



SLOVENIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2025.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU	10
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2023. i 2024. GODINI	16
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	21
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU.....	25
REZULTATI 2024. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	26
TURISTIČKA SEZONA 2025. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE	29
TURISTIČKA SEZONA 2025. – HRVATSKA	30

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Službeni naziv

Republika Slovenija

Političko uređenje

Parlamentarna demokratska republika

Površina i najveći gradovi

20.271 km² (1. 1. 2024.)

Ljubljana – glavni grad (297.575), Maribor (113.747), Kranj (57.138), Koper (54.252), Celje (49.289), Novo Mesto (38.348), Domžale (37.821), Velenje (33.775), Nova Gorica (31.956) i Kamnik (30.020) (1. 1. 2024.)

Stanovništvo

Broj stanovnika: 2.126.324 (1.069.930 muškarci, 1.056.394 žene)

Prosječna starost: 44,2 godine

Gustoća naseljenosti 104,8 st./km²

Slovenija je 1. srpnja 2024. godine imala 2.375 stanovnika više nego pola godine ranije. U prvom polugodištu broj slovenskih državljana smanjio se za gotovo 3000, dok se broj stranaca povećao za više od 5300. 1. srpnja 2024. u Sloveniji je živjelo 1.069.930 muškaraca i 1.056.394 žena. Udio žena među državljanima Slovenije iznosio je 51,1%.

U 2023. godini u Sloveniji je rođeno 16.989 djece, najmanje dosad i 4% manje nego godinu prije. Najviše dječaka zvalo se Luka, a najviše djevojčica Ema. Prirodni prirast u Sloveniji negativan je od 2017. godine, jer od tada svake godine više stanovnika umire nego što se rađa. Na godišnjoj razini, 2023. godine iznosio je -2,1 na 1.000 stanovnika.

Prirodni prirast, Slovenija

	2022.	2023.
Novorođeni	17.627	16,989
Umrli	22.492	21.540
Prirodni prirast	-4.865	-4.551
Prirodni prirast na 1.000 stanovnika	-2,3	-2.1

Izvor: SURS

Stanovnici po skupinama i spolu, Slovenija

	1. 7. 2023.	1. 10. 2023.	1. 1. 2024.	1. 4. 2024.	1. 7. 2024.
Stanovnici ukupno	2.120.937	2.123.103	2.123.949	2.124.709	2.126.324
muški	1.066.634	1.067.939	1.068.429	1.068.998	1.069.930
žene	1.054.303	1.055.164	1.055.520	1.055.711	1.056.394
Državljeni Slovenije	1.923.879	1.923.200	1.920.676	1.918.711	1.917.702
muški	941.502	941.226	939.969	939.103	938.692
žene	982.377	981.974	980.707	979.608	979.010
Strani državljani	197.058	199.903	203.273	205.998	208.622
muški	125.132	126.713	128.460	129.895	131.238
žene	71.926	73.190	74.813	76.103	77.384

 Izvor: SURS
Opće karakteristike gospodarstva

Raspoloživi ekonomski pokazatelji za Sloveniju su na prijelazu u treće tromjesečje 2024. godine uglavnom bili međugodišnje viši, a upućuju na daljnji rast robne razmjene. Drugi su se segmenti uglavnom zadržali na razini prethodnih mjeseci, dok su robni izvoz i uvoz u kolovozu smanjeni, ali su ostali viši nego godinu prije, najviše zbog rasta razmjene vozila i farmaceutskih proizvoda.

Razmjena usluga u prvih sedam mjeseci bila je niža u usporedbi s istim razdobljem prošle godine, posebice zbog pada razmjene transportnih i ostalih poslovnih usluga. Nakon pada u prethodnih nekoliko mjeseci, obujam proizvodnje prerađivačkih djelatnosti u kolovozu je ostao sličan onom u srpnju, ali je bio veći na međugodišnjoj razini. Realni dohodak tržišnih usluga porastao je u srpnju, kao i realni dohodak djelatnosti trgovine, najviše u trgovini motornim vozilima te u trgovini hranom i neprehranbenom robom. Prema podacima o vrijednosti izvršenih građevinskih radova, građevinska aktivnost u srpnju je blago porasla, ali je ostala znatno niža nego u srpnju prošle godine. Nakon poboljšanja u kolovozu, raspoloženje u gospodarstvu lagano se pogoršalo u rujnu, ali je i dalje bolje nego prije godinu dana. Vrijednost pokazatelja povjerenja bila je niža u trgovini na malo i građevinarstvu, gdje je i najveći godišnji pad. U ostalim djelatnostima i kod potrošača vrijednost pokazatelja viša je nego godinu prije.

U srpnju je nastavljen rast broja zaposlenih, a kada se izuzmu sezonski utjecaji, u rujnu je zaustavljen pad broja registriranih nezaposlenih; međugodišnji rast plaća u srpnju bio je veći nego prethodnih mjeseci. U rujnu je nastavljeno usporavanje međugodišnjeg rasta potrošačkih cijena (0,6%). Cijene su u prosjeku ostale nepromijenjene na mjesečnoj razini, a međugodišnja inflacija smanjena je zbog više osnovice u rujnu prošle godine, što je najvećim dijelom posljedica isteka oslobađanja od polovice doprinosa za OIE i kogeneraciju.¹

¹ Izvor: Ekonomsko ogledalo, UMAR, listopad, 2024.

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

U 2023. godini, prema godišnjoj reviziji procjene, bruto domaći proizvod iznosio je 63,95 milijuna eura. U odnosu na 2022. bio je viši za 12,4% u tekućim cijenama, a realno za 2,1%. Porastu BDP-a u 2023. najviše su pridonijeli građevinarstvo (0,8 postotnih bodova), opskrba energijom (0,7 postotnih bodova), prerađivačke djelatnosti (0,3 postotna boda) te informacijske i komunikacijske djelatnosti (također 0,3 postotna boda).

Na promjenu obujma BDP-a najviše su negativno utjecale financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja (-0,1 postotni bod), rudarstvo (-0,1 postotni bod) te poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo (također -0,1 postotni bod).

Vanjska potražnja jest smanjena (-2,0 % realno), ali je još više smanjen uvoz roba i usluga (-4,5 % realno), pa je doprinos saldo vanjskotrgovinske razmjene prema rastu BDP-a bio je pozitivan i iznosio je 2,3 postotna boda. Vrijednosti izvoza i uvoza smanjene su kod robe, ali smo imali umjeren rast kod usluga. Uvjeti razmjene s inozemstvom poboljšani su nakon dvije godine pogoršanja, izvozne cijene su porasle u prosjeku za 1,6%, dok su uvozne cijene pale za 2,0%.

Rast zaliha bio je manji nego prethodne godine, promjena obujma BDP-a pridonijela je -1,5 postotnih bodova. Finalna potrošnja kućanstava realno je porasla za 0,2%, a finalna potrošnja sektora države za 2,4%. Realno su porasle i bruto investicije u dugotrajnu imovinu, i to za 3,9%.

BDP po glavi stanovnika: 30.158 eura²

Postotak nezaposlenosti u 2023., aktualno stanje u 2024. i procjena budućeg trenda

U 2. tromjesečju 2024. godine bilo je 35.000 nezaposlenih ili 1,5% manje nego u 1. tromjesečju ove godine i 5,7% manje nego u 2. tromjesečju prošle godine. Stopa nezaposlenosti je 3,4%. U odnosu na drugo tromjesečje prošle godine smanjena je za 0,2 postotna boda.

U 2. tromjesečju ove godine bilo je 998.000 zaposlenih osoba.

Među radno aktivnim stanovništvom 85% je bilo zaposleno, a 12,9% samozaposleno, dok je 2,1% pomagalo na obiteljskom gospodarstvu ili u obiteljskom poslu. U odnosu na isto razdoblje prethodne godine broj zaposlenih porastao je za 0,6%, dok je broj samozaposlenih porastao za 1,6%.

² Izvor: SURS

Stanovništvo po aktivnosti, Slovenija (u 1.000), Usporedba drugo tromjesečje 2023./2024.

	T2 2023			T2 2024		
	zajedno	muškarci	žene	zajedno	muškarci	žene
Stanovnici privatnih kućanstava - zajedno	2,068	1,045	1,023	2,075	1,048	1,027
Aktivni	1,034	561	473	1,033	563	470
nezaposleni	37	21	16	35	19	16
radno aktivni	996	540	457	998	544	454
samozaposleni	127	92	35	129	91	38
zaposleni	843	434	409	848	441	407
u radnom odnosu	812	422	391	807	422	385
rad preko student servisa	23	9 ^M	14	25	11	15
drugi oblici rada	8 ^M	4 ^M	4 ^M	15	8 ^M	7 ^M
pomaganje članovima obitelji	26	13	13	21	12	9 ^M
Neaktivni	718	322	397	731	325	406
Mlađi od 15 godina	316	163	153	311	160	151

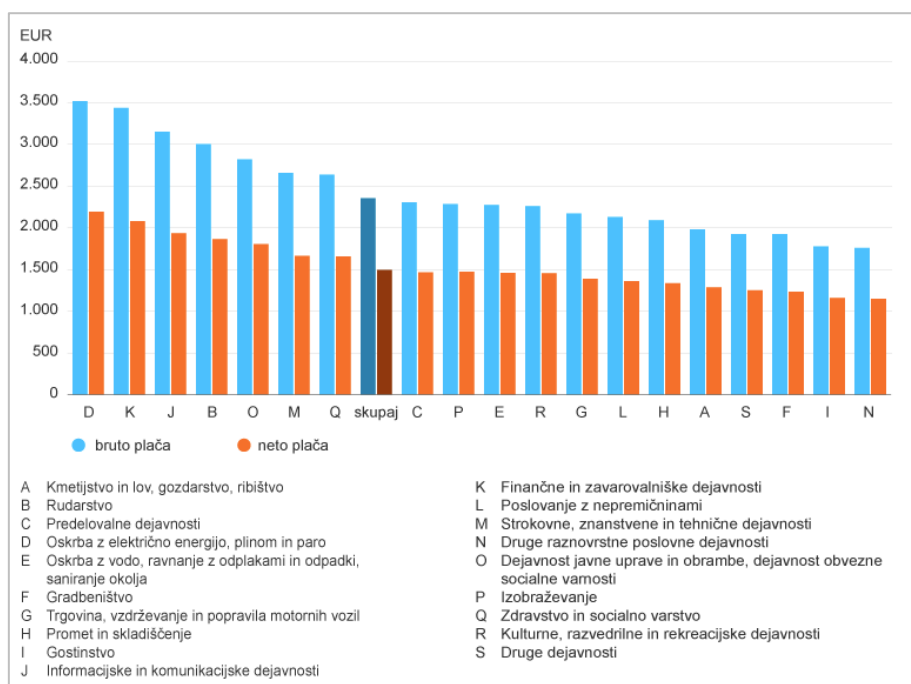
Oznake:

M - manje pouzdani podaci

 Izvor: SURS
Prosječna plaća

Prosječna bruto mjesečna plaća za kolovoz 2024. godine iznosila je 2.353,76 EUR odnosno 1.495,23 EUR neto. U usporedbi s plaćom za srpanj 2024., prosječna bruto plaća za kolovoz 2024. bila je nešto manja – nominalno za 1,1%, a realno za 0,9%, a neto plaća nominalno je manja za 0,9%, a realno za 0,7% od plaće za srpanj.

Prosječna plaća po djelatnostima (SKD Slovenija 2008.), Slovenija, kolovoz 2024.


 Izvor: SURS

Prosječna mjesečna plaća za zaposlene, Slovenija

	kol 2024.	Ø sij -kol 2024.	Ø lip-kol 2024.	kol 2024. srp 2024.	kol 2024. kol 2023.	Ø sij-kol 2024. Ø sij-kol 2023.
	EUR			Nominalna stopa rasti (%)		
Bruto	2.353,76	2.335,65	2.366,75	-1,1	5,8	6,5
Javni sektor	2.633,81	2.598,24	2.672,43	-1,8	3,6	4,3
od toga sektor država	2.632,79	2.604,06	2.684,15	-2,3	3,8	3,8
Privatni sektor	2.226,29	2.216,50	2.227,79	-0,7	6,9	7,7
Neto	1.495,23	1.484,25	1.502,02	-0,9	3,4	4,0
Javni sektor	1.672,49	1.648,83	1.691,90	-1,4	1,9	2,3
od toga sektor država	1.674,04	1.653,36	1.700,78	-1,8	2,2	1,8
Privatni sektor	1.414,54	1.409,58	1.415,70	-0,7	4,2	4,9

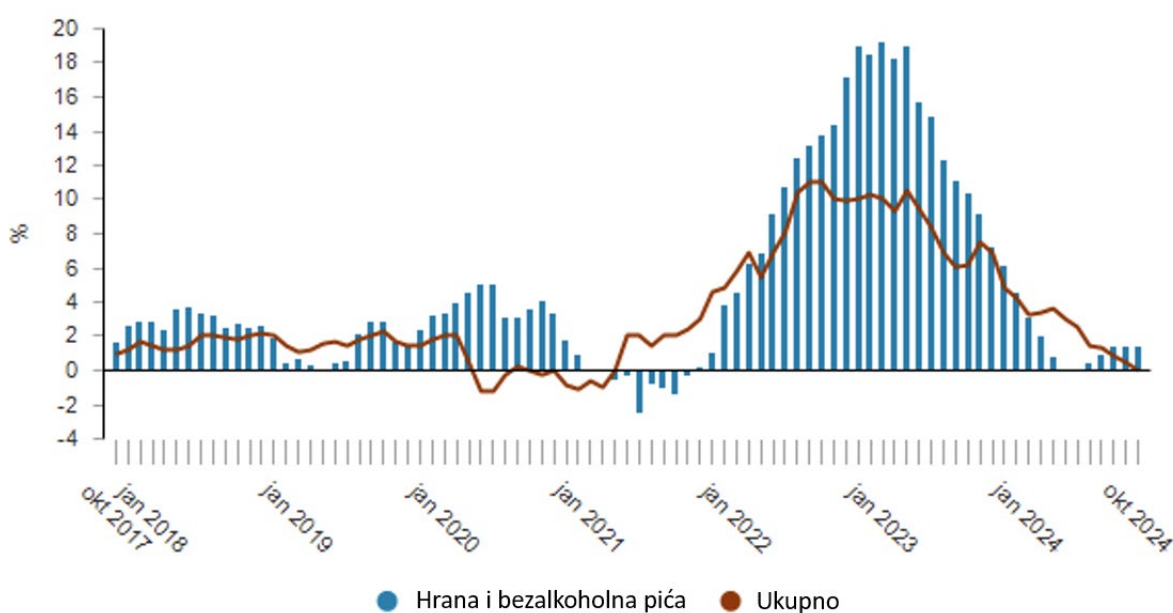
Izvor: SURS

Stopa inflacije

U listopadu 2024. zabilježena je nulta godišnja stopa inflacije (u istom mjesecu prošle godine iznosila je 6,9%).

Usluge su u prosjeku poskupjele za 3,2%, dok su cijene robe pale za 1,6%. Proizvodi dnevne potrošnje pojeftinili su za 2,6%, trajni proizvodi za 1,2%, dok su polutrajni proizvodi poskupjeli za 2,1%.

Godišnja stopa rasta cijena životnih potrepština, Slovenija



Izvor: SURS

Deflacijski su djelovale niže cijene u skupini stanovanje, voda, električna energija, plin i ostala goriva (za 8,6%) (1,3 postotna boda); najviše električna energija, koja je pojeftinila 22,7%. Uslijedio je pad cijena proizvoda i usluga iz skupine prijevoz (za 3,1%) - inflacija je smanjena za 0,5 postotnih bodova.

S druge strane, tijekom godine porasle su cijene alkoholnih pića i duhana (za 5,0%), rekreacije i kulture (za 3,3%) te hrane i bezalkoholnih pića (za 1,4%)³.

Vanjskotrgovinska bilanca

Izvoz u rujnu 2024. godine je iznosio 5,3 milijarde EUR, a uvoz 5,7 milijardi EUR.

Izvoz i uvoz robe, Slovenija

	rujan 2024.	Od siječnja do rujna 2024.	rujan 2024. rujan 2023.	siječanj-rujan 2024. siječanj-rujan 2023.
	1.000 EUR		promjena u %	
Izvoz	5.339.285	45.516.357	12.8	11.0
EU-27	2.608.773	23.330.882	2.3	1.2
Zemlje koje nisu članice EU	2.730.512	22.185.476	24.9	23.5
Uvoz	5.676.3898	48.640.545	3.9	13.5
EU-27	2.638.103	23.951.432	-1.0	0.4
Zemlje koje nisu članice EU	3.038.286	24.689.113	8.5	30.1
Trgovinska bilanca	-337.103	-3.124.188	-	-
Pokrivenost uvoza izvozom u %	94.1	93.6	-	-

- nema pojave ili izračun nema smisla

Izvor: SURS

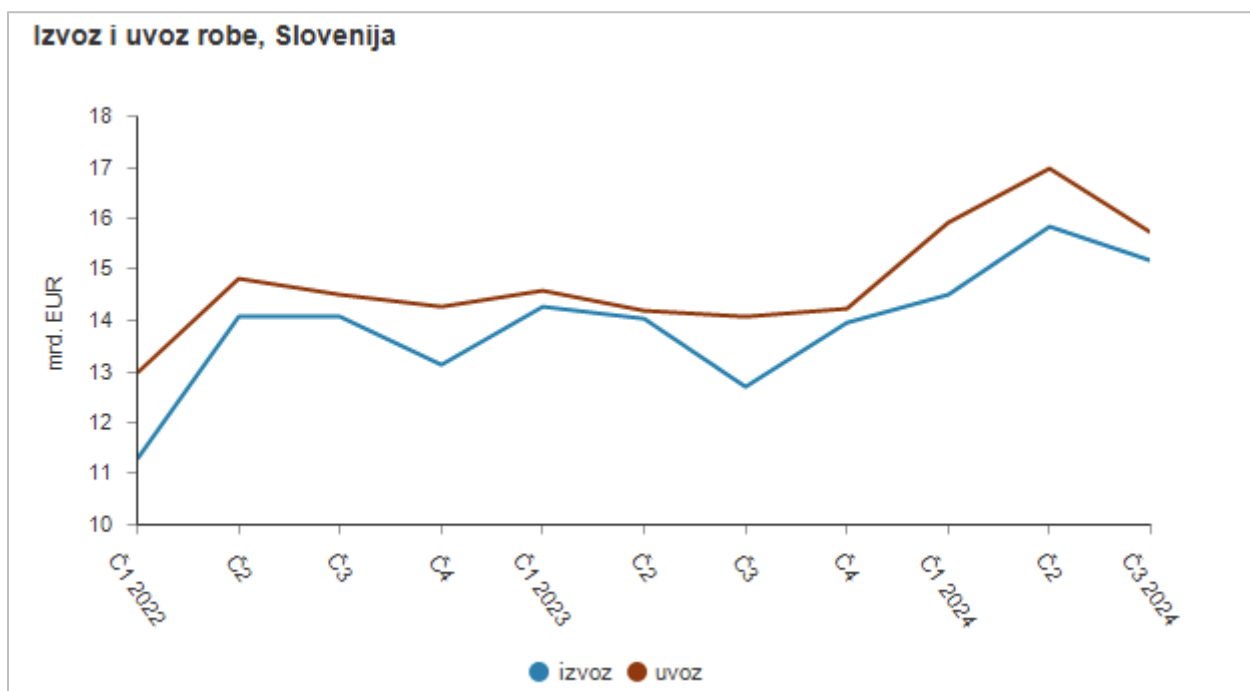
Vrijednost robne razmjene u rujnu, kao i na razini prvih devet mjeseci, veća je nego godinu prije. Najvažniji trgovinski partner bila je Švicarska. U ukupnoj vrijednosti izvoza i uvoza najviše su pridonijeli kemijski proizvodi.

Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 94,1%. Manjak u robnoj razmjeni s inozemstvom iznosio je 0,3 milijarde eura.

Nakon što je vrijednost vanjskotrgovinske razmjene porasla u 1. i 2. tromjesečju, u 3. tromjesečju je pala. Unatoč tom smanjenju, i dalje je zabilježen rast izvoza i uvoza na razini prvih devet mjeseci.

³ Izvor: SURS

Vanjskotrgovinski deficit u tom je razdoblju iznosio 3,1 milijardu eura, a pokrivenost uvoza izvozom 93,6%.



Izvor: SURS

Procjena daljnjeg gospodarskog stanja u ostatku 2024. te u 2025. godini

Prema procjenama Ureda za makroekonomske analize i razvoj Republike Slovenije, gospodarski rast će ove godine biti umjeren (1,5%) i bit će manji od proljetnih očekivanja (2,4%). Očekuje se da će ukupni rast izvoza biti niži u odnosu na proljetnu prognozu zbog nižeg rasta inozemne potražnje i pada izvoza usluga. Istodobno će pod pritiskom rasta cijene rada po jedinici proizvoda i ove godine biti manji od rasta inozemne potražnje. Suprotno proljetnim očekivanjima, ove godine predviđa se stagnacija, a ne rast investicija. Državna ulaganja, koja su među najvećima u EU-u udjelom u BDP-u, ove će godine biti nešto veća nego lani te će ojačati u drugoj polovici godine, dok se očekuje stagnacija privatnih ulaganja u zgrade i objekte.

Uz očekivano povećanje aktivnosti u izvoznom sektoru, ove godine očekuje se umjeren porast ulaganja u opremu i strojeve. Nakon prošlogodišnje stagnacije, ove će godine ojačati osobna potrošnja, potaknuta visokom zaposlenošću, daljnjim realnim rastom plaća ili realnog raspoloživog dohotka, nižom inflacijom i većim optimizmom potrošača. Ove godine na rast osobne i državne potrošnje metodološki utječe ukidanje dopunskog zdravstvenog osiguranja i uvođenje obveznog zdravstvenog doprinosa. Ova promjena utječe na relativno manji rast osobne i veći rast državne potrošnje, a na razini BDP-a učinak je neutralan.

Ove će godine rast državne potrošnje biti nešto veći od proljetnih očekivanja, na što će utjecati i poslijepoplavna obnova koja je u prvom polugodištu razmjerno više ojačala državnu

potrošnju za robe i usluge od investicijske potrošnje. Rast uvoza znatno će premašiti rast izvoza, s obzirom na visok rast domaće potrošnje, uključujući i zalihe. U 2025. ponovno se očekuje veći rast BDP-a, 2,4%. Uz nešto veći rast inozemne potražnje, povećat će se rast izvoza i dodane vrijednosti u prerađivačkim djelatnostima, a također će rasti i razmjena usluga. Jačat će se investicije u prerađivačkoj industriji i graditeljstvu, na jačanje građevinske djelatnosti, između ostalog, utjecat će i visoka investicijska aktivnost države, uključujući regulaciju zaštite od poplava i obnovu, kao i investicije u okviru korištenja sredstava iz Plana oporavka i otpornosti.

S većim rastom realnog dohotka jačat će i rast osobne potrošnje. Zaposlenost je rekordno visoka, a nezaposlenost najniža u povijesti. Na tržištu rada veliki manjak radne snage u iduće dvije godine neće omogućiti vidljiviji rast zaposlenosti, a nominalni rast ukupne prosječne bruto plaće u idućoj će se godini blago povećati zbog planirane provedbe reforme sustav plaća u javnom sektoru. Inflacija je ove godine značajno smanjena i bit će u prosjeku godine (2,1%) znatno niža od proljetnih očekivanja (2,7%). Očekuje se da će inflacija ostati na niskoj razini do studenoga ove godine, ali će ponovno porasti krajem godine, a vjerojatno i početkom iduće godine (zbog učinka niske baze i isteka prošlih mjera za suzbijanje visoke cijene energije) i ponovno će se u 2026. približiti 2%. Provedba Jesenske prognoze gospodarskih kretanja 2024. povezana je s određenim neizvjesnostima koje proizlaze iz geopolitičkih i gospodarskih prilika u međunarodnom okruženju. U domaćem okruženju, pak, rizici su povezani s učincima pogoršane konkurentnosti na izvozni sektor gospodarstva, a posebice s kapacitetima visoke investicijske aktivnosti zemlje u narednim godinama te nedorečenosti nekih reformskih mjera.⁴

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Aktualni prikaz glavnih medija

Mediji su se posljednjih godina suočili s krizom izazvanom brzim razvojem digitalne tehnologije i promjenama u navikama publike, što je donijelo značajne strukturne promjene, različite prilagodbe i pojavu novih poslovnih modela. Ovi faktori doveli su do dugotrajnog pada naklada, osobito tiskanih medija, koji su, uz radio i televiziju, i dalje glavni izvor kvalitetnih i vjerodostojnih informacija. U registar medija trenutno je upisanih 2.162 medija, među njima je najviše tiskanih (1260), slijede elektronski (789), televizijski (155), te radijski mediji (198).⁵

Televizija

Usprkos sve većem korištenju interneta i sve češćem praćenju video sadržaja putem online platformi, televizija zadržava važnu ulogu u praćenju medijskog sadržaja. Danas je ona najčešće dio paketne ponude telekomunikacijskih operatera, koji svojim korisnicima

⁴ Izvor: Jesenska prognoza, UMAR

⁵ Izvor: REMK

omogućuju pakete s fiksnim izborom televizijskih kanala preko digitalnih prijamnika i napredne funkcije poput gledanja programa s vremenskim odmakom.

Stoga, pojam suvremene televizije obuhvaća klasičnu, linearnu televiziju, nelinearnu televiziju (video na zahtjev) te internetski sadržaj — sve dostupno na istoj platformi, gdje je gledatelj donedavno 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 češke 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
- Astra

Društvo Planet TV d.o.o. koje je primarno bilo u vlasništvu slovenskog Telekoma, 2020. godine došlo je u mađarske ruke, točnije društva TV2 Media Csoport Zrt - najvećeg mađarskog distributera televizijskih programa.

Planet TV emitira sljedeće programe:

- Planet
- Planet 2
- Planet Eva

Radio

U Sloveniji je prema podacima Evidencije medija (Razvida medija) Ministarstva za kulturu registrirano 198 radijskih programa. 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.

Početak prošle godine u radio mreži Infonet prestao je emitirati Radio 2, a zamijenio ga je Radio 1 80a. Ali to nije jedina novost na radijskom tržištu. U Mariboru je počela s radom nova radio postaja Toti radio.

Tisak

Slovenija ima četiri glavne informativno-dnevne novine – Delo (čitava Slovenija), Dnevnik (središnja Slovenija), Večer (Štajerska regija), te Primorske novice (Primorska regija).

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

Dnevnik je drugi najveći dnevni časopis u Sloveniji koji je orijentiran ponajviše na Ljubljano i središnju Sloveniju. Publikacija je organizacijski i sadržajno odvojena od tjednika Nedeljski dnevnik s redovitim prilozima Moj Dom, Nika i Zdrava Nika.

Večer su dnevne novine koje su najčitanije na području Maribora i okolice, odnosno Štajerske regije, a imaju subotnje izdanje Večer v soboto i nedjeljno izdanje koje 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. Svakog petka u prilogu 7. vala možete pronaći veliki intervju, kolumne i opsežne priloge iz svih područja života. Subotnji prilog donosi sadržajni set obogaćen pričama o ljudima, reportažama, astrologijom, zabavom i drugim zanimljivim sadržajima.

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, sportske dnevne novine koje su objedinile slovensku Ekpa i hrvatske Sportske novosti pod nazivom Ekpa SN – sportski dnevnik, mjesečnik mali oglasnik Salomonov oglasnik. Najbitnije zabavne i lifestyle novine su: Obrazi, Lady, Nova, Jana, Liza Maja, Stop, Bodi zdrava, Naša žena, Reporter,...i sl.

Također u njihovom je vlasništvu i radio Aktual – po slušanosti na samom vrhu u Sloveniji.

Sljedeća velika grupacija različitih medija je Adriamedia koja obuhvaća edicije: Elle, Cosmopolitan, Sensa i Metropolitan. Časopisi koji se bave gastro i eno tematikom su: Dober tek, Pet zvezdic i Dolce Vita. Časopisi koji se bave tematikom putovanja i aktivnog odmora su: Fokusplus, Bicikel, Tekač, Sokol i Val Navtika.

Internet portali

24ur.com je vodeći web portal u Sloveniji koja nudi širok i transparentan izbor aktualnih, aktualnih i ekskluzivnih vijesti. Siol.net je drugi po posjećenosti digitalni medij koji čitateljima nudi najsvježije i aktualne vijesti iz Slovenije i svijeta, intervju, kolumne, priče iz svijeta sporta,

automobila i trendova. Portal Siol.net raspolaže s velikim brojem digitalnih DOOH ekrana po čitavoj Sloveniji. Na trećem mjestu je Zurnal24.si informativno-zabavni multimedijски portal koji nudi aktualne i ekskluzivne domaće i strane vijesti iz svijeta gospodarstva i politike, biznisa, sporta, lifestylea, časopisa, scene i svijet automobila.

Podaci o posjetima internetskim portalima, listopad 2024.

#	Bilješka	Web stranica	Izdavatelj	Doseg (SI)	Doseg % (SI)	Predstave (Slovenija)	Prosječni dnevni raspon	Prosječno vrijeme posjetitelja [mm:ss]	Trend
1		24ur.com	PRO PLUS, doo	938.372	62,6%	116.613.735	419.855	07:20 sati	0%
2		siol.net	TSmedia doo	828.452	55,3%	53.536.983	301.372	04:02	1,4%
3		zurnal24.si	Styria Media si, doo	714.304	47,7%	24.665.261	269.834	03:03	-0,2%
4		metropolitan.si	Adria Media Ljubljana, izdavaštvo i marketing, doo	686.359	45,8%	21.207.725	248.177	02:10	-1,5%
5		svet24.si	Svet24, informativni sadržaj doo	671.237	44,8%	24.596.970	260.250	03:11	-0,3%
6		rtvslo.si	RTV Slovenije, javna ustanova	659.354	44%	62.576.895	237.086	08:15 sati	-1,1%
7		n1info.si	ADRIA NEWS PRODUKCIJA, DOO	650.109	43,4%	18.888.500	229.663	03:17	-0,4%
8		slovenskenovice.si	Delo doo	616.183	41,1%	27.794.688	238.366	03:12	-1,9%
9		djelo.si	Delo doo	555.057	37%	12.720.200	120.266	02:40 sati	-1,3%
10		okusno.je	PRO PLUS, doo	452.966	30,2%	5.563.963	73.504	03:20	8,7%

Izvor: MOSS

Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

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 pokazuju da su od ozbiljnih medija najčitaniji Delo, Dnevnik i Večer, dok na području dnevnih novina prednjače Slovenske novice. U zadnjih nekoliko godina na značenju dobiva i Svet24. Među čitanijima je i Nedeljski Dnevnik kojeg izdaje medijska kuća Dnevnik.

Slovenske novice imaju najveću prodanu nakladu u prosijeku 55.000 primjeraka, Delo s prosjekom od oko 20.000 primjeraka, te Dnevnik i Večer također s prosjekom od 20.000 primjeraka.

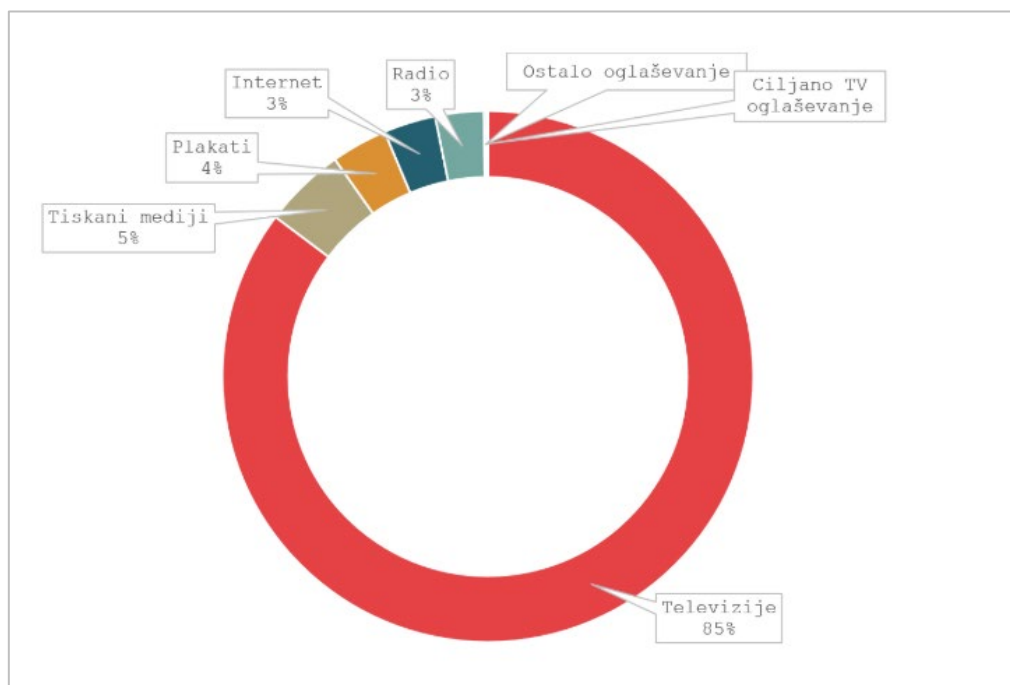
Među tjednicima prednjači Nedeljski dnevnik s približno 80.000 primjeraka, slijedi Nedelo s približnom nakladom od 16.500 primjeraka.

Dnevne Novice Svet24 (naklada 48.000), Ekipa SN – sportski dnevnik (22.000), mjesečnik mali oglasnik Salomonov oglasnik (10.000). Najbitnije zabavne novine kao dvotjednici ili mjesečnici su: Obrazi (29.600), Lady (54.500), Jana (41.000), Maja (25.000), Science Illustrated (6.500) i Naša ženska (12.000).

Adriamedia obuhvaća: Elle (6.000), Cosmopolitan (13.000), Sensa (9.000) i Metropolitan (4.000). Časopisi koji se bave gastro i eno tematikom su: Dober tek sa nakladom od 8.000, Pet zvezdic s nakladom od 4.000, Dolce Vita s 3.000 primjeraka. Časopisi koji se bave turističkom te tematikom aktivnog načina provođenja slobodnog vremena: Avto-dom (5000), NaProstem (5000), Bicikel (4.000), Fokusplus (26.000), Tekáč (4.000) i Val Nautika (10.400).

Oglašavanje u medijima u 2023. godini

Podaci Mediana IBO pokazuju koliko Slovence veseli čitanje reklama. Istraživanjem se mjeri bruto vrijednost oglašavanja koja se temelji na svim registriranim oglasima i cijenama iz službenih cjenika, isključujući popuste, posebne uvjete kupnje na temelju dosegnute publike ili besplatno oglašavanje. U 2023. godini je bruto obujam reklamnog kolača iznosio 1,3 milijarde eura. U odnosu na 2022. godinu, riječ je o povećanju bruto vrijednosti oglašavanja u Sloveniji za 4%. To je ujedno i brojka koju je sredinom 2023. godine objavio WARC jer su prikupljanjem podataka po svijetu predvidjeli da će ulaganja u oglašavanje diljem svijeta porasti za 4,4% u 2024. godini.



Izvor: Mediana

Oglašivačkim kolačem i dalje snažno dominira televizija s udjelom od 85%, tisak predstavlja 5%, vanjsko oglašavanje 4%, slovenski digitalni mediji i radio po 3%, a treba naglasiti da nisu svi digitalni mediji i svi radiji uključeni u analiza. U ožujku je u sklopu projekta Mediana IBO započeto praćenje ciljanog TV oglašavanja. To je oglašavanje temeljeno na podacima, što znači da se oglasi prikazuju samo TV publici koja odgovara određenim demografskim, geografskim ili bihevioralnim karakteristikama, čime se natječu s digitalnim okruženjima. Ovo nije klasično TV oglašavanje, niti digitalno (online) oglašavanje.

U 2023. godini izmjereno je 40 televizijskih programa u sklopu projekta Mediana IBO. U odnosu na prethodnu godinu bilježi se veći broj odigranih reklama i sekundi. Na svim programima emitirana je ukupno 5.796.501 reklama, što znači prosječno 15.881 reklama dnevno. Drugim riječima, više od 100 milijuna reklamnih sekundi odigrano je na svim programima zajedno, što znači da ste sve reklame zajedno mogli gledati čak 79 sati dnevno. U usporedbi s 2022. to znači 1970 objava i 8 sati više oglasa dnevno. Ovo isključuje sve interne objave ili promocija vlastitih programa.

Po cijenama iz službenih cjenika, dobivamo bruto vrijednost oglašavanja na televiziji od dobrih milijardu eura, što je 4% više u odnosu na prethodnu godinu. Među praćenim TV programima, po bruto vrijednosti oglašavanja, na vrhu je POP TV, gdje se, između ostalog, emitiraju emisije domaće produkcije koje su već nekoliko godina među najgledanijim sadržajima. Slijede Planet TV, koji se također nudi reality emisije, kvizove i druge zabavne emisije, Kanal A, gdje program jača sportsku ponudu te prvi program javne televizije, koji ima novu upravu. Listu pet najjačih reklamnih televizijskih programa zaokružuje Kino, u vlasništvu medijske kuće Pro Plus, gdje su također dobili novu upravu. Promjene se nisu dogodile samo na javnoj televiziji i medijskoj kući Pro Plus. Od 1. listopada tvrtka Walt Disney preimenovala je Fox u Star Channel u Sloveniji.

Porast bruto vrijednosti oglašavanja bilježe uglavnom programi koji u svojim programskim shemama imaju pretežno emisije namijenjene djeci i mladima te sportske prijenose.

Ukupna vrijednost oglašavanja u tisku iznosi 71 milijun eura odnosno 66 milijuna eura, bez internog oglašavanja, što je isti iznos kao i 2022. Nakon tri godine zaustavljen je trend pada bruto vrijednosti oglašavanja. Tiskani mediji i dalje su zanimljivi trgovcima, financijskom sektoru i farmaceutima.

Tiskani mediji dijele se na dnevne novine, časopise, novine, tematske priloge u dnevnicima i priloge. U bruto reklamnom kolaču tiskanih medija dnevni listovi čine 38%, časopisi nešto manje od trećine, slijede novine sa 16%, tematski prilozi koje vodimo odvojeno od dnevnika čine 14%, manje od postotka su umetci uz tisak. medija, koje također pratimo kao samostalnu medijsku vrstu.

U Sloveniji još uvijek nemamo točan podatak o tome koliki se postotak oglašivačkog novca izdvaja za digitalne medije. Čak ni u bruto vrijednosti. U Mediani prikupljaju podatke o oglašavanju na internetu, ali u istraživanje su uključene samo domaće stranice, a ne strane poput Googlea, Facebooka, Gmaila, YouTubea itd. gdje se kaže da je količina oglašavanja najveća. Bruto vrijednost oglašavanja na stranicama koje su uključene u Mediano IBO iznosi nešto manje od 42 milijuna eura, što je nešto manje nego godinu prije. Među medijskim kućama koje posjeduju praćene web stranice najveći rast bruto vrijednosti oglašavanja bilježi

multimedijska izdavačka kuća Adria Media Ljubljana, ponajviše zahvaljujući web stranici metropolitan.si na kojoj čitatelji mogu pročitati sve o aktualnim društvenim događanjima i sadržajima iz načina života na terenu. Među mjerenim portalima na prvim su mjestima 24ur.com, siol.net, žurnal24.si, delo.si, bolha.com, finance.si, rtvslo.si, vecer.com koji zajedno predstavljaju čak 87% od bruto vrijednosti internetskog kolača i metropolitan.si.

U sklopu projekta Mediana IBO pratimo šest radijskih postaja koje su među najslušanijima na nacionalnoj razini: Radio 1, Radio Aktual, Radio Antena, Radio Centar, Radio Prvi i Val 202. Bruto vrijednost oglašavanja na ovim šest postaja iznosi nešto manje od 39 milijuna eura, što je 3% više nego godinu prije. Radio oglašavanje također se može prikazati u drugoj valuti, odnosno u sekundama oglašavanja. Odigrano je ukupno 9.513.902 reklamnih sekundi, što znači da ste sve reklame zajedno mogli slušati 7 sati ili prosječno 1.765 reklama dnevno. Brojke bi naravno bile veće da su uključene i druge komercijalne radio postaje te postaje s regionalnom i lokalnom pokrivenošću.

Ukupna bruto vrijednost oglašavanja na vanjskim površinama iznosi gotovo 45 milijuna eura, što je dobru desetinu bruto vrijednosti više nego godinu prije.

Pogled na WARC-ove prognoze pokazuje da će najbrže rastući sektori biti financije, tehnologija, elektronika, farmaceutski proizvodi i zdravstvo. Iako je riječ o jakim reklamnim industrijama u Sloveniji, sektor trgovine još uvijek čini petinu bruto vrijednosti "reklamnog kolača". Telekomunikacije su druga najjača industrija u oglašavanju.⁶

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2023. I 2024. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Slovenija se prezentira kao zelena i održiva destinacija i njezin daljnji razvoj je usmjeren ka razvoju Slovenije kao boutique države.

Unatoč katastrofalnim poplavama koje su pogodile Sloveniju u kolovozu 2023. godine, u jeku ljetne sezone, te u svjetlu nepovoljnih globalnih čimbenika, u odnosu na 2019. godinu premašen je broj noćenja stranih gostiju za gotovo 2%, a broj noćenja domaćih gostiju za gotovo 4%. U odnosu na 2022. godinu strani turisti ostvarili su čak 15% više noćenja, a domaći 17% manje. Omjer noćenja domaćih i stranih gostiju tako se vratio na razinu prije pandemije.

Banka Slovenije objavila je rezultate vrijednosti izvoza putovanja koja je u rujnu 2024. porasla za 7,5% u odnosu na rujun 2023.

⁶ Izvor: Mediana

U razdoblju od siječnja do rujna 2024. godine vrijednost izvoza putovanja iznosi 2,72 milijarde eura, što je 4,2% više nego u istom razdoblju 2023. godine.

U Sloveniji se i u 2024. godini nastavlja proces digitalne transformacije slovenskog turizma u skladu sa Strategijom digitalne transformacija za razdoblje do 2026. godine, uz već poznate komunikacijske teme kao što su aktivni doživljaji, netaknuta priroda, eno-gastro ponude te sportski turizam.⁷

Utjecaj političkih i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2023. i 2024.

Prošla godina je u Sloveniju donijela krize i elementarne nepogode, ali istovremeno i inspirativne priče o nesebičnoj pomoći i nevjerojatnim postignućima kako na kulturnom tako i na sportskom planu.

Rat u Ukrajini nije završio, pojavio se novi izraelsko-palestinski sukob koji je doveo do rata. Zbog inflatornog pritiska Europska središnja banka (ECB) podigla je pasivnu kamatnu stopu u eurozoni na 4%, što je najviša razina od uvođenja eura.

Emitivno turističko tržište Slovenije pokazuje otpornost unatoč ekonomskim i političkim izazovima. Slovenski turisti cijene kvalitetu i autentičnost, a preferencije im se sve više usmjeravaju prema održivim i prilagođenim iskustvima. Daljnji razvoj ovog tržišta ovisit će o ekonomskim uvjetima, političkoj stabilnosti i dostupnosti konkurentnih ponuda na međunarodnom tržištu.

2023. godina bila je najuspješnija godina za slovenski turizam dosad. Ostvarili su 16,13 milijuna noćenja, što je 2% više nego 2019. i 3,5% više nego 2022. Ostvarili su 6,19 milijuna dolazaka, što je gotovo 6% više nego 2022. i samo 0,6% manje nego 2019.

Ovo ljeto je bilo sportsko. Mnogi su u planove za odmor uvrstili Olimpijske igre u Parizu i biciklističku utrku u Francuskoj te Europsko nogometno prvenstvo u Njemačkoj.

Prema podacima Slovenske turistične organizacije, u prvih 9 mjeseci 2024. godine Sloveniju je posjetilo 5.453.741 turista, od toga domaći turisti: 1.175.942, strani turisti: 4.277.799., te su ostvarili 14.144.785 noćenja.

Slovenija svoju prednost vidi u sigurnosti, blizini ključnim tržištima i održivim politikama, koje će i dalje biti ključne za uspješan razvoj turizma u 2024. godini.⁸

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2023. otputovali na odmor i procjene broja putovanja u 2024.

U 2023. godini oko 1,1 milijun ili 63% stanovništva Slovenije u dobi od 15 i više godina bilo je na barem jednom privatnom putovanju. Svih privatnih putovanja bilo je oko 7,1 milijun, odnosno 30% više na godišnjoj razini.

⁷ Izvor: Slovenska turistična organizacija

⁸ Izvor: Slovenska turistična organizacija

Među stanovnicima koji prošle godine nisu išli na privatno putovanje njih 40% kao najvažniji razlog navelo je financijska ograničenja. To je 9 postotnih bodova više nego prethodne godine. Nešto manje od četvrtine nije putovalo iz zdravstvenih razloga, 20% zbog nedostatka slobodnog vremena, a 17% nije osjećalo potrebu za putovanjem.

Stanovnici su na privatnim putovanjima ukupno ostvarili oko 28 milijuna noćenja ili za petinu više nego godinu prije, a prosječno su noćili četiri (2,5 noćenja u Sloveniji, 5,3 noćenja u inozemstvu). Prosječna dnevna potrošnja na takvim putovanjima iznosila je oko 84 EUR po turistu (67 EUR u Sloveniji, 91 EUR u inozemstvu) ili 18% više nego 2022.

U travnju, svibnju i lipnju 2024. godine 798.000 ili 45% stanovništva Slovenije u dobi od najmanje 15 godina bilo je na barem jednom turističkom (privatnom i/ili poslovnim) putovanju. To je 4 postotna boda više nego u istom razdoblju prethodne godine.⁹

Broj stanovnika koji su u 2023. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji i procjene za 2024.

U 2023. godini 46% privatnih putovanja ostvareno je u Sloveniji, a 54% u inozemstvu.

U 2. tromjesečju 2024. godine 60% privatnih putovanja bilo je u inozemstvu. Odredište polovice takvih putovanja u inozemstvo bila je Hrvatska.¹⁰

Redoslijed omiljenih destinacija u 2023. i razlozi odabira

U 2023. godini najposjećenija država na privatnim putovanjima u inozemstvo bila je Hrvatska (51% svih takvih putovanja), a slijede Bosna i Hercegovina (13%), Italija (9%) i Austrija (5%).

U 2. tromjesečju 2024. godine od inozemnih odredišta, najčešći odabir je bila Hrvatska (50%), zatim Italija (11%), Bosna i Hercegovina (9%) te Austrija (7%).¹¹

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije

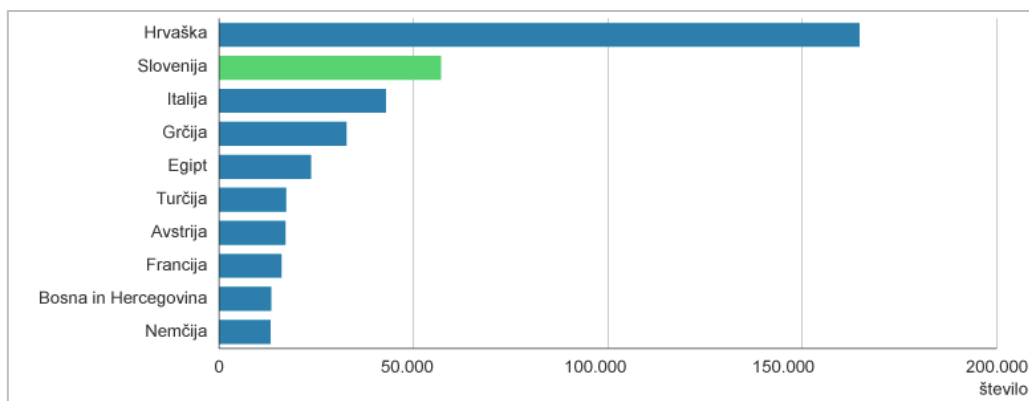
Domaćih turista i izletnika te stranih turista koji su putovali sa slovenskim agencijama lani je bilo više u odnosu na prethodnu godinu. Udio osoba koje putuju u inozemstvo porastao je za 7 postotnih bodova u odnosu na prethodnu godinu (82%). Njihovo najčešće odredište bila je Hrvatska, a slijede Italija i Grčka. U 2022. ista je zemlja bila na vrhu, a Grčka je bila nešto češća destinacija od Italije.

Domaći turisti, kojima su putovanja organizirale slovenske putničke agencije, po državama u koje su najviše putovali, Slovenija 2023.

⁹ Izvor: SURS

¹⁰ Izvor: SURS

¹¹ Izvor: SURS



Izvor: SURS

Na jednodnevnim izletima slovenskih putničkih agencija lani je sudjelovalo ukupno 179.000 domaćih turista ili 17% više nego godinu prije (153.000). Njih 93.000 (52%) išlo je na jednodnevne izlete po Sloveniji, a oko 86.000 (48%) u inozemstvo.

U usporedbi s prethodnom godinom udio onih koji su se odlučili na jednodnevna putovanja po Sloveniji smanjio se za 3 postotna boda (55% u 2022.), dok je za isto toliko porastao udio onih koji su otišli na izlete u inozemstvo (45% u 2022.). Kao i 2022., i lani im je odredišna zemlja najčešće bila Italija, a zatim Austrija i Hrvatska.

Slovenske su putničke agencije prošle godine organizirale putovanja u Sloveniju za 136.000 stranih turista ili 49% više nego godinu prije (91.000). Na selu su u prosjeku provodili pet noći.

Najviše stranih turista bilo je iz Austrije, zatim iz Sjedinjenih Američkih Država i Španjolske, dok je u 2022. najviše takvih gostiju bilo iz Njemačke, a slijede turisti iz Austrije i Sjedinjenih Američkih Država.¹²

Vrsta prijevoza koji su turisti generalno preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2023. i procjene za 2024.

U ljetnim mjesecima promet se znatno pojača ponajviše zbog turista, stranih i domaćih. To potvrđuju i podaci o broju osobnih vozila na cestovnim graničnim prijelazima između Slovenije i susjednih država.

Prema podacima o turističkim putovanjima, većina stanovnika Slovenije na privatna putovanja ide osobnim cestovnim motornim vozilom (u trećem tromjesečju prošle godine 88% privatnih putovanja).

¹² Izvor: SURS

Preferirani način bukiranja

Slovenski gosti su najvećim dijelom individualni gosti, a turističke agencije uglavnom koriste za bukiranje aranžmana ili bukiraju samo usluge smještaja. Internet koriste prije svega kao izvor informacija te prilikom bukiranja putovanja u inozemstvo.

U 2023. godini smještaj je rezerviran putem web stranice ili mobilne aplikacije u 26% privatnih putovanja u inozemstvo. 19% njih ostvareno je putem online booking platformi (Airbnb, Booking.com i dr.), 5% putem web stranica pružatelja smještaja (web stranice hotela, kampova i sl.) te približno 2% putem web stranica putničkih agencija ili turoperatora.

Prijevoz je rezerviran putem web stranice ili mobilne aplikacije u 7% privatnih putovanja u inozemstvo. 5% njih ostvareno je putem web stranice prijevoznika (web stranica zrakoplovne kompanije, GoOpti, Flixbus itd.), a oko 1% putem online platforme za rezervacije (eDreams, Opodo itd.).¹³

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2023. i procjene za 2024.

U 2023. godini u 36% privatnih putovanja turisti su noćili kod rodbine i prijatelja. Slijede hoteli i slični objekti (20%), vlastite kuće za odmor (20%) i privatne sobe, apartmani i sl. (16%).¹⁴

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2023. i procjene za 2024.

Kada govorimo o omiljenim aktivnostima ili glavnim razlozima dolaska Slovenaca u Hrvatsku, to su sunce i more, priroda, gastronomija, gradski odmori, zabava i festivali, ali budući da su Slovenci veliki ljubitelji aktivnosti u prirodi, znače veliki potencijal u ovom segmentu turizma.

Među stanovnicima koji prošle godine nisu išli na privatno putovanje njih 40% kao najvažniji razlog navelo je financijska ograničenja. To je 9 postotnih bodova više nego prethodne godine. Nešto manje od četvrtine nije putovalo iz zdravstvenih razloga, 20% zbog nedostatka slobodnog vremena, a 17% nije osjećalo potrebu za putovanjem.¹⁵

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2023. i procjene za 2024.

Prosječna dnevna potrošnja na privatnim putovanjima u 2023. godini iznosila je oko 84 EUR po turistu (67 EUR u Sloveniji, 91 EUR u inozemstvu) ili 18% više nego 2022. godine. Prošle su godine stanovnici Slovenije bili na oko 770.000 poslovnih ili studijskih putovanja, a prosječni dnevni izdaci po turistu na takvim su putovanjima iznosili oko 150 eura.

¹³ Izvor: SURS

¹⁴ Izvor: SURS

¹⁵ Izvor: SURS

U 2. tromjesečju 2024. godine sudionici privatnih putovanja u prosjeku su dnevno trošili 90 eura na troškove - na onima po Sloveniji oko 64 eura po osobi dnevno, au inozemstvu 99 eura po osobi dnevno.

U 2. tromjesečju 45% stanovništva u dobi od 15 i više godina bilo je na barem jednom jednodnevnom izletu po Sloveniji (privatnom i/ili poslovnom) i u prosjeku su potrošili 77 eura po osobi, od čega najviše na hranu i piće u restoranima i barovima te prijevoz.¹⁶

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

Glavni turoperatori (TO) i turističke agencije (TA) u Sloveniji, koji nude programe za Hrvatsku, dobro su etablirani na tržištu i imaju široku ponudu prilagođenu različitim segmentima putnika. Hrvatska je jedna od najpopularnijih destinacija za slovenske turiste, prvenstveno zbog blizine, prekrasne prirode, bogate gastronomske ponude i kvalitetnog turističkog razvoja.

Hrvatska ostaje jedna od najtraženijih destinacija za slovenske turiste. Glavni TO/TA u Sloveniji nude raznovrsne programe koji pokrivaju sve segmente turista – od obiteljskih odmora do luksuznih paketa.

U nastavku se nalazi tablica turističkih agencija po abecednom redu koje u svojoj ponudi nude Hrvatsku kao turističku destinaciju na različite načine. Navedene turističke agencije se bitno razlikuju po svojim volumenima poslovanja, načinu poslovanja, obradi tržišta te krajnjim korisnicima usluga.

Popis turističkih agencija (TA) i turoperatora (TO) u Sloveniji koji u svojim programima nude Hrvatsku:

Naziv	TA/TO	Sjedište	Internetska stranica	Ponuda
A-DMC Nikaia	TA	Ljubljana	www.nikaia.si	opća, MICE
Adriamar	TA	Ljubljana	www.adriamar.si	opća
Adria Plus	TA	Črnomelj	www.adria-holidays.net	opća
Alpetour	TA	Kranj	www.alpetour.si	opća
AuteNtica	TA	Koper	www.autentica.si	opća, poslovna putovanja
Balkanika	TA	Maribor	www.balkanika.si	opća
Biseri Jadrana	TA	Ljubljana	www.biseri-jadrana.si	opća
Bonus	TA	Maribor	www.bonus.si	opća
Carintia	TA	Prevalje	www.cocarintia.si	opća
Center	TA	Murska Sobota	www.mojcenter.net	opća
Collegium Mondial Travel	TA	Ljubljana	www.collegium.si	opća
Destina	TA	Bohinjska Bistrica	www.destina.si	opća
Eja	TA	Maribor	www.eja.si	opća

¹⁶ Izvor: SURS

Ekorna	TA	Ljubljana	www.ekorna.com	opća, luksuzna putovanja
ETC Adriatic	TA	Kamnik	www.etc-adriatic.si	opća, MICE, luksuzna i poslovna putovanja
Fabula tours	TA	Nova Gorica	www.fabulatours.eu	opća, luksuzna putovanja
Galileo 3000	TA	Maribor	www.galileo3000.si	opća, poslovna putovanja
Gate 1 Travel	TA	Ljubljana	www.gate1travel.com	opća
Gea	TA	Šempeter pri Gorici	www.gea-ta.si	opća
Grand Cuvée Tours	TA	Mengeš	www.grandcuveetours.com	opća, luksuzna putovanja
Gradtur	TA	Ljubljana	www.gradtur.si	opća
Go Green	TA	Ljubljana	www.go-green.si	opća, MICE, poslovna putovanja
Intours	TA	Ljubljana	www.intours-dmc.com	opća, luksuzna putovanja, MICE
Kompas	TO	Ljubljana	www.kompas.si	opća
Kompas Novo Mesto	TA	Novo Mesto	www.kompas-nm.si	opća, poslovna putovanja
Linda	TA	Kranj	www.linda.si	opća
Liberty Adriatic	TO	Ljubljana	www.liberty-adriatic.com	opća, luksuzna putovanja, MICE
Mana	TA	Novo Mesto	www.mana.si	opća
Manja travel	TA	Ljubljana	www.manja-travel.com	opća
Marco Polo	TA	Ajdovščina	www.marcopolo.si	opća
M&M Turist	TA	Ljubljana	www.mmturist.si	opća
Movis	TO	Medvode	www.movis.si	luksuzna putovanja
Nomago	TA	Ljubljana	www.nomago.hr	opća
Ojla	TO	Šempeter	www.ojla.si	opća
Palma	TO	Celje	www.palma.si	opća
Putra	TA	Murska Sobota	www.putra.si	opća
Potepuh	TA	Celje	www.potepuh.si	opća
Pojzedon Turizam	TA	Rače	www.pozejdon-turizam.com	opća
Premiki	TA	Ljubljana	www.premiki.com	opća
Relax	TO	Dravograd	www.relax.si	opća
Roundabout travel	TO	Ljubljana	www.travelroundabout.com	opća, luksuzna putovanja
Sajko turizam	TA	Slovenska Bistrica	www.sajko-turizam.si	opća
Sonchek	TO	Maribor	www.sonchek.com	opća
Tentours	TA	Domžale/Ljubljana	www.tentours.si	opća
Tarol	TA	Ajdovščina	www.tarol.si	opća
Wandrelux	TO	Ljubljana	www.wanderlux.si	Luksuzna, poslovna putovanja

***Dodatna napomena:**

Opća putovanja – organizacija odmora i putovanja, izleta, rezervacija smještaja i/ili prijevoza

Luksuzna putovanja – organizacija tailor made putovanja, luksuzni smještajni kapaciteti, dodatni luksuzni popratni sadržaj

Poslovna putovanja – organizacija službenih, motivacijskih i team building putovanja.

Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2023. i 2024. s obzirom na političke i ekonomske okolnosti

Tijekom 2023. i 2024. godine, poslovno okruženje u turističkom sektoru u Sloveniji suočilo se s brojnim izazovima, ali i prilagodbama zbog aktualnih političkih i ekonomskih okolnosti. Usprkos tome, Hrvatska i dalje uživa status najpopularnije destinacije slovenskih turista, što potvrđuju podaci o turističkom prometu. Stabilno političko okruženje u Sloveniji i Hrvatskoj pridonijelo je neometanom razvoju turizma. Ulazak Hrvatske u Schengenski prostor početkom 2023. značajno je olakšao prelazak granice za slovenske turiste, što je povećalo privlačnost Hrvatske kao destinacije i pozitivno utjecalo na poslovanje turističkih agencija (TO/TA). Situacija u Ukrajini i globalne političke napetosti stvorile su određenu nesigurnost među putnicima, no slovenski turisti pokazali su sklonost regionalnim destinacijama poput Hrvatske, gdje osjećaju veću sigurnost. Inflacija i povećanje životnih troškova utjecali su na platežnu moć slovenskih turista. Iako je potražnja za putovanjima ostala visoka, kupovna moć putnika usmjerila je interes prema povoljnijim aranžmanima i paketima. Povećanje cijena turističkih usluga u Hrvatskoj tijekom 2023. i 2024. godine izazvalo je negativne reakcije u slovenskim medijima, ali je i istaknulo potrebu za dodatnom komunikacijom i jačanjem percepcije vrijednosti usluge.

Digitalizacija poslovanja postala je ključni trend među slovenskim TO/TA. Agencije sve više koriste online platforme za promociju i prodaju turističkih paketa, prilagođavajući se potrebama modernih putnika. Fokus na personaliziranu ponudu i kreiranje individualnih aranžmana postao je prioritet, kako bi se odgovorilo na promjenjive preferencije i budžete klijenata. Kontinentalni turizam i destinacije izvan klasičnih obalnih odredišta dobivaju na važnosti u programima agencija, što se očekuje i u 2025. godini. Održivost i ekološki prihvatljive ponude postale su važan element u programima TO/TA, što se sve više traži i od turista.

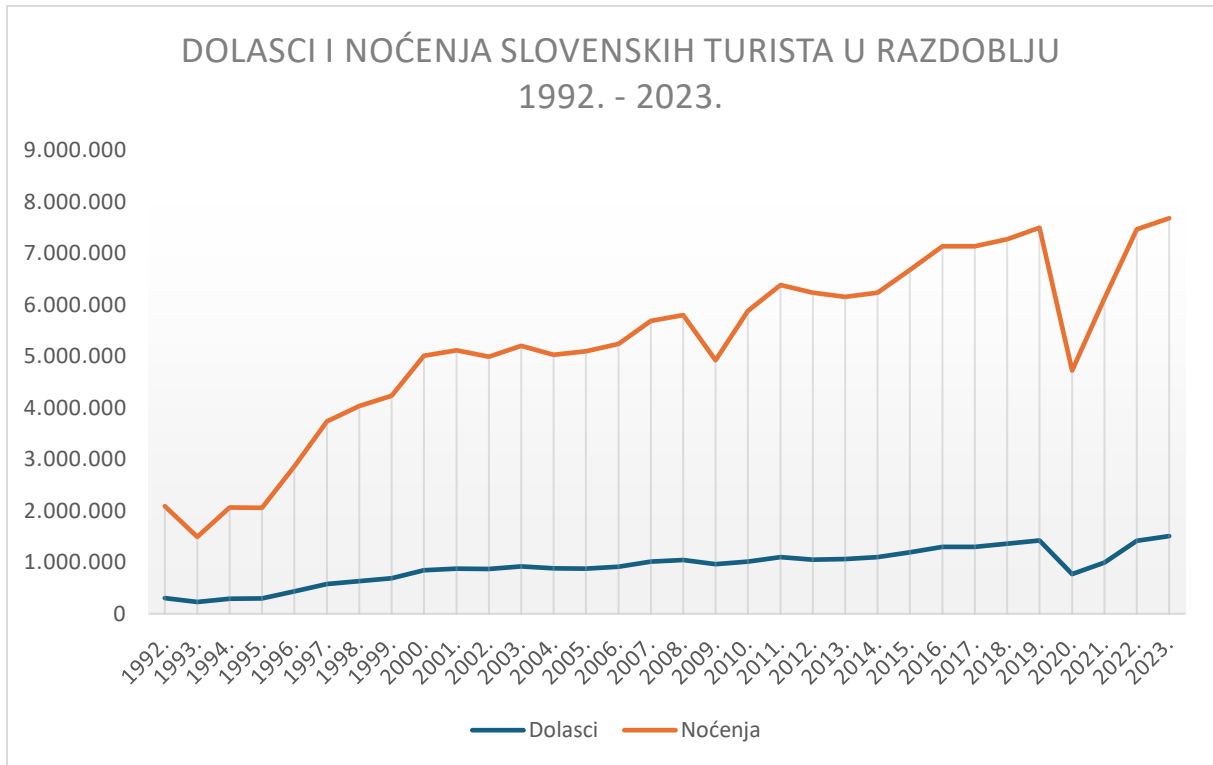
U 2025. godini očekuje se nastavak pozitivnih trendova u poslovanju TO/TA, uz prilagodbu izazovima poput inflacije i cijena turističkih usluga. Raznolikost ponude, fokus na kvalitetu i transparentnost u komunikaciji ostaju ključni za jačanje povjerenja i povećanje prometa u nadolazećim sezonama. 2025. bi mogla biti teška godina za neke pružatelje luksuznih putovanja. Luksuzni turizam doživio je pravi procvat nakon pandemije Covid-19. Oni koji su si htjeli priuštiti luksuzna putovanja, tijekom pandemije su mogli mnogo uštedjeti, a potom novac uložiti u skupa ljetovanja posljednjih godina. No trend se sada preokreće jer turistička industrija bilježi pad noćenja u segmentu luksuznih putovanja. Posebice u srednjem cjenovnom segmentu, kupci žele niže cijene i ponovno jeftinije ponude.

Luksuzni hoteli ne bore se samo s padom potražnje. Za luksuzne hotele vrlo je teško pronaći osoblje za održavanje posebnih i dodatnih usluga, poput à la carte doručka. Istodobno, njihovi su troškovi značajno porasli. Taj će učinak biti posebno uočljiv sljedeće godine. Troškovna baza je viša, ali kupci su cjenovno osjetljiviji. 2025. mogla bi biti teška godina za neke pružatelje luksuznih putovanja. Nakon iskustva pandemije, ljudi se boje da će se kriza vratiti. Zato žele ići na izlete i doživjeti nešto posebno. Neki više vole provesti vikend u luksuznom hotelu nego 2 tjedna na normalnom odmoru. Ljudi više ne putuju nužno na određenu destinaciju, već u luksuzni hotel, često smješten tako da oko njega zapravo nema ničega.

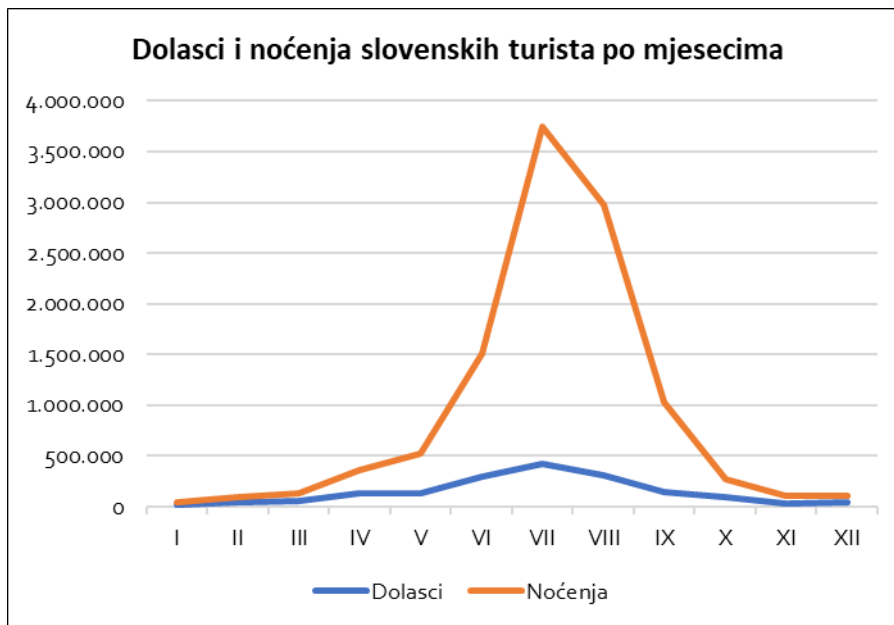
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

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
2021.	994.990	129	325	6.127.362	130	293
2022.	1.418.967	143	463	7.470.057	122	358
2023.	1.509.640	106	493	7.684.254	103	368

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

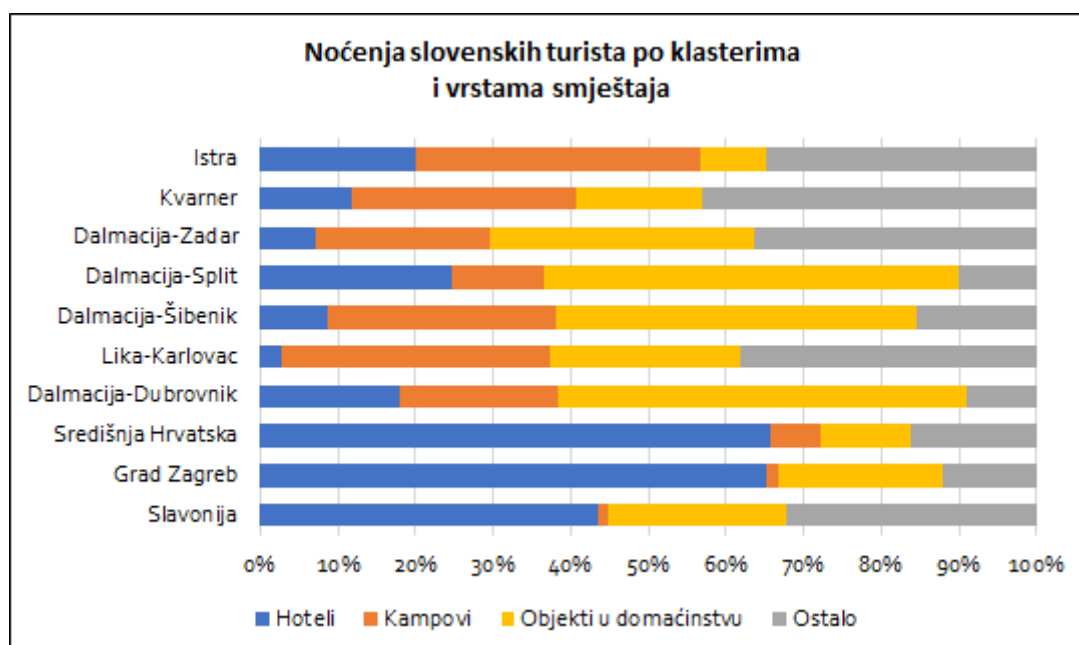


REZULTATI 2024. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	641.148	3.455.577
Kvarner	404.464	2.734.696
Dalmacija-Zadar	218.158	1.997.693
Dalmacija-Split	120.244	804.005
Dalmacija-Šibenik	77.396	560.326
Lika-Karlovac	65.509	531.695
Dalmacija-Dubrovnik	54.230	401.029
Nautika	40.205	205.449
Središnja Hrvatska	52.770	124.243
Grad Zagreb	36.363	55.195
Slavonija	8.904	15.530
Ukupno	1.719.391	10.885.438


Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Umag	828.001
Mali Lošinj	606.255
Novalja	439.743
Novigrad (Istarska)	404.620
Medulin	351.455
Dobrinj	325.860
Poreč	317.088
Vir	302.221
Malinska-Dubašnica	255.636
Cres	255.629

Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske – kakve su promjene u percepciji Hrvatske generalno, te u kontekstu turistički sezona 2023. i 2024.

Hrvatska je i dalje sinonim za jednu od najpoželjnijih destinacija slovenskih turista, što se očituje u kontinuirano visokom turističkom prometu. Sezona 2023. godine donijela je rezultate usporedive s rekordnom 2019. godinom, čime je potvrđena stabilizacija nakon pandemije. Slovenski turisti, motivirani blizinom, prirodnim ljepotama i kvalitetnom uslugom, ostaju vjerni Hrvatskoj, unatoč izazovima poput povećanja cijena turističkih usluga.

Tijekom 2023. i 2024. godine, značajan fokus slovenske javnosti i medija bio je na rastu cijena turističkih usluga, posebno u segmentu vanpansionske ponude i smještaja. Iako su pojedini mediji kritizirali opravdanost poskupljenja, mnogi su prepoznali visoku razinu kvalitete usluge, osobito u kampovima i luksuznijim segmentima. Slovenski turisti sve više traže omjer cijene i kvalitete, zbog čega su pitanja o isplativosti povećanih cijena često bila u fokusu.

Destinacije koje nude jedinstvena iskustva (poput eno-gastronomskih tura, kulturnih manifestacija i održivog turizma) sve su popularnije, dok se kontinentalne regije Hrvatske postupno afirmiraju kao zanimljive alternative obalnom turizmu.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2023. i 2024. i rezultati organizatora putovanja u 2023. i 2024.

Hrvatska ostaje jedna od najvažnijih destinacija za većinu slovenskih turističkih agencija i turoperatora, s udjelom zastupljenosti u njihovim programima koji varira od 15% do 80%. U najvećim slovenskim turoperatorima, poput Kompassa i Palme, Hrvatska je zastupljena u približno 15% programa, dok taj udio raste kada se uključe aranžmani za individualne putnike.

Jedan od vodećih turoperatora, Relax, čak 70% svojih programa veže uz Hrvatsku, dok specijalizirane agencije poput Ojle nude čak 80% svojih aranžmana s fokusom na Hrvatsku, uključujući tailor made i tematska putovanja poput branja mandarina, maslina ili programa s tamburašima u Slavoniji i Baranji.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2024. godine – komentar tržišnih promjena i okolnosti

Tradicionalno, agencija Ojla svake godine, a tako i u 2023. i 2024. ima nekoliko zakupa na Croatia Airlines letovima.

Autobuseri u 2024. – komentar tržišnih promjena i okolnosti

Najveći slovenski autobuseri koji se bave turističkim prijevozom i organizacijom putovanja u 2024. godini su Nomago, Avrigo i Arriva Slovenija.

Autobusni izleti iz Slovenije u Hrvatsku 2024. godine su usmjereni na kombinaciju klasičnih destinacija, poput obale i Zagreba, te sve većeg interesa za kontinentalnu Hrvatsku, s naglaskom na prirodne ljepote, enološke ture i specifične tematske ture. Turoperatori i agencije već kreiraju nove ponude, fokusirajući se na produžene turističke sezone i širenje destinacija unutar Hrvatske, čime se omogućava cjelogodišnji turistički promet.

U 2024. godini tržište autobusnih izleta iz Slovenije u Hrvatsku suočava se s izazovima, ali i prilikama. Povećanje cijena usluga, konkurencija online platformama, ekološke inicijative i proširenje turističke ponude ključni su faktori koji će oblikovati dinamiku tržišta. Autobusni prijevoznici koji uspješno integriraju nove tehnologije, održivost i širu ponudu destinacija, s naglaskom na kontinentalnu Hrvatsku, moći će osigurati konkurentne prednosti na tržištu.

Individualni promet u 2024. – generalni komentar tržišnih promjena i okolnosti

Individualni promet u 2024. godini ima naglasak na fleksibilnost, digitalizaciju, održivost i ekološki prihvatljive opcije. Potrošači traže veću personalizaciju i slobodu u planiranju putovanja, te će se nastaviti trend porasta interesa za manje poznate i netradicionalne destinacije u Hrvatskoj. Turistička industrija će morati odgovoriti na ove promjene kroz inovativne ponude, jednostavnije digitalne usluge i održive opcije koje zadovoljavaju ekološke zahtjeve tržišta.

TURISTIČKA SEZONA 2025. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2025.

Nakon post covid razdoblja, 2024. godina je za slovenske građane bila godina u kojoj se bilježi rast putovanja inozemstvo te su putovanja i odmor ostali u vrhu ljestvice prioriteta. Globalna situacija vezano uza krizu povezanu s ratom u Ukrajini i na Bliskom istoku nisu utjecali na turistička putovanja, kao niti inflacija, koja je Republici Sloveniji kroz 2024. godinu u potpunosti stabilizirana. Mnogi su se tako odlučivali za duža putovanja i daleke destinacije kao

što su Japan, koristeći pritom trenutak rekordno niskog japanskog jena te Daleki istok, zbog lokalnih atraktivnih cijena smještaja i hrane. Uz navedene destinacije bilježi se značajan volumen putovanja u Italiju, Španjolsku, Austriju, Grčku, Portugal, Tursku. Zbog klimatskih promjena, tijekom ljeta se bilježi novi trend putovanja u sjeverne države Europe kako npr. Švedsku, Norvešku i Dansku.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2025.

U odnosu na Hrvatsku pozitivni trendovi su rezultirali novim ukupnim povećanjem turističkog prometa i to s više od 3% više dolazaka i 2,5% više noćenja nego u 2023. godini. S obzirom na činjenicu da se očekuje rast osobne potrošnje Slovenaca u 2025. godini, kao i povećanje planiranja prometa slovenskih turističkih agencija od 10 i više posto, prognoze za 2025. godinu su optimistične, tako da je za očekivati volumen turističkog prometa na nivou ove godine uz mogućnost porasta prometa do 5% u odnosu na 2024. godinu. Što se tiče poslovanja TA i TO u Sloveniji gotovo kod svih se bilježi porast poslovanja i isti trend se očekuje i u 2025. godini. Vezano za Hrvatsko tržište, očekuje se daljnje profiliranje ponude nekih agencija u smjeru ponude luksuznog turizma u Hrvatskoj, personaliziranih tailor made programa te programa za incoming turiste, kao i yachting turizam.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2025.

Očekivanja i prognoze organizatora putovanja za nadolazeću godinu se temelje na činjenici priželjkujući ponudu balansiranih cijena na tržištima gdje to nije bilo slučaj do sada kako bi osigurali svojim klijentima optimalni odnos value for money. Nakon prošlih godina u kojoj su mnogi putnici bili neodlučni te se nisu odlučivali za early booking ponudu, u 2023. godini je zabilježen značajan rast ranih rezervacija, a taj trend se nastavio i u 2024. godini. U 2025. godini early booking će biti poslovna strategija za mnoge TA i TO što je vrlo zanimljiva informacija i za Hrvatske poslovne subjekte u turizmu.

TURISTIČKA SEZONA 2025. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2025.

U dosadašnjem dijelu 2024. godine slovenski su turisti u Hrvatskoj ostvarili više od 3% dolazaka, te 2,5% više noćenja u odnosu na rekordnu 2023. godinu. Rezultati u 2024. godini su dodatno vrijedni uzimajući u obzir da su slovenski mediji značajan prostor posvetili povećanju cijena u Hrvatskoj što je dijelom stvorilo percepciju o Hrvatskoj kao skupoj destinaciji. Također treba uzeti u obzir da prema službenim statističkim podacima, gotovo 40% Slovenaca ne putuje van Slovenije kao i činjenicu, prema istom izvoru, da Hrvatska nije prvi izbor Slovenaca za jednodnevne izlete. Što se tiče omiljenih destinacija Slovenaca u Hrvatskoj i dalje se najveći prometi bilježe u Istri, Primorsko-goranskoj županije, Zadarskoj županiji i dalje

redom Splitskoj županiji, Šibensko–kninskoj županiji, Ličko-senjskoj te Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Očekuje se da će taj trend preslikati i u 2025. godinu, ali je vrlo je važno spomenuti da značajno raste turistički promet prema destinacijama u kontinentalnom dijelu Hrvatske i unutrašnjosti Hrvatske. U tim područjima se za mnoge regije bilježi dvoznamenkasti rast prometa u kojima prednjači Virovitičko-podravska županija s povećanjem od 60 % te Sisačko-moslavačka županija s povećanjem od preko 22% prometa u odnosu na 2023. godinu.

Promocija novih destinacija i produkata kontinentalnog dijela Hrvatske i unutrašnjosti Hrvatske zasigurno otvara mogućnost produživanja turističke sezone i promociji naših globalnih ciljeva vezano za održivi razvoj hrvatskog turizma.

Valja istaknuti važnost kamping ponude za slovenske turiste gdje je u 2024. godini ostvaren rekordni broj 3,14 milijuna noćenja što je 3,6% više nego lani i čini 15% od ukupnih noćenja u hrvatskim kampovima. Time slovenski kamperi i dalje čvrsto drže drugu poziciju iza njemačkih kampera. Prisutan je povećani interes slovenskih turista za hotele s 4 i 5 zvjezdica s povećanjem od 5% kao i povećanje u nautičkom sektoru od također 5%.

Boravak slovenskih građana u Hrvatskoj ima dodatnu važnost i s aspekta potrošnje između ostalog iz razloga što realiziraju kroz godinu 30 % noćenja boraveći u vlastitim nekretninama.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika tijekom 2025. – komentar tržišnih promjena i okolnosti

Slovenske TA i TO posluju stabilno, sa značajnim poslovnim rastom u ovoj godini, čemu značajno pridonosi i promet s Hrvatskom. Za 2025. godinu planiraju prosječni rast od cca 10% s naglaskom na strategiju early bookinga smještajnih kapaciteta i profiliranje nove ponude, od obiteljskih aranžmana u kontinentalnom dijelu Hrvatske do ponude luksuznog turizma, kroz personalizirane programa za slovenske građane ali i incoming turiste. Komentiraju pozitivnu stabilizaciju cijena u hotelima i očekuju i optimizaciju cijena za vanpansionske usluge kako bi njihovi klijenti imali optimalni odnos cijene i kvalitete usluge. Naime, velikom broju TA je hrvatsko tržište izuzetno važno za njihovo poslovanje uz konstataciju da je prepoznata atraktivnost naše ponude u pred i post sezoni što će koristiti mnoge TA u svojoj ponudi. Uz veće prethodno navedene trendove ponude kontinentalnog dijela Hrvatske, unutrašnjosti i zaleđa Dalmacije, slovensko tržište se polako ali sigurno okreće Hrvatskoj kao cjelogodišnjoj destinaciji.

S obzirom na raspoložive informacije, stabilnu inflatornu situaciju, rast BDP- u Sloveniji te rast opće potrošnje građana, u 2025. godini se očekuje volumen turističkog poslovanja minimalno na nivou 2024. godine iako se može očekivati i povećanje turističkog prometa do 5% u odnosu na 2024. godinu.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika trebalo poduzeti u 2025. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu daljnjih političkih i ekonomskih okolnosti

Turističke agencije vrlo pozitivno ocjenjuju poslovne aktivnosti proaktivne promocije unutrašnjeg i kontinentalnog dijela Hrvatske putem medije te ostalih prezentacija. Na taj način se kvalitetno informira šira slovenska javnost i samim time senzibilizira za potencijalna putovanja u Hrvatsku.

Vrlo dobro su prihvaćena studijska putovanja za turističke agencije, čime je omogućeno upoznavanje turističkih agencijama s novostima u ponudi raznih turističkih regija kao i povezivanja s županijskim turističkim uredima s ciljem efikasnijeg povezivanja s dionicima regionalne/lokalne turističke ponude.