Medresorsko uskladitev pri načrtovanju in zagotovitvi javnih virov financiranja**, v okviru proračuna RS oziroma EU virov za realizacijo usklajenih ukrepov, ki imajo medsektorske in medresorske sinergijske učinke.

ORGANIZACIJSKI OKVIR

Usmerjanje in upravljanje izvajanja strategije, za doseganje strateških in razvojnih ciljev, temelji na vzpostavitvi medresorskega in medsektorskega sodelovanja, povečanju verig vrednosti in usklajevanja ukrepov in aktivnosti med lokalno in nacionalno ravni.

Prav tako je v akcijskem in finančnem načrtu, ki bo sledilo sprejetju strategije, predvideno **usklajevanje in združevanje ukrepov različnih ministrstev v doseganje sinergij na več področjih in sektorjih hkrati.**

Medsektorski in medresorski princip in narava turizma je temeljna značilnost in tudi usmeritev strategije razvoja za večjo vrednost turizma v obdobju do 2028.

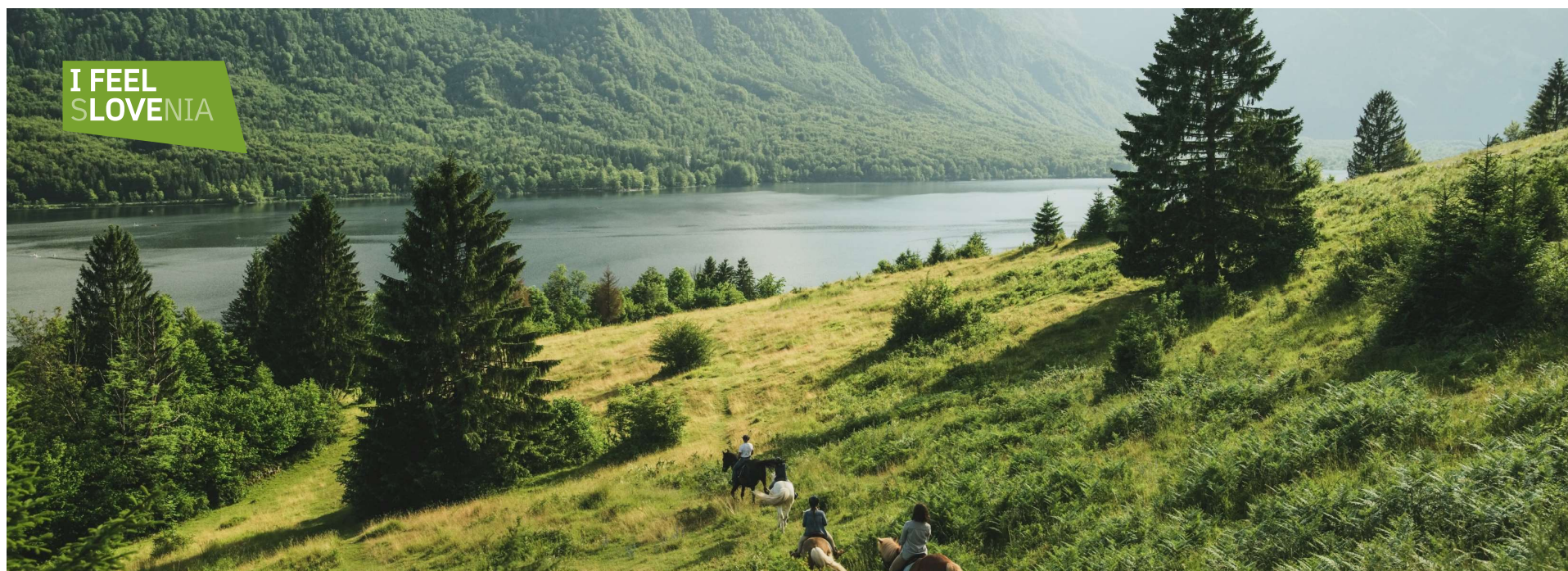
KOORDINATOR
izvajanja in
spremljanja
strategije

MEDRESORSKA
VLADNA SKUPINA
za spremljanje,
nadzor in
usmerjanje
izvajanja strategije
razvoja turizma

Druge
DELOVNE
SKUPINE

SKUPINA ZA
REGIJSKO IN
DESTINACIJSKO
spremljanje in
usklajevanje
strategije razvoja
turizma





ZELENA BUTIČNOST.

Manjši odtis. Večja vrednost za vse.