



## N A P O V E D N I K :

- **Javni razpis za sofinanciranje promocijskih akcij:** CPTS objavlja razpisa za sofinanciranje na področju konkretnega sodelovanja z organizatorji potovanj in dodatnih akcij tržnega komuniciranja ..... 2. stran
- **Akcija "Dobrodošli doma" se nadaljuje tudi letos:** Z vprašalnikom vas vabimo k sodelovanju ..... 3. stran
- **Izvajanje Zakona o pospeševanju turizma v praksi:** Regionalna in področna turistična organizacija ter oblikovanje Nacionalne turistične organizacije ..... 4. in 5. stran
- **Projekt TIPS (Turistične informacije in promocija Slovenije) bomo uresničili s skupnimi močmi** ..... 6. stran
- **Dodatne promocijske akcije:** V maju in juniju vrsta konkretnih akcij pospeševanja prodaje in odnosov z javnostmi ..... 7. stran
- **Zadnja stran:** Koper se ponaša z novim hotelom za poslovneže, Autocommerce krepi touroperatorsko mrežo, Katalog slovenskih mest, Po predstavitenemu še prodajni katalog doline Soče, Slovenija - turistični vodnik izšel tudi v tujih jezikih, Kje je kdo, Podčrtano, Slovenija na kratko ..... 8. stran

## Poleg dodatnih akcij pospeševanja prodaje in odnosov z javnostmi tudi javni razpis v višini 199.000.000 tolarjev

Že kmalu po začetku Natovih napadov na Zvezno Republiko Jugoslavijo je Center za promocijo turizma Slovenije začel z oblikovanjem in izvajanjem dodatnih programov trženja in promocije slovenske turistične ponudbe na tujih in na domačem trgu. Te konkretne akcije tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi pa še posebej intenzivno v organizaciji CPTS, njegovih predstavništev v tujini in v tesnem sodelovanju s slovenskim turističnim gospodarstvom potekajo v mesecu maju in juniju.

Takoj po velikonočnih praznikih je CPTS razposlal informacije o stanju v slovenskem turizmu vsem organizatorjem potovanj in turističnim agencijam po tujini, ki vključujejo Slovenijo v svoj program, po prvem maju pa je več sto tujih novinarjev prejelo pismo ministra za malo gospodarstvo in turizem Janka Razgorška s povabilom v Slovenijo in opisom novosti v slovenski turistični ponudbi. Ker pa je v dani situaciji najpomembnejši osebni stik, CPTS in predstavniki CPTS v tujini vsakodnevno obiskujejo tuje organizatorje potovanj na posameznih trgih, intenzivno komunicirajo z novinarji, organizirajo predstavitve slovenske turistične ponudbe z delavnicami, študijskimi obiski organizatorjev potovanj, slovenskimi večeri, to pa dopolnjujejo še štirje sejamski nastopi slovenskega turizma, ki so oziroma bodo po rednem programu potekali v mesecu maju in juniju.

Na Centru za promocijo turizma Slovenije smo pripravili raziskavo o negativnih vplivih vojne na Balkanu na slovenski turizem. V tej raziskavi smo ugotovili, da bi slovenski turizem v danih razmerah izgubil kar 23,1 odstotka oziroma 524.386 turističnih prenočitev. Če vemo, da tujec pri nas povprečno porabi enajst tisoč tolarjev na dan, to pomeni izpad kar šestih milijard tolarjev neposrednih prihodkov. Ker pa vsaka turistična prenočitev pozitivno vpliva tudi na ostale gospodarske panoge, ki so s turizmom povezane posredno (trgovci, prevozniki, cestna podjetja...), pa bi bilo izpada dohodka kar za 15 in pol milijarde tolarjev. S tem bi bilo ogroženih kar 871 delovnih mest v slovenskem turističnem gospodarstvu.

Zato je CPTS skupaj z MMGT pripravil predlog dodatnih promocijskih aktivnosti v višini 421 milijonov tolarjev in ob veliki angažiranosti resornega ministra, po predstavitvi tehničnih argumentov, po nekaj usklajevanih sestankih s turističnim gospodarstvom na eni in z vlado na drugi strani v ta namen uspel pridobiti 375 milijonov tolarjev, dodatnih 57 pa je bilo prerazporejenih iz rezerv v okviru proračuna CPTS. Še ta teden, 21. maja, bo v Uradnem listu (za podrobne informacije glej drugo stran *Turtzma*) objavljen razpis za finančna sredstva v višini približno 200 milijonov tolarjev, preostala sredstva pa bodo namenjena dodatnim programom, ki jih je potrdila Vlada: akcijam na področju organiziranega, neorganiziranega - individualnega turizma, odnosov z javnostmi in oglaševanja (za primer teh akcij na primarnem trgu Nemčije glej drugo stran, o akciji na domačem trgu v obliki nadgradnje akcije *Dobrodošli doma* pa tretjo).



11. maja je CPTS v sodelovanju s slovenskim nacionalnim prevoznikom Adrio Airways ter z MMGT v hotelu Radisson Moriah Plaza v izraelskem Tel Avivu organiziral odmevno turistično delavnico s predstavitvijo slovenske turistične ponudbe. Na tridnevem obisku v Izraelu je bil tudi minister Janko Razgoršek, ki se je med drugim sestal z generalnim direktorjem Ministrstva za turizem Izraela Shabtai Shayem, skupaj z veleposlanico RS v Izraelu Darjo Bavdaž Kuret pa se je udeležil tudi predstavitve slovenske turistične ponudbe (več na strani sedem).

Komentar

## CPTS in slovensko turistično gospodarstvo sredi številnih akcij

Prvi trije meseci letošnjega leta so nas upravičeno navdali z optimizmom, saj so nam preliminarni podatki za prvo četrtletje pokazali pozitivne indekse, in to na vseh najpomembnejših tujih trgih kot tudi na domačem. Tudi z izkupičkom velikonočnih praznikov smo bili zadovoljni. Vendar pa je turizem, kot smo že večkrat zapisali, sila občutljiva dejavnost, odvisna od celovitega delovanja vseh sedmih elementov tržnega spleta, poleg tega pa še od zunanjih dejavnikov, kot so družbenopolitične razmere, pa vreme in še kaj.

Na Centru za promocijo turizma Slovenije smo se po začetku Natovih napadov takoj odzvali in začeli pripravljati tako imenovane krizne scenarije promocije, ki se odvijajo že vse od začetka marca, v vročini tempo pa prihajajo prav te dni, ko smo tako na Centru za promocijo turizma Slovenije kot tudi v slovenskem turističnem gospodarstvu v pravem vrtnicu dodatnih promocijskih akcij, delavnic, komuniciranja s tujimi organizatorji potovanj, novinarji in drugimi javnostmi.

Potem ko smo pripravili povsem razdelan predlog dodatnih akcij tržnega komuniciranja na tujih in na domačem trgu, ki smo jih podprli še z raziskavo o obsegu negativnih vplivov vojne na Balkanu na slovenski turizem, smo ob veliki podpori Ministrstva za malo gospodarstvo in turizem, po predstavitvi tehničnih argumentov, po nekaj usklajevanih sestankih s turističnim gospodarstvom na eni in z vlado na drugi strani v ta namen uspešno pridobili dodatnih 375 milijonov tolarjev. Del akcij (bo) poteka(l) neposredno iz CPTS oziroma njegovih predstavništev v tujini in v tesnem sodelovanju s turističnim gospodarstvom, del akcij pa neposredno iz turističnega gospodarstva. Te akcije so predmet razpisa v višini 199 milijonov tolarjev, ki je bil v Uradnem listu objavljen v petek, 21. maja, preberete pa ga lahko tudi na drugi strani *Turtzma*. Poleg tega so tam jasno navedeni vsi pogoji, kriteriji in principi, ki nas bodo vodili pri izbiri projektov, ki bodo upravičeni sofinanciranja v višini 60 odstotkov vrednosti.

Kljub temu, da so naše prioritete akcije usmerjene na tuje trge, kjer želimo preprečiti nadaljnje odpovedi, ohraniti sodelovanje z organizatorji potovanj in prisotnost Slovenije v njihovih programih, in pa spodbuditi povpraševanje, pa bomo velik poudarek dali tudi domačemu trgu. Čeprav morda še te majske dni ni bilo videti, da smo prisotni tudi doma, pa smo v tem času pripravili celovito strategijo nadgradnje lanske akcije tržnega komuniciranja z domačimi javnostmi "Dobrodošli doma", ki bo letos bolj naravnana v pospeševanje konkretne turistične ponudbe.

Medtem ko smo lani počitniško aktivne Slovence povabili, da se odločijo za več kratkih počitnic, kot dopolnitev letnemu dopustu, in to predvsem v pred- in po-sezoni, pa smo letos zaradi drugačne situacije nekoliko drugače zastavili izhodišča akcije. Predvsem želimo nadaljevati pozitivni trend, ki smo ga sprožili lani, v največji možni meri preiti od splošnega h konkretnemu in ob upoštevanju gospodarskih in varnostnih sprememb razširiti produkt od kratkih počitnic tudi na daljše počitnice oziroma letovanje doma.

Letošnja akcija "Dobrodošli doma" se bo začela sredi junija in bo trajala do sredine septembra. Prvi korak, s katerim bomo k sodelovanju povabili vse vas, je vprašalnik, ki ste ga že prejeli, v nasprotnem primeru pa ga lahko najdete na tretji strani. Prvo informacijo o vsebini in poteku akcije bomo v obliki "info zloženke" naslovili na približno 250.000 naslovov po vsej Sloveniji, vsebovala pa bo tudi osnovne informacije o turističnih ponudnikih, ki bodo v akciji sodelovali s konkretnimi programi. Po najavi v obliki te zloženke bodo domačim gostom do ponudnikov pomagale brezplačne turistične telefonske linije, prodajne brošure po petih turističnih področjih s konkretnimi turističnimi paketi, razširjena domača stran na internetu itd, vse to pa bo podprto z vzporednim najavnim oglaševanjem v nacionalnih medijih.

Vsem slovenskim turističnim ponudnikom bomo preko promocijskih, trženskih in prodajnih kanalov omogočili brezplačno sodelovanje, vendar ob pogoju, da bodo pripravili konkretne turistične programe. Da pa bi se domači gost, kateremu je akcija namenjena, kar najbolj odzval na informacijske kanale, ki jih bomo odprli, bo letošnji "Dobrodošli doma" temeljil na številnih nagradah, večina v obliki turističnih paketov. Za največje nagrade se bodo lahko potegovali le tisti, ki bodo s potrjenim kupončkom dokazali, da so letos v Sloveniji preživeli že vsaj ene počitnice.

Na CPTS kot tudi v turističnem gospodarstvu pa se vsi dobro zavedamo, da bomo domačega in nenazadnje tudi tujega gosta pritegnili predvsem s privlačnimi, pestrimi in kakovostnimi programi, z atraktivnimi programi dodatne animacije, seveda pa bodo morali biti tudi cenovno ugodni oziroma ponuditi večjo vrednost za zdaj oblikovano ceno.

Franci Krizan

# CPTS objavlja razpisa za sofinanciranje na področju konkretnega sodelovanja z organizatorji potovanj in dodatnih akcij tržnega komuniciranja

Na podlagi določil zakona o izvrševanju proračuna Republike Slovenije za leto 1999 (Ur. list RS, št. 5/96, 78/97, 34/98, 91/98) in Odredbe o načinu oddajanja subvencij, dotacij in drugih transferov iz sredstev proračuna Republike Slovenije (Uradni list RS št. 5/98) objavlja Center za promocijo turizma Slovenije

## I. JAVNI RAZPIS ZA SOFINANCIRANJE PRIHODA SKUPIN TUJIH TURISTOV V PRIMERU NEZADOSTNEGA ŠTEVILA PRIJAVLJENIH UDELEŽENCEV

Vir: Razpoložljiva sredstva na postavki 3984 - EU CENTER ZA PROMOCIJO TURIZMA SLOVENIJE

**1. Uporabnik proračunskih sredstev**  
Center za promocijo turizma Slovenija, Dunajska 156, Ljubljana

**2. Predmet javnega razpisa**  
Sofinanciranje slovenskemu turističnemu gospodarstvu v primeru nezadostnega števila prijavljenih udeležencev napovedanih tujih skupin z že vplačanimi rezervacijami za sezono v letu 1999.

### A/ Upravičenci

Na razpis se lahko prijavijo slovenske pravne osebe in podjetniki posamezniki (v nadaljevanju podjetja) v turističnem gospodarstvu: turistični organizatorji potovanj oz. agencije in druga turistična podjetja, ki sodelujejo s tujim organizatorjem potovanj oz. agencijami.

### B/ Izločitveni kriteriji za podjetja

Do sredstev iz tega razpisa niso upravičena podjetja:

- podjetja, ki niso registrirana za opravljanje turistične dejavnosti,
- podjetja, ki so v stečajnem postopku ali v postopku prisilne poravnave.

### C/ Izločitveni kriteriji za programe

Do sredstev iz tega razpisa niso upravičeni programi:

- programi, ki niso predmet že podpisanih pogodb,
- programi, ki so sofinancirani iz drugih virov državnega proračuna.

### D/ Merila za izbiro programov:

- stalnost partnerstva med predlagateljem programa in tujim partnerjem.
- strateška pomembnost tujega partnerja
- razmerje med prijavljenimi osebami za potovanje in manjkajočimi osebami,
- pripravljenost tujega partnerja za sofinanciranje dodatnih akcij tržnega komuniciranja in pospeševanja prodaje,
- pripravljenost domačega partnerja za sofinanciranje dodatnih akcij.

### E/ Relevantni trgi in programi

Sredstva so namenjena naslednjim tujim trgov: Avstrija, Italija, Nemčija, Švica, ZDA, Nizozemska in Belgija, Velika Britanija, Irska, Japonska in Izrael. Posamezno podjetje lahko kandidira z večimi programi, vendar z vsakim ločeno (en program je ena skupina).

### F/ Višina sofinanciranja

Višina sofinanciranja je največ do 60 % vrednosti potrebnih dodatnih sredstev za realizacijo programa, zaradi nezadostnega števila prijavljenih udeležencev, vendar ne bo presegla zneska 200.000 SIT na posamezen program.

### G/ Pogoj predhodne izvedbe programa

Izbranim prosilcem bodo dodeljena nepovratna sredstva za stroške programa, če bodo le ti uspešno dokončani in če bo zaključno poročilo ter obračun stroškov zanje podan v roku enega meseca po zaključku programa, skupaj z dokazili o realizaciji projekta.

### 3. Okvirna višina sredstev

Okvirna višina sredstev, ki je predmet tega javnega razpisa znaša 50.000.000,00 SIT.

### 4. Uporaba sredstev

Sredstva po tem javnem razpisu morajo biti porabljena do konca leta 1999.

### 5. Predložitev vloge

Popolna vloga, v skladu s prejetimi navodili, mora biti dostavljena na naslov: Center za promocijo turizma Slovenije, Dunajska 156, 1000 Ljubljana, v zaprti ovojnici pod oznako "Ne odpiraj - razpis I", z navedbo "tuje skupine". Ponudbe je potrebno

predložiti do 31.5., 14.6., 28.6., 12.7., 26.7, do 15.00 ure.

### 6. Odpiranje vlog

Odpiranje ponudb bo izvedla strokovna komisija ob torkih: 1.6., 15.6., 29.6., 13.7., 27.7. ob 10.00 uri v prostorih Centra za promocijo turizma Slovenije. Odpiranje ponudb ni javno.

### 7. Obvestilo o izidu javnega razpisa

Vsi, ki se bodo prijavili na javni razpis, bodo o rezultatih obveščeni v roku 8 dni po odpiranju.

### 8. Dvig razpisne dokumentacije

Razpisno dokumentacijo in dodatne informacije posreduje Klara Hauko ali Iztok Altbauer, Center za promocijo turizma Slovenije, Dunajska 156, Ljubljana, tel: 189 18 40, fax: 189 18 41.

## Principi sofinanciranja

### 1. Princip selektivnosti

Obdelava vsakega partnerja posebej, definiranje konkretnih problemov in konkretnih ukrepov za reševanje le-teh;

### 2. Princip transparentnosti

Sklepanje pogodb o dodatnih akcijah tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi med hotelirji, organizatorji potovanj, turističnimi agenti, incoming turističnimi agencijami, avtobuserji, avio prevozniki in cpts (odvisno od v poslu sodelujočih partnerjev);

### 3. Princip dolgoročnosti

S preprečitvijo prekinjanja pogodb ohranjamo kontinuiteto poslovnega sodelovanja tudi v prihodnosti;

### 4. Princip partnerstva

Sofinanciranje ukrepov samo v primerih sofinanciranja akcij s strani slovenskega turističnega gospodarstva in organizatorjev potovanj; delitev stroškov 60 odstotkov cpts, 20 odstotkov turistično gospodarstvo, 20 odstotkov organizator potovanj;

## II. JAVNI RAZPIS ZA SOFINANCIRANJE IZVAJANJA DODATNIH AKCIJ TRŽNEGA KOMUNICIRANJA

Vir: Razpoložljiva sredstva na postavki 3984 - EU CENTER ZA PROMOCIJO TURIZMA SLOVENIJE

### 1. Uporabnik proračunskih sredstev

Center za promocijo turizma Slovenija, Dunajska 156, Ljubljana

### 2. Predmet javnega razpisa

Sofinanciranje slovenskemu turističnemu gospodarstvu za pripravo in izvedbo konkretnih akcij tržnega komuniciranja z namenom pospešiti slovensko turistično ponudbo, zaradi vpliva vojnih razmer v ZRJ na pospeševanje prodaje slovenske turistične ponudbe.

### A/ Upravičenci

Na razpis se lahko prijavijo slovenske pravne osebe in podjetniki posamezniki (v nadaljevanju podjetja) v turističnem gospodarstvu: turistični organizatorji potovanj oz. agencije in druga turistična podjetja.

### B/ Izločitveni kriteriji za podjetja

Do sredstev iz tega razpisa niso upravičena podjetja:

- podjetja, ki niso registrirana za opravljanje turistične dejavnosti,
- podjetja, ki so v stečajnem postopku ali v postopku prisilne poravnave.

### C/ Izločitveni kriteriji za programe

Do sredstev iz tega razpisa niso upravičeni programi:

- programi, ki niso predmet opredeljenih dodatnih programov tržnega komuniciranja na primarnih in sekundarnih tujih trgih in domačem trgu glede na vpliv vojne v ZRJ na pospeševanje po slovenski turistični ponudbi,
- programi, ki so sofinancirani iz drugih virov državnega proračuna.

### D/ Merila za izbiro programov:

- tržna naravnost programa,
- ustreznost terminskega načrta za izvedbo programa,
- finančna konstrukcija programa,
- delež finančne udeležbe predlagatelja programa in njegovega partnerja v tujini.

## Kdaj bo razpis objavljen?

Javni razpis (za sofinanciranje prihoda skupin tujih turistov v primeru nezadostnega števila prijavljenih udeležencev in za sofinanciranje izvajanja dodatnih akcij tržnega komuniciranja), ki ga v skupni višini 199.000.000 tolarjev razpisuje Center za promocijo turizma Slovenije, je objavljen v Uradnem listu Republike Slovenije z dne 21. maja 1999. Za vse dodatne informacije se lahko obrnete na Klaro Hauko ali Iztoka Altbaurja na telefon 061 1891 840.

## E/ Relevantni trgi in programi

Sredstva so namenjena naslednjim tujim trgov: Avstrija, Italija, Nemčija, Madžarska, Švica, ZDA, Nizozemska in Belgija, Velika Britanija in Irska, Japonska, Izrael in domačemu trgu. Podjetja lahko kandidirajo z naslednjimi programi: predstavitev aranžmajev pri tujih agentih in posameznih ciljnih skupinah, akcije direktnega marketinga za individualne goste, akcije ciljnega oglaševanja, izdelava in distribucija posebnih letakov s konkretnimi programi in drugo. Podjetja lahko kandidirajo z večimi programi, vendar z vsakim ločeno (en program je ena akcija tržnega komuniciranja).

## F/ Višina sofinanciranja

Višina sofinanciranja je največ do 60 % vrednosti predlaganega programa, vendar ne bo presegla zneska 600.000 SIT na posamezen program.

## G/ Pogoj predhodne izvedbe programa

Izbranim prosilcem bodo dodeljena nepovratna sredstva za stroške programa, če bodo le ti uspešno dokončani in če bo zaključno poročilo ter obračun stroškov zanje podan v roku enega meseca po zaključku programa, skupaj z dokazili o realizaciji programa.

## 3. Okvirna višina sredstev

Okvirna višina sredstev, ki je predmet tega javnega razpisa, znaša 149.000.000,00 SIT.

## 4. Uporaba sredstev

Sredstva po tem javnem razpisu morajo biti porabljena do konca leta 1999.

## 5. Predložitev vloge

Popolna vloga, v skladu s prejetimi navodili, mora biti dostavljena na naslov: Center za promocijo turizma Slovenije, Dunajska 156, 1000 Ljubljana v zaprti ovojnici pod oznako "Ne odpiraj - razpis II", z navedbo "dodatni programi". Ponudbe se bodo zbiral do dne 9.6.1999, do 15.00 ure.

## 6. Odpiranje vlog

Odpiranje ponudb bo izvedla strokovna komisija v četrtek, 10.6.1999, ob 10.00 uri v prostorih Centra za promocijo turizma Slovenije. Odpiranje ponudb je javno.

## 7. Obvestilo o izidu javnega razpisa

Vsi, ki se bodo prijavili na javni razpis, bodo o rezultatih obveščeni v roku 8 dni po odpiranju.

## 8. Dvig razpisne dokumentacije

Razpisno dokumentacijo in dodatne informacije posreduje Klara Hauko ali Iztok Altbauer, Center za promocijo turizma Slovenije, Dunajska 156, Ljubljana, tel.: 189 18 40, fax: 189 18 41.

## Primer dodatnih promocijskih akcij na primarnem trgu Nemčije

Del akcij bo potekal neposredno iz CPTS oziroma njegovih predstavništev v tujini v tesnem sodelovanju s turističnim gospodarstvom, del akcij, ki pa so predmet razpisa, pa neposredno iz turističnega gospodarstva.

## 1. PRODAJNI SISTEM - AKCIJE POSPEŠEVANJA PRODAJE

### 1.1. Akcije na področju organiziranega turizma

Skupni obiski predstavnikov CPTS in slovenskih turističnih podjetij pri najpomembnejših TO in TA, ki vključujejo Slovenijo v svoje programe za leto 1999, in dogovor o skupnih akcijah pospeševanja prodaje:

- Neposredna stimulacija tujim organizatorjem potovanj oz. agencijam v primeru odpovedi skupin ali posameznikov z že vplačanimi rezervacijami, posebne akcije z domačimi receptivnimi agencijami.
- Predstavitve slovenske turistične ponudbe pri prodajalcih aranžmajev - TA in pri posameznih ciljnih skupinah (upokojskih združenjih, športnih klubih itd), v obliki t.i. slovenskih večerov z diapozitivi, glasbo, pokušino vin in kulinarike slovenskih kuharskih mojstrov (skupno število predstavitev 12 - 15).
- Organizacija 7 študijskih potovanj za prodajalce turističnih aranžmajev (t.i. Expedientenreisen) v trajanju 3 - 4 dni s 25 - 30 udeleženci v mesecih maj in junij.

### 1.2. Akcije na področju neorganiziranega - individualnega turizma

- Podpora slovenskemu turističnemu gospodarstvu pri izvajanju akcij direktnega marketinga za individualne goste (direktni mailing).
- Podpora slovenskemu turističnemu gospodarstvu pri ciljno usmerjenem oglaševanju:
  - dogovorjeni oglasi za izključno konkretne programe,
  - krovnji oglasi za posamezna turistična področja (združitve, Obala in Kras, gore in jezera, mesta, podeželje) v odvisnosti od interesa.

## 2. ODNOSI Z JAVNOSTMI

### 2.1. Srečanja z novinarji

- Organizacija slovenskih večerov za novinarje v Münchnu, Leipzigu, Nürnbergu in Stuttgartu v aprilu in maju - v prisotnosti zainteresiranih predstavnikov slovenskega turističnega gospodarstva).

### 2.2. Študijska potovanja novinarjev

- Študijska potovanja novinarjev, ki so v preteklosti že pozitivno pisali o Sloveniji, in študijska potovanja novinarjev po priporočilih TO in TA, ki lahko s svojimi prispevki odločilno pripomorejo k pospeševanju prodaje slovenske turistične ponudbe (2 študijska potovanja).
- Lobjiranje novinarjev/urednikov za PR članke o Sloveniji v povezavi z oglaševanjem s slovenskim turističnim gospodarstvom.

## Kriteriji za sofinanciranje

I. Po konkretnih partnerjih (akcije na področju organiziranega turizma)

1. V poštev pridejo samo tisti TO, turistični agenti, avtobuserji, incoming agenti, avio prevozniki, organizatorji kongresov, ki imajo za leto 1999 s slovenskimi ponudniki že sklenjene konkretne pogodbe o sodelovanju.

2. Predmet sofinanciranja so samo dodatno dogovorjene akcije tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi za konkretnega slovenskega ponudnika (hotelsko podjetje). Zato se za take dodatne akcije obvezno oblikujejo aneksi k že obstoječim pogodbam.

3. MGMT (CPTS) sofinancira praviloma največ do višine 60 odstotkov stroškov skupaj dogovorjenih in v aneksu k pogodbi definiranih dodatnih aktivnosti.

II. Po osnovnih segmentih slovenske turistične ponudbe

# Akcija "Dobrodošli doma." se nadaljuje tudi letos!

✱ VPRAŠALNIK ✱ VPRAŠALNIK ✱ VPRAŠALNIK ✱ VPRAŠALNIK ✱ VPRAŠALNIK ✱ VPRAŠALNIK ✱

Prosimo vas, da izpolnjen vprašalnik vmete na enega izmed naslednjih načinov: po telefaksu na 061/1891-841, po pošti na naslov Center za promocijo turizma Slovenije, Dunajska 156, 1000 Ljubljana, ali pa odgovorite po elektronski pošti na [www.dobrodosli-doma.net](http://www.dobrodosli-doma.net).

**Ne pozabite: zadnji rok za uvrstitev v info zloženko in prodajne brošure je 27. maj 1999!**

Naziv ponudnika (npr. Hotel Marko, Terme Čatež): \_\_\_\_\_

Naslov in poštna številka: \_\_\_\_\_

Telefon: 06 \_\_\_/\_\_\_\_

Telefaks: 06 \_\_\_/\_\_\_\_

Elektronska pošta: \_\_\_\_\_

Domača stran: [www](http://www): \_\_\_\_\_

V katero turistično področje želite biti uvrščeni? (prosimo, odločite se za eno možnost, le v izjemnih primerih dve!)

**Turistično področje:**

- zdravilišča  
 obala in Kras  
 gore in jezera  
 podedelje  
 mesta

**Vrsta ponudbe:**

- sobe (z zajtrkom ali brez)  
 polpenzion / polni penzion  
 apartmaji z lastno kuhinjo  
 kamp  
 brez prenočišča

(prenočišče pri drugih ponudnikih v bližini)

izoblikovani paketi

(penzion in vključene dodatne aktivnosti)

drugo/ opomba: \_\_\_\_\_

**Ali imate lastne promocijske materiale?**

- lasten prospekt /katalog  
 sodelujemo v skupnem katalogu - katerem? \_\_\_\_\_  
 osnovni letak/cenik  
 ne

**Posebnosti v naši ponudbi:**

- domače živali so dobrodošle  
 imamo nekadilske sobe  
 olajšan dostop za invalide  
 organizirano varstvo za otroke

**Ali ste pripravljeni prispevati vikend paket(e) v zameno za obsežnejšo promocijo znotraj akcije?**

- da, večje število ali daljše pakete, če zato dobimo močno promocijsko podporo  
 enega, največ dva  
 ne, aktivnejše sodelovanje nas ne zanima - sodelovali bomo samo v obliki brezplačne vključitve  
 nimamo tovrstne ponudbe, pripravljene pa smo sodelovati z drugačnim prispevkom (vstopnice za muzeje, razne prireditve itd)

**Kontaktna oseba za nadaljnje stike glede sodelovanja:** \_\_\_\_\_

Da bi akcija dosegla svoje cilje, potrebujemo vaše konkretne turistične programe (od eno- do sedem dnevni). Za brezplačno uvrstitev v informativne materiale vas prosimo, da nam pošljete kratek opis vaše ponudbe in enega izmed vaših turističnih paketov, katerega bi lahko opredelili kot vaš "Top program".

Vse vas, ki boste izrazili interes za aktivnejše sodelovanje (pod zgornjo prvo ali drugo točko), bomo dodatno poklicali in vam razložili podrobnosti.

## Primer:

(opomba: program je naveden zgolj kot primer in v resnici ne obstaja)

Terme Čatež - Največji slovenski zdraviliško-rekreacijski center. Zimska in poletna termalna riviera, bogate možnosti za šport in rekreacijo, hoteli, zdraviliške usluge, prijetno okolje za organizacijo seminarjev in poslovnih srečanj, v bližini grad Mokrice s ponudbo golfa in jahanja.

**Naziv programa (ki naj kar največ pove o vsebini/vrsti programa):** Poletna otroška šola angleškega jezika v okolju termalnega paradiza

**Trajanje:** 7 dni

**Cena:** 35.000 SIT

**Vsebina programa:**

- tečaj angleščine pet ur dnevno
- dnevna vstopnica na Poletno termalno riviero
- najem koles dve uri na dan
- 3 ure tenisa in 2 uri tečaja jahanja
- možnost raznih športnih aktivnosti
- sedemdnevno bivanje na bazi polpenzion na bungalovih

**Prosimo, da navedete vašo ponudbo:**

Opis vaše celotne ponudbe v max. 20-30 besedah: \_\_\_\_\_

**Naziv programa:** \_\_\_\_\_

**Trajanje:** \_\_\_\_\_

**Cena:** \_\_\_\_\_

**Vsebina programa:**

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

*Opomba: Prosimo vas, da upoštevate format vprašalnika, saj bomo dolge opise prisiljeni skrajšati brez vaše privolitve. Pišite čitljivo!*

Hvala za sodelovanje!

## CPTS pripravlja promocijske in prodajne kanale za konkretne turistične pakete

Na CPTS smo na slovenske turistične ponudnike 19. maja naslovili vprašalnik, s katerim želimo pridobiti podatke o konkretnih turističnih programih, ki jih bomo preko orodij akcije "Dobrodošli doma" promovirali na domačem trgu. Če vprašalnika mogoče niste prejeli, še vedno ni prepozno! Vabimo vas, da ga preberete, fotokopirate, izpolnite in nam ga **najkasneje do 27. maja** pošljete na CPTS. Potek celotne akcije bomo predstavili na novinarski konferenci 8. junija. Za vse dodatne informacije se lahko obrnete na Mišo Novak, vodjo odnosov z domačimi javnostmi na CPTS, tel.: 061 1891 840 ali na [misa.novak@cpts.tradepoint.si](mailto:misa.novak@cpts.tradepoint.si).

Na Centru za promocijo turizma Slovenije smo lani začeli akcijo "Dobrodošli doma". Njen namen je bil med Slovenci uvesti pojem kratkih počitnic, kot vmesni, kratek oddih večkrat letno. Akcija je bila zasnovana dolgoročno, zato jo letos nadaljujemo. Ker pa se je medtem marsikaj spremenilo (vpliv vojne na slovenski turizem), smo spremembam prilagodili tudi naše cilje in za to potrebne aktivnosti.

Letošnja akcija "Dobrodošli doma" se bo začela sredi junija in bo trajala do sredine septembra. Prvo informacijo o vsebini in poteku akcij bomo v obliki "info zloženke" naslovili na približno 250.000 naslovov po vsej Sloveniji, vsebovala pa bo tudi osnovne informacije o turističnih ponudnikih, ki bodo v akciji sodelovali s konkretnimi programi. Po prijavi v obliki te zloženke bodo domačim gostom do vas pomagale brezplačne turistične telefonske linije, prodajne brošure po petih turističnih področjih s konkretnimi turističnimi paketi, razširjena domača stran na internetu itd, vse to pa bo podprto z oglaševanjem v nacionalnih medijih.

Od vas pričakujemo konkretne pakete in informacije, ki jih bomo lahko uvrstili v prodajne brošure in s tem direktno vplivali na pospeševanje prodaje vaše turistične ponudbe. Zato vas prosimo, da izpolnite priložen vprašalnik in nam ga vrnite najkasneje do 27. maja 1999! Odgovor, ki jih bomo prejeli po tem datumu, ne bomo mogli uvrstiti niti v info zloženko niti v prodajne področne kataloge.

**Zakaj je modro sodelovati (ali kaj s tem pridobite)?**

Vsi zainteresirani ponudniki bodo v osnovnem paketu brezplačno dobili:

- navedbo v "info zloženki", ki bo izšla v predvideni nakladi vsaj 250.000 kosov kot priloga dnevnim časopisom ali pa v obliki direktnega mailinga na vsa slovenska gospodinjstva,
- predstavitev v prodajnih brošurah turističnih področij (z naslovom, kratkim opisom ponudbe in enim konkretnim turističnim paketom), ki jih bomo poslali vsem, ki se bodo zanje zanimali preko brezplačne telefonske linije (uvedli jo bomo skozi "info zloženko" in skozi najave v dnevnikih, časopisih),
- predstavitev na prenovljeni domači spletni strani [www.dobrodosli-doma.net](http://www.dobrodosli-doma.net).

Da pa bo akcija res zaživela v polni obliki, vas vabimo tudi k aktivni vključitvi. Potrebujemo kar nekaj nagrad v obliki večdnevniških paketov z različnimi vsebinami, s katerimi bomo spodbujali zanimanje za akcijo. V zameno zanje vam bomo zagotovili opaženost pri večini počitniško aktivnih Slovencev in sicer preko vodilnih nacionalnih medijev. Z drugimi besedami, vsako večjo nagrado, ki jo bomo podelili, bomo tedensko predstavljali s sliko ponudnika (ki jo podeljuje) in krajšim besedilom v Delu, Dnevniku in Večeru, enkrat mesečno pa izvedli veliko žrebanje in nagrade predstavili tudi na TV Slovenija. Od vas torej ne pričakujemo finančnega vložka, temveč le paket(e) vaše ponudbe, ki jih bomo vključili v nagradni fond.

**Vaša aktivna vključitev z nagradami pa vam daje možnost predstavitve na naslednje načine:**

- v "info zloženki",
- v prodajna brošura turističnih področij, s fotografijo in možnostjo predstavitve več konkretnih počitniških paketov,
- v dnevnem časopisju (v obliki predstavitve ponudnika, ki podeljuje nagrado) in na TV Slovenija v oddaji "Dobrodošli doma.",
- PR orodja, članki, reportaže ter številne druge možnosti po dogovoru.

**Kaj morate storiti?**

Vse, kar pričakujemo od vas, je, da izpolnite priloženi vprašalnik in nam ga najkasneje do 27. maja 1999 pošljete po faksu na številko: 061/1891 841 ali na naslov CPTS, Dunajska 156, 1000 Ljubljana. Vse, ki boste na tem vprašalniku označili pripravljenost, da prispevate nagrade, bomo takoj zatem telefonsko ali osebno kontaktirali glede podrobnosti in organizacije.

# Regionalna in področna turistična organizacija ter oblikovanje Nacionalne turistične organizacije

Peter Vesenjak



*V Sloveniji je regionalna organiziranost šele v porajanju tudi na upravno političnem področju (regije oz. pokrajine). Veliko število majhnih občin (192) v Sloveniji, ki niso povezane v regije oz. pokrajine na osnovi zakonsko določenih območij, so pa osnovni nosilci in pobudniki organiziranosti pospeševanja turizma na lokalni ravni po ZPT, poraja marsikje tudi dvome o uspešnosti regionalnega povezovanja na področju turizma zaradi izrazitih lokalnih interesov. Dejstvo pa je, da se lahko sredstva, ki so namenjena pospeševanju turizma za določene funkcije, učinkoviteje uporabijo ob združevanju pospeševalnih aktivnosti na področju turizma na širših geografskih območjih. Prav tako pa bi bilo seveda nesmiselno upravno določati, katera območja občin se morajo povezati v regije za potrebe pospeševanja turizma, saj bi na tak način lahko porajali administrativne in neizvoljenjske regije. Zato tudi Zakon o pospeševanju turizma prepušča odločitev o oblikovanju regionalnih turističnih organizacij lokalnim turističnim organizacijam, hkrati pa predvideva finančne spodbude in programsko vključevanje v Nacionalno turistično organizacijo za tista območja, ki bodo oblikovala regionalne turistične organizacije.*

Prav tako zakon predvideva združevanje večjega števila subjektov, ki oblikujejo istovrstno ponudbo v področne turistične organizacije. Takšni subjekti so lahko npr. zdravilišča, igralnice, smučišča, turistične agencije, ipd. Zakon spodbuja takšne organizacije zaradi združevanja istovrstnih ponudnikov s ciljem skupnih aktivnosti na izboljševanju ponudbe in promociji istovrstne turistične ponudbe v Sloveniji.

Zakon sicer ne določa natančnih kriterijev in pogojev za oblikovanje regionalnih in področnih turističnih organizacij, zato bomo v tej številki TURIZMA predvsem interpretirali zakon v obliki praktičnih napotkov in priporočil za oblikovanje regionalnih in področnih turističnih organizacij. V zadnjem poglavju tega članka pa bomo nakazali zakonske osnove in možnosti za oblikovanje Nacionalne turistične organizacije.

## Regionalna turistična organizacija

### Obstoječa regionalna organiziranost turizma

V Sloveniji na regionalni ravni, kot smo že dejali v uvodu, ne obstaja upravno-politična organiziranost. Na turističnem področju pa obstaja neke vrste parcialna (panožna) turistična organiziranost v naslednjih oblikah:

- Območne gospodarske zbornice, ki obsegajo tudi turistična oz. gostinska združenja;
  - Območne obrtne zbornice, ki obsegajo tudi gostinske sekcije;
  - Regijske turistične zveze, ki združujejo turistična društva in občinske zveze na širših območjih;
  - Geografska območja, ki jih navedene organizacije pokrivajo v veliko primerih tudi ne sovpadajo.
- Navedene organizacije pokrivajo interese delovanja svojih članov na regijski ravni. Zbornice se ukvarjajo predvsem z izboljševanjem pogojev delovanja gospodarskih subjektov - svojih članov. Turistične zveze pa na regijski ravni združujejo interese turistične ljubiteljske dejavnosti, vendar poskušajo kljub svoji ljubiteljski naravi dela zelo široko in celovito pokrivati funkcije turističnega sistema v regiji z ustanavljanjem različnih strokovnih komisij in organov. Vendar kljub temu zaradi nesistemskega financiranja in ljubiteljskega dela ne zmorejo opravljati nekaterih funkcij, ki zahtevajo profesionalno delovanje. Pri tem se naslanjajo na projektno sodelovanje z občinami in gospodarskimi subjekti pri financiranju promocijskih in razvojnih projektov.

Takšna organiziranost na regijski ravni ne zagotavlja vseh pogojev za učinkovito oblikovanje in trženje celovite turistične ponudbe. Se vedno namreč vsak od subjektov (ki so na ravni regije sicer že "stanovsko" organizirani) deluje bolj ali manj na svojem področju in le projektno prihaja do določenega sodelovanja. Cilj turistične organiziranosti pa je čim intenzivnejša koordinacija vseh subjektov, ki sooblikujejo turistično ponudbo. Pri oblikovanju regionalnih turističnih organizacij, kot jih predvideva ZPT, pa bo seveda možno obstoječe oblike navedenih organizacij na učinkovit način vključiti oz. pritegniti k celovito zasnovani regionalni turistični organiziranosti.

### Osnovni pogoji in priporočila za ustanovitev RTO

Pri oblikovanju RTO pa je potrebno upoštevati tudi dejstvo, da upravno politične regije niso nujno tudi najboljše turistične regije. Pri oblikovanju turistične organiziranosti regij moramo izhajati iz trženjskega pogleda na regijo. To pa pomeni, da mora vključevati tista območja, ki skupaj lahko oblikujejo celovito in zaokroženo turistično ponudbo integralnih turističnih proizvodov, ki lahko nastopajo na istih ali podobnih turističnih trgih. Oblikovanje turistične regije je torej potrebno gledati z očmi potencialnih gostov oz. turistov. Tako oblikovana turistična regija mora zagotavljati vsaj naslednje:

- Podobne in geografsko zaokrožene značilnosti določenih naravnih danosti (gore, reke, jezera, vinogradi, naravni parki, ipd.);
- Podobne značilnosti kulturnih in etnoloških danosti (objekti kulturnozgodovinske dediščine - gradovi, dvorci, muzeji, ipd., etnološke posebnosti, kulinarika ipd.);
- Zadosten obseg in kapacitete turistične infrastrukture in osnovne turistične ponudbe na območju regije (bazeni, rekreacijski objekti, nastanitveni gostinski obrati ipd.);
- Zadosten obseg dodatne-komplementarne turistične ponudbe (gostinska kulinarčna ponudba, zabavišča, trgovina, storitve ipd.);
- Usmerjenost na enake ali podobne ciljne skupine obiskovalcev in turistov;
- Prometna povezanost območja;
- Geografska zaokroženost območja.

Pri odločanju o oblikovanju turistične regije pa je deloma seveda potrebno upoštevati tudi določene tradicionalne upravno politične povezave na območju regije, ki pa ne smejo stopiti v ospredje pri tej odločitvi.

Zakon predvideva, da se o ustanovitvi regionalnih turističnih organizacij prostovoljno odločijo lokalne turistične organizacije (ustanavljanje RTO torej ni obvezno):

To načelom pomeni, da morajo na določenem turističnem območju najprej biti ustanovljene LTO, če se želi na tem območju vzpostaviti RTO. Vendar Zakona ni potrebno interpretirati tako, da morajo območja vseh občin na širšem območju, kjer se želi vzpostaviti RTO, pridobiti status turističnega območja, če se želi na tem območju ustanoviti RTO. Lahko je na določenem območju, ki ga sestavlja npr. 20 občin, 10 takšnih, ki imajo status turističnega območja 10 pa jih tega statusa nima.

\*Na podlagi interesov po usklajevanju turistične ponudbe več turističnih območij lahko lokalne turistične organizacije ustanovijo regionalno turistično organizacijo.

<sup>1</sup> prvi odstavek 9. člena ZPT (UR.L.RS, št. 57/98)

Zainteresirani pa so, da skupaj tvorijo RTO (vendar tiste občine, ki nimajo statusa turističnega območja, na tak način ne morejo pridobiti bonitet, ki izhajajo iz statusa turističnega območja). V tem primeru so ustanovitelji RTO lahko LTO iz območja tistih občin, ki imajo status turističnega območja, drugi subjekti iz območij občin, ki nimajo statusa pa pristopijo kot soustanovitelji (občine, gospodarski subjekti, društva ipd.) neposredno v RTO. Vendar mora za ustanovitev RTO vseeno obstajati povezava vsaj (najmanj) dveh (bolje najmanj treh) LTO.

Priporočljivo je, da se o oblikovanju območja turistične regije in ustanavljanju RTO razmislija že v času oblikovanja in ustanavljanja lokalnih turističnih organizacij. Na tak način (razmišljanja o širših kasnejših povezavah) se bo mogoče tudi lažje dosegla odločitev o oblikovanju turističnih območij in lokalnih turističnih organizacij. Z načrtovanjem povezav posameznih turističnih območij v času njihovega nastajanja bo tudi hitreje prišlo do ustanovitve RTO in koristi, ki iz tega izhajajo za njene ustanovitelje. Pri načrtovanju RTO je namreč potrebno izhajati iz interesa turističnih območij oz. subjektov, ki se povezujejo v LTO, saj so oni bistveni dejavniki za ustanavljanje RTO.

Pri oblikovanju RTO je tudi zelo priporočljivo doseči dogovor s katero od obstoječih organizacijskih oblik turizma na regionalni ravni o izvajanju skupaj dogovorjenih poslov za potrebe RTO. To pomeni, da za delovanje regionalnih turističnih organizacij ni potrebno postavljati povsem nove administracije, iskati prostorov ipd., če že obstajajo določene organizacije, ki to lahko opravljajo za potrebe RTO.

Med temi organizacijami so verjetno najprimernejše regijske turistične zveze, ki marsikje razpolagajo z veliko izkušnjami, prostori in določeno administracijo. Lahko pa je to seveda tudi kakšna druga organizacija. Na vsak način pa je priporočljivo najprej ugotoviti, ali turistična zveza v regiji lahko opravlja določene funkcije za RTO, s čemer se po eni strani lahko zagotovi določena kontinuiteta odnosov (saj so tudi do sedaj turistične zveze združevale veliko dejavnikov pri svojem delu), pa tudi večja učinkovitost porabe skupnih sredstev v RTO. Seveda pa je to samo priporočilo, o katerem se dokončno odločijo lokalne turistične organizacije in drugi ustanovitelji glede na specifične svojih interesov in okolja v katerem delujejo.

### Funkcije in vsebina dela regionalnih turističnih organizacij

Osnovni princip delovanja RTO je, da opravlja tiste funkcije in posle, za katere se dogovorijo ustanovitelji oz. LTO (in morebitni drugi ustanovitelji). To pomeni, da bo tudi do ustanavljanja RTO prišlo na tistih območjih, kjer bodo LTO znale razmejiti, katere so tiste zadeve in funkcije, ki jih je smiselno in bolje opravljati na lokalni ravni in katere je smiselno zaradi večje učinkovitosti združevati na regijski ravni. Zakon o pospeševanju turizma v prvem odstavku 9. člena navaja, da se RTO ustanovljajo zaradi interesov po usklajevanju turistične ponudbe več turističnih območij. Iz tega mora izhajati tudi vsebina dela RTO.

Odločitev o tem, katere funkcije bo opravljala RTO, je seveda v rokah ustanoviteljev (torej LTO), vendar bomo v tej točki priročnika navedli nekaj osnovnih izhodišč in tudi konkretnih napotkov. Funkcije LTO smo navedli že v prejšnji številki TURIZMA. V odnosu LTO in RTO pa lahko funkcije in naloge na splošno razdelimo, kot je predstavljeno v spodnji tabeli:

Bistvene funkcije LTO	Bistvene funkcije RTO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oblikovanje in operativni razvoj turistične ponudbe;</li> <li>• Organizacija in koordinacija turističnih prireditelj;</li> <li>• Turistične informacije na turističnem območju (TIC);</li> <li>• Prodajno trženje turističnih ponudb;</li> <li>• Prodajno naravnana turistična promocija na bližnjih tržiščih;</li> <li>• Upravljanje ali sodelovanje pri upravljanju objektov skupne turistične infrastrukture na območju;</li> <li>• Koordinacija aktivnosti občin, gospodarskih subjektov in turističnih društev.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usklajevanje oblikovanja in razvoja turistične ponudbe na širšem območju večjega števila LTO;</li> <li>• Načrtovanje razvoja in trženja skupnih turističnih proizvodov v regiji;</li> <li>• Promocija turistične ponudbe regije na srednje oddaljenih in oddaljenih tržiščih;</li> <li>• Usposabljanje in izobraževanje turističnih subjektov v regiji;</li> <li>• Izvajanje tržnih analiz in posredovanje informacij iz širšega okolja ustanoviteljem in drugim turističnim subjektom v regiji;</li> <li>• Zastopanje interesov ustanoviteljev v nacionalni turistični organizaciji in drugih institucijah države.</li> </ul>

Seveda bodo funkcije, ki jih bo opravljala določena RTO, odvisne tudi od stopnje razvosti turizma na turističnih območjih lokalnih turističnih organizacij, ki bodo ustanoviteljice RTO, in organiziranosti teh lokalnih turističnih organizacij.

### Financiranje regionalnih turističnih organizacij

O financiranju RTO se na vsak način dogovorijo ustanovitelji (torej LTO in morebitni drugi ustanovitelji). Pri tem bodo seveda osnovno financiranje morale zagotavljati LTO (in drugi ustanovitelji) iz svojega proračuna v delu in na način za katerega se bodo dogovorili v ustanovitvenem aktu RTO. Pri tem lahko LTO zagotavljajo del sredstev v določeni stalni višini za opravljanje osnovnih nalog RTO, za katere se dogovorijo, drugi del pa dogovarjajo projektno vsako leto posebej oz. glede na naravo projekta tudi med letom.

Zakon o pospeševanju turizma spodbuja ustanavljanje RTO tudi tako, da jim, z določilom tretjega odstavka 9. člena, zagotavlja sofinanciranje njihovih promotivnih aktivnosti in njihovo sodelovanje pri oblikovanju programa aktivnosti NTO:

To pomeni, da bodo RTO, ki bodo ustanovljene na način, kot ga določa 9. člen zakona, pridobile pravico, da sodelujejo pri oblikovanju programa aktivnosti NTO in do sofinanciranja svojih promocijskih aktivnosti, vendar pod pogoji, ki

\*Subjekti iz prvega in drugega odstavka tega člena (op.a.: regionalne in področne turistične organizacije) pridobijo pravico do sooblikovanja programa aktivnosti nacionalne turistične organizacije in pravico do sofinanciranja njihovih promotivnih aktivnosti v skladu z določili ustanovitvenega akta nacionalne turistične organizacije.

<sup>2</sup> tretji odstavek 9. člena ZPT (UR.L.RS, št. 57/98)

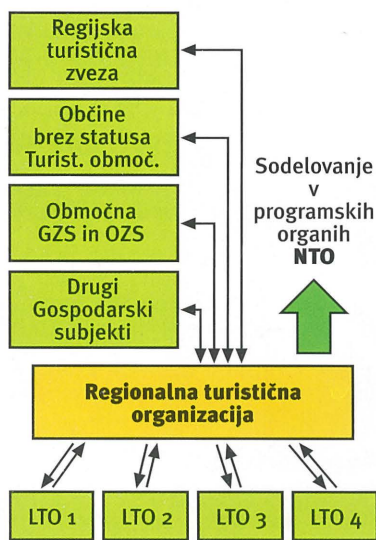
bodo določeni v ustanovitvenem aktu NTO. Ta ustanovitveni akt je uredba o ustanovitvi, ki jo bo sprejela Vlada RS oz. spremenila dosedanje uredbe o ustanovitvi Centra za promocijo turizma Slovenije. Glede sofinanciranja aktivnosti regionalnih turističnih organizacij pa bo NTO najverjetneje sprejel posebni pravilnik, ki bo prav tako spodbujal povezovanje v regionalne turistične organizacije saj bo daljal prioriteto pri sofinanciranju večjim LTO in regionalnih turističnih organizacijam.

Tudi zaradi tega je zelo smiselno čimprejše povezovanje LTO v regionalne turistične organizacije, še posebej tam, kjer bo obstajalo večje število manjših LTO. S tem se bo namreč povečala prodornost in razpoznavnost turistične ponudbe kot tudi pogajalska pozicija območja v okviru nacionalne turistične organiziranosti.

**Oblika organiziranosti regionalnih turističnih organizacij**

RTO se glede na dikcijo zakona in njeno funkcijo mora ustanoviti v eni od dovoljenih pravno organizacijskih oblik kot pravna oseba (saj so tudi njeni ustanovitelji pravne osebe). To je lahko ena od pravno organizacijskih oblik po Zakonu o gospodarskih družbah (npr. G.I.Z., d.o.o., d.d., idr.) ali tudi kot zavod po Zakonu o zavodih ipd. Oblika organiziranosti bo odvisna predvsem od števila ustanoviteljev in funkcij, ki jih bodo poverili regionalni turistični organizaciji. Okvirna shema zunanje organiziranosti tipične RTO je lahko na primer:

**Slika 7: okvirna shema organiziranosti regionalne turistične organizacije**



**Področna turistična organizacija**

Pod organizacijski pojem področne turistične organizacije ZPT šteje tiste organizacije, ki jih ustanovijo subjekti, ki oblikujejo istovrstno turistično ponudbo, kot so npr. zdravilišča, igralnice, hoteli, kongresni centri, turistične agencije, ipd.

Med tipičnimi predstavniki organizacij, ki v Sloveniji delujejo že dlje časa in se lahko štejejo za področno turistično organizacijo, je predvsem Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč (organizirano kot gospodarsko interesno združenje), ki združuje 15 slovenskih naravnih zdravilišč in ima sedež v Celju. Na podoben način se v zadnjem času organizirajo tudi drugi ponudniki, kot npr. združenje turističnih agencij, hotelsko združenje, združenje igralnic, združenje turističnih kmetij, ipd.

Poudariti pa je potrebno, da bo Ministrstvo, pristojno za turizem, in tudi Nacionalna turistična organizacija v svojih aktih morala natančneje opredeliti pogoje, pod katerimi bo določena področna organizacija lahko uresničevala pravice iz tretjega odstavka 9. člena ZPT (enako RTO) glede sooblikovanja programa aktivnosti NTO in sofinanciranja promotivnih aktivnosti iz naslova NTO.

Področna turistična organizacija namreč s svojo ustanovitvijo pridobi enake pravice, kot smo jih navedli za RTO. Pri tem pa mora takšna organizacija seveda zagotavljati reprezentativnost istovrstne ponudbe za celotno območje Slovenije. Organizacija, ki bi združevala le manjše število ponudnikov določene vrste ponudbe glede na celoten obseg te ponudbe v Sloveniji ali le ponudnike te ponudbe iz določenega geografskega območja, se ne more predstavljati za področno turistično organizacijo in uresničevati pravic iz tretjega odstavka ZPT.

Področne turistične organizacije ustanovljajo predvsem gospodarski subjekti, ki opravljajo istovrstno ali podobno dejavnost na področju turizma zaradi uresničevanja skupnih interesov na naslednjih področjih:

- izvajanje tržnih analiz na skupnih tržiščih;
- strokovno izpopolnjevanje in usposabljanje osebja na skupnih področjih;
- skupno trženje (promocija) na skupaj dogovorjenih tržiščih;
- zastopanje interesov ustanoviteljev od raznih javnih institucij (vplivanje na oblikovanje zakonodaje, pogoje poslovanja ustanoviteljev, ipd.);
- ipd.

<sup>3</sup> Subjekti, ki oblikujejo istovrstne ponudbe, kot npr. zdravilišča in podobno, lahko ustanovijo področno turistično organizacijo.  
<sup>3</sup> drugi odstavek 9. člena ZPT (Ur.L.R.S., št. 57/98)

Področne turistične organizacije so lahko organizirane v eni od možnih pravno organizacijskih oblik v skladu z Zakonom o gospodarskih družbah.

**Nacionalna turistična organizacija**

**Osnovne opredelitve organiziranosti slovenskega turizma na nacionalni ravni**

V okviru široko zastavljenih ukrepov in aktivnosti z "Resolucijo o strateških ciljih na področju turizma v Republiki Sloveniji...", sprejeto v Državnem zboru RS januarja 1995, je na področju trženja in organiziranosti turizma na nacionalni ravni bila predvidena tudi ustanovitev posebnega zavoda za promocijo turizma. Vlada RS je že 14. aprila 1995 s posebno "Uredbo o ustanovitvi javnega gospodarskega zavoda "Center za promocijo turizma Slovenije-CPTS (Ur.L.R.S., št.21/95 in kasnejša sprememba v Ur.L.R.S., št.52/97)" ustanovila CPTS, ki je v skladu s svojim poslanstvom, pri katerem je bilo najpomembnejše delovanje za uspešen razvoj in uveljavljanje slovenske turistične ponudbe na ciljnih tržiščih doma in v tujini, izvajal predvsem aktivnosti na področju trženja turistične ponudbe. Ustanovitelj CPTS je sicer bila le Vlada RS, vendar pri njegovem upravljanju preko članstva v upravnem odboru sodeluje tudi Gospodarska zbornica Slovenije.

Že v postopku ustanavljanja in sprejetih organizacijskih in programskih smernicah CPTS pa je bilo delovanje v takšni obliki predvideno kot začasna varianta do preoblikovanja CPTS v širše zastavljeno "Nacionalno turistično organizacijo", ki bo zraven predvsem trženjskih aktivnosti izvajala tudi aktivnosti področju na razvoja turistične ponudbe in usposabljanja človeških virov v turizmu. V svoji zunanji organiziranosti pa naj bi se takšna organizacija povežala tudi z lokalnimi turističnimi organizacijami in tako oblikovala celovito piramido slovenske turistične organiziranosti. Po sprejemu Zakona o pospeševanju turizma, ki je v 2. členu<sup>4</sup> predvidel, da dejavnost pospeševanja turizma na nacionalni ravni opravlja NTO, v 5. členu<sup>5</sup> je predvidena njena dejavnost in v 50. členu<sup>6</sup> preoblikovanje dosedanjega CPTS v NTO, so izpolnjeni tudi pravno formalni pogoji za preoblikovanje CPTS v NTO.

Prav povezava turističnih subjektov javnega in zasebnega sektorja na lokalni ravni z enako smiselno organiziranostjo na nacionalni ravni predstavlja zaokroženje turističnega sistema v Sloveniji. Tako zaokrožen celovit sistem turistične organiziranosti bo lahko učinkovito izpolnjeval vse funkcije, ki so potrebne za razvoj in trženje slovenske turistične ponudbe.

V javnosti se sicer velikokrat zastavljajo vprašanja in dvomi o smiselnosti nove turistične organiziranosti tudi na nacionalni ravni, češ, da imamo že preveč turističnih organizacij kot npr. Turistična zveza Slovenije, Združenje za turizem in gostinstvo pri GZS, Sekcija gostincev pri OZS, Nacionalno turistično združenje ipd., Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem ter Svet za turizem pri Vladi RS.

Res je, da je v Sloveniji navidez veliko organizacij, ki se delno ali v celoti ukvarjajo s turizmom, vendar je potrebno vedeti, da so te organizacije organizirane panožno oz. po dejavnostih in da, glede na njihovo članstvo, ne zajemajo turizma kot celovite dejavnosti.

V zbornicah se npr. združujejo samo gospodarski subjekti po panogah, v Turistični zvezi pa ljubiteljska turistična društva, medtem ko resorno ministrstvo v Vladi RS predstavlja državo (javni sektor), nastajajo pa seveda tudi druga zasebna združenja, katerih smisel delovanja je uresničevanje konkretnih interesov svojega članstva (npr. Nacionalno turistično združenje) ipd.

Princip Zakona o pospeševanju turizma pa je horizontalno tudi na nacionalni ravni poveže vse te dejavnike oz. subjekte, ki le skupaj tvorijo celovito turistično ponudbo Slovenije, in jih vseje poveže z enako smiselno organiziranimi lokalnimi turističnimi organizacijami. NTO torej ni neka nova turistična organizacija, ki bi bila še ena izmed mnogih obstoječih, temveč organizacija, ki združuje vse dejavnike, ki so že do sedaj opravljali svoje funkcije v posameznih delih turističnega sistema v Sloveniji in na tak način dosega večjo učinkovitost in preglednost organiziranosti turizma v državi.

V tej točki zaenkrat žal še ne moremo prikazati natančnih osnov za NTO, saj jih mora doreči pristojno Ministrstvo za področje turizma z uskladitvijo uredbe o ustanovitvi dosedanjega Centra za promocijo turizma Slovenije, ki mora biti sprejeta do 29.8.1999 (eno leto po uveljavitvi Zakona). Iz ZPT pa izhaja, da mora organiziranost NTO zagotavljati v Zakonu opredeljene funkcije in vključevanje ter povezavo z lokalnimi, regionalnimi in področnimi turističnimi organizacijami.

Ker je ta sistem organiziranosti šele v načrtovanju, bo v praksi verjetno doživel tudi določene spremembe ali dopolnitve, ki pa ne bodo vplivale na bistveno poslanstvo NTO, kot jo določa ZPT. Zato v tem članku podajamo le okvirno shemo zunanje organiziranosti NTO v skladu z ZPT.

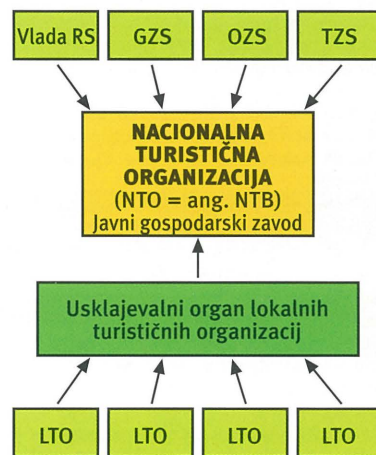
**Financiranje dejavnosti NTO**

Sredstva za financiranje dejavnosti NTO se zagotavljajo predvsem iz naslova proračuna RS in drugih virov v skladu z 29. členom ZPT:

<sup>7</sup> Ministrstvo, pristojno za turizem, nameni v vsakoletnem proračunu sredstva za opravljanje dejavnosti NTO na podlagi programa dela NTO, v katerem so zajeti tudi programi pospeševanja turizma na lokalni ravni. To pomeni, da mora program dela in finančni načrt NTO zajemati tako aktivnosti pospeševanja turizma na nacionalni ravni kot tudi sofinanciranje pospeševanja turizma na lokalni ravni (sofinanciranje aktivnosti lokalnih, regionalnih in področnih turističnih organizacij).

- <sup>7</sup> Viri financiranja za opravljanje dejavnosti iz drugega odstavka 5. člena (op.a.: dejavnost NTO) so:
- Sredstva proračuna Republike Slovenije iz naslova koncesijskih dajatev za prirejanje posebnih iger na srečo, ki so namenjena za razvoj in promocijo turizma na nacionalni ravni in sicer v višini, ki jo določa 74. člen zakona o igrar na srečo,
  - Prostovoljni finančni prispevki ustanoviteljev,
  - Lastni prihodki nacionalne turistične organizacije,
  - Darila in dotacije
- <sup>7</sup> 29. člen ZPT (Ur.L.R.S., št.57/98)

**Slika 8: okvirna shema zunanje organiziranosti NTO**  
Ustanovitelji NTO:



Zato je potrebno pri deležu sredstev, ki jih NTO pridobiva za izvajanje svoje dejavnosti od partnerjev v turističnem gospodarstvu vselej prikazovati oz. upoštevati vse tri oblike sredstev.

V preteklih štirih številkih revije TURIZEM smo poskušali bralcem predstaviti in tudi s praktičnimi primeri pojasniti osnovne opredelitve glede možnih oblik in načinov pospeševanja turizma, ki izhajajo iz Zakona o pospeševanju turizma. Vse navedbe v teh člankih pa se ne morejo smatrati za uradno interpretacijo oz. pojasnjevanje oz. razlago Zakona, ki ga lahko podaja samo Ministrstvo, pristojno za turizem, oz. zakonodajalec. Prepričani pa smo, da bo marsikakšen dvom ali vprašanje povezano z uresničevanjem zakona v praksi z upoštevanjem navodil in smernic podanih v teh člankih odpravljeno.

<sup>4</sup> drugi odstavek 2. člena ZPT  
<sup>(2)</sup> Dejavnost iz prejšnjega odstavka (op.a.: pospeševanje turizma) opravljajo:  
- turistična organizacija na lokalni ravni (v nadaljnjem besedilu: lokalna turistična organizacija),  
- turistična organizacija na nacionalni ravni (v nadaljnjem besedilu: nacionalna turistična organizacija)  
<sup>5</sup> 5. člen ZPT  
<sup>(1)</sup> za opravljanje dejavnosti iz prvega odstavka 2. člena tega zakona (op.a.: pospeševanje turizma) Vlada Republike Slovenije ustanovi nacionalno turistično organizacijo, h kateri lahko kot ustanovitelji pristopijo Gospodarska zbornica Slovenije, Obrtna zbornica Slovenije, Turistična zveza Slovenije ter lokalne turistične organizacije in druge zainteresirane organizacije na nacionalni ravni.  
<sup>(2)</sup> Ustanovitelji nacionalne turistične organizacije v ustanovitvenem aktu določijo obliko organiziranosti in način upravljanja ter dejavnosti, ki obsega najmanj:  
- usklajevanje in pospeševanje lokalnih turističnih ponudb,  
- oblikovanje celovite turistične ponudbe Slovenije,  
- promocijo turistične ponudbe Slovenije,  
- komuniciranje s turističnimi trgi v tujini,  
- vzpostavitev mreže turističnih predstavništev v tujini,  
- delovanje informacijskega sistema za potrebe pospeševanja turizma  
<sup>6</sup> 50. člen ZPT  
Vlada Republike Slovenije v roku enega leta od uveljavitve tega zakona uskladi uredbo o ustanovitvi javnega gospodarskega zavoda "Center za promocijo turizma Slovenije" (Uradni list RS, št.21/95) z določbo 5. člena tega zakona.  
<sup>7</sup> povzete in interpretacije prvega odstavka 31. člena ZPT (Ur.L.R.S., št.57/98)

# Projekt T/PS (Turistične informacije in promocija Slovenije) bomo uresničili s skupnimi močmi

**Jurij Pirš  
Andrej Drapal**

## Načela in cilji sistema TIPS

Načela in cilji sistema TIPS so bili predstavljeni bralcem Turizma pred enim letom, ko je bil projekt šele dobro zasnovan. Če ponovimo v najkrajši obliki: TIPS je mreža informacijskih in promocijskih točk za turiste na mestih, kjer se turisti najbolj zadržujejo; na teh mestih se posredujejo informacije v vseh možnih oblikah (pisne, tiskane, panoji, elektronske informacije), informacijsko-promocijske točke pa so povezane v enoten in prepoznaven sistem države Slovenije.

Vlada Republike Slovenije je v svojem sklepu št. 390-03/99-1 (I) z dne 11.3.1999 pooblastila Center za promocijo turizma Slovenije za izvedbo tega projekta.

## Informacijsko-promocijski elementi in organizacijske oblike sistema TIPS

Informacijski in promocijski elementi sistema TIPS so:

- panoji dobrodošlice in poslovilni panoji na mednarodnih cestnih mejnih prehodih,
- informacijske table,
- interaktivna mreža informacijskih kioskov,
- domača stran na Internetu,
- CD ROM "Dobrodošli v Sloveniji,"
- turistična radijska frekvenca,
- tedenski informator o dogodkih in Sloveniji ter
- posamezne tiskovine, zemljevidi, prikazi in drugi vsebinski elementi, ki se bodo stalno ali občasno pojavljali na informacijskih točkah.

Organizacijske oblike TIPS oziroma tipi informacijsko-promocijskih enot so označeni s številkami: od "TIPS 1" do "TIPS 5" in sicer:

- **TIPS 1:** Centralna informacijska pisarna bo vozlišče sistema in bo kot povezovalac zagotavljala enovitost in nadzorljivost sistema; to funkcijo opravlja v sedanji fazi Center za promocijo turizma Slovenije (CPTS);
- **TIPS 2:** Regionalne informacijske pisarne;
- **TIPS 3:** Turistični informacijski centri (TIC) bodo imeli enako sestavo: vsaj ena oseba, informacijski kiosk in informacijska tabla; TIC-i bodo v turističnih krajih in na 11 najpomembnejših mejnih prehodih v sodelovanju z obstoječimi informacijskimi točkami na teh prehodih;
- **TIPS 4** (ali informacijsko-promocijske točke A): Locirane bodo na najbolj obiskanih točkah (4 večji mednarodni cestni mejni prehodi in 18 počivališč ob avtocestah, letališče Brnik, železniška postaja Ljubljana) in bodo imele informacijske kioske in informacijske table;
- **TIPS 5** (ali informacijsko-promocijske točke B): Opremljene bodo z informacijsko tablo; te bodo na 29 ostalih mednarodnih cestnih mejnih prehodih in 46 ostalih počivališč ob avtocestah ter drugih lokacijah, kjer bo izražen interes.

Ob tem bodo na vseh mednarodnih cestnih mejnih prehodih postavljeni na primernih mestih tudi panoji dobrodošlice in poslovilni panoji. Panoji bodo dimenzije 4,0 x 3,0 m s pozdravom oziroma poslovilnitvijo v treh jezikih: slovenskem, angleškem in jeziku sosednje države.

## Informacijske table

Informacijske table bodo dimenzije 3,0 x 1,68 m z informacijami v štirih jezikih (slovenskem, angleškem, nemškem in italijanskem). Imele bodo informacijski in komercialni del. Informacijski del bo imel nacionalni sveženj informacij in zemljevid Slovenije ter informacije o kulturnih spomenikih in naravnih znamenitostih območja, na katerem bo tabla stala, z zemljevidom območja. Na levi strani table bo nacionalni komercialni del s prostorom za

5 nacionalnih sponzorjev, na desni strani pa 20 mest za območne oglaševalce. Table bodo imele lastnike in upravljavce, pri posebnih partnerjih, kot je na primer DARS, pa bodo imele tudi njihovo obeležbo in njihove informacije ter bodo za 25 cm širše (širine 1,93 m). Komercialni del bo v imenu CPTS tržil koncesionar, ki bo iztržena sredstva po odstetju svojega deleža razdelil med CPTS, lastnike tabel in njihove upravljavce.

## Turistična informacijska mreža (TIM)

Pri projektu TIPS moramo posebej izpostaviti mrežo TIM (Turistična informacijska mreža Slovenije), ki že deluje v okviru CPTS in jo vzdržuje in razvija Creativ, d.o.o. iz Murske Sobotice. TIM predstavlja že delujoče iz širšega sistema TIPS in bo tudi ostal - kot računalniška baza za:

- predstavitev skozi domačo stran [www.touristt.board.si](http://www.touristt.board.si) (že obstoječe);
- predstavitev na informacijskih kioskih - touch screen ekranih (predvidenih ca 80 po Sloveniji);
- predstavitev na vsakoletnem CD ROM-u (že obstoječe);
- interno informiranje in komuniciranje med člani mreže (že obstaja);
- sistem elektronskega naročanja turističnih kapacitet (v vpeljavi);
- ...

TIM je namenjena vsem, ki želijo aktivno vplivati na vsebino in predstavitev slovenske turistične ponudbe na elektronskih medijih. Podatki o slovenskem turizmu so zapisani v multimedijki obliki (teksti, slike, video zapisi, zvočni zapisi, animacije) v osrednji podatkovni bazi. Razvrščeni so po regijah in krajih v 51 skupin ponudbe, ki zajemajo vse od predstavitve krajev hotelov, motelov, restavracij, gostiln, zdravilišč, kongresnih centrov preko igralnic, športa, muzejev, prireditvev pa do prometa in menjalnic. Distribucija podatkov, zapisanih v osrednji multimedijki podatkovni bazi, poteka prek članov TIM z online dostopom, preko domače strani na Internetu ter z občasnimi izdajami zbranih podatkov na CD ROM-u "Dobrodošli v Sloveniji".

Član mreže dobi ob vstopu v mrežo celotno bazo podatkov lokalno na njegov računalnik in vso potrebno programsko opremo. Vsak dan lahko član mreže s komunikacijo prek Interneta ažurira svoje podatke in sporoča novosti v osrednjo podatkovno bazo. Z ustreznim tiskalnikom lahko Turistični informacijski center (TIC) na zahtevo gosta tiska informacije, lahko pa namesti tudi informacijski kiosk, kjer si gostje informacije sami izbirajo.

Mreža TIM z vsemi s vsemi oblikami posredovanja informacij (online dostop, CD ROM, Internet) je istočasno informacijski in promocijski element sistema TIPS. TIC, člani mreže TIM, postanejo v sistemu TIPS informacijsko - promocijske točke "TIPS 3".

Za popolno opremljenost TIC -a kot točke TIPS -3 so poleg vsaj ene redno angažirane osebe predvideni še informacijski kiosk (z instaliranim programom mreže TIM) - z izloženim informacijskim ekranom, če infrastruktura dovoljuje njegovo vgradnjo - ter informacijska tabla.

Sedaj je vključeno v mrežo TIM 22 TIC-ev, v teku pa so razgovori še s šestimi. Po predlogu prvih dogovorih s Kompas MTS-a naj bi TIC-i delovali tudi na 11 mednarodnih mejnih prehodih. Smotno je, da se vsi TIC-i v Sloveniji čimprej povežejo v mrežo TIM, operativno pa usklajuje njihove pristope CPTS.

## Celostna grafična podoba sistema TIPS

Eden od predpogojev za sodelovanje v sistemu TIPS je vsaj minimalna usklajenost s celostno grafično podobo TIPS.

Sistem TIPS ima svojo enotno celostno grafično podobo, ki izhaja iz celostne grafične podobe slovenskega turizma. Zato mora tudi vsak TIC, ki je

vključen v sistem TIPS, pri opremi in oblikovanju svoje notranjosti in zunanosti upoštevati elemente celostne grafične podobe sistema TIPS, ki so zapisani tudi v posebnem priložniku.

## Vloga občin pri vzpostavljanju sistema TIPS

Pri vključevanju v mrežo TIM je pomembna vloga občin, posebej ob novem Zakonu o pospeševanju turizma, po katerem občine ustanavljajo Lokalne turistične organizacije (LTO) in turistične informacijske centre kot njihov obvezen sestavni del. V mrežo TIM se je mogoče vključiti že sedaj, vključi pa se lahko glede na stanje organiziranosti TIC, LTO ali pa občina sama neposredno. Z vključitvijo član pridobi:

- vse ugodnosti, ki izhajajo iz že delujoče mreže TIM;
- izhodišče za dogovore za vključevanje v TIPS in s tem za vse finančne in druge ugodnosti, ki izhajajo iz sistema TIPS.

Projekt TIPS predvideva, da bodo občine, TIC ali LTO lahko:

- lastniki in upravljavci posameznih elementov TIPS;
- upravljavci določenih elementov TIPS, katerih lastniki bodo druge organizacije;
- tržniki oglašnega prostora na elementih TIPS.

Kot je že bilo navedeno, je predvideno, da bodo informacijske table sistema TIPS stale:

- ob TICih, povezanih v mrežo TIM, kot sestavni del posameznega centra,
- na počivališčih ob avtocestah (predvideno na 64 lokacijah),
- na vseh 44 mednarodnih cestnih mejnih prehodih,
- na nekaterih letališčih in železniških postajah,
- na počivališčih ob drugih državnih cestah, razen ob avtocestah,
- na drugih lokacijah, kjer se turisti največ zadržujejo in bo zanje izražen poseben interes.

Občina, TIC ali LTO lahko postane lastnik posamezne informacijske table tako, da povrne CPTS materialni del stroškov postavitev informacijske table (v tem trenutku okoli 400.000 SIT). S tem pridobi pravico na deležu od iztržka zakupa prostora na informacijskih tablah. Ob tem mora avtomatično prevzeti tudi naloge upravljanja z informacijskimi tablam, ki so povzete v nadaljevanju. Tudi s tem pridobi pravico na deležu od iztržka zakupa prostora na informacijskih tablah.

Občina, TIC ali LTO pa lahko postane tudi samo upravljavec informacijskih tabel. Takrat je upravičena samo do tistega deleža od iztržka, ki izhaja iz upravljanja.

Vsaka posamezna občina pa mora določiti upravljavce vseh tabel na svojem območju. Kot je že bilo rečeno, lahko občina s tablam upravlja neposredno ali pa jih s posebno pogodbo preda v upravljanje lokalni turistični organizaciji, TICu, turističnemu društvu ali pa drugim za turizem pristojnim turističnim organizacijam.

## Nosilec pravice in dolžnosti upravljanja mora:

- skrbeti za vzdrževanje informacijskih tabel v skladu s CGP sistema TIPS;
- skrbeti za urejenost objekta in njegove okolice;
- skrbeti za namestitvev in zamenjavo nacionalnih in območnih informacijskih in komercialnih elementov v povezavi s CPTS in koncesionarjem za trženje.

Za opravljanje teh dolžnosti mu pripadajo iz komercialnega dela iztržena sredstva v skladu z

razmerji, ki so opredeljena v poglavju o trženju projekta TIPS.

Nosilec pravice in dolžnosti upravljanja lahko tudi trži območni komercialni del, za kar mu spet pripadajo iztržena sredstva v skladu z razmerji, ki so opredeljena v poglavju o trženju TIPS.

V vsakem primeru bodo lastniki informacijskih tabel tudi druge organizacije. Predvideno je, da se bo s postavljanjem informacijskih tabel pričelo najprej na počivališčih ob avtocestah v sodelovanju z DARS. Tudi v tem primeru bodo posamezne občine morale določiti upravljavce vsake table.

Prve analize kažejo, da se bo vložek v informacijske table in druge elemente TIPS povnil v dveh do petih letih. Stroškovni in prihodkovni razdelilnik, ki natančno opredeljuje razmerja, je na voljo na Centru za promocijo turizma Slovenije, pri Lučki Letici.

## Posebna prošnja občinam

CPTS prosi vse občine, na katerih območju se nahajajo počivališče ob avtocesti z informacijsko tablo, da se aktivno vključijo v postavljanje informacijskih tabel in po najkrajšem možnem postopku poskrbijo za izdajo potrebnih dovoljenj za postavitev tabel ali pomagajo pri zagotovitvi potrebne dokumentacije.

Seveda prosi CPTS občine, da to storijo tudi pri postavljanju vseh ostalih informacijskih tabel, ki bodo sledile ob TICih, na mejnih prehodih in drugih predvidenih lokacijah.

CPTS prosi občine, da kot bodoči nosilci upravljanja informacijskih tabel poskrbijo za eventualno potrebno ureditev okolice lokacij (na primer: izravnavna zemljišča, ureditev okolice, namestitvev klopi, montaža telefonske govornice, odstranitev obstoječih tabel, ki bi ovirale informacijsko tablo, odstranitev različnih tabel, postavljenih brez dovoljenj, in nevzdrževanih tabel ipd.). Ta prošnja velja tudi v zvezi s postavljanje panojev dobrodošlice in poslovilnih panojev na mejnih prehodih, pri čemer bo treba ob namestitvi panojev sistema TIPS poskrbeti za odstranitev vseh dosedanjih pozdravnih in poslovilnih tabel za prihod v Slovenijo oziroma odhod iz nje.

Dinamika postavitev elementov sistema TIPS bo odvisna od zagotovitve finančnih sredstev posameznih lastnikov in CPTS ter od pripravljenosti občin za sodelovanje pri zagotovitvi potrebnih dovoljenj za postavitev in ureditev predvidenih lokacij.

Za članstvo TIC v mreži TIM in postavitev informacijskih tabel ob njih bodo dali pobudo in zagotovili potrebna finančna sredstva posamezni TIC-i oziroma občine. CPTS bo pri tem sodeloval s prispevkom, ki bo odvisen od razpoložljivih proračunskih in drugih sredstev v ta namen.

Projekt TIPS je torej sedaj v fazi, ki občinam in vsem drugim zainteresiranim turističnim subjektom omogoča konkretno sodelovanje ter s tem daje možnosti, da ob boljšem sistematičnem informiranju turistov in promoviranju turistične ponudbe na državni ravni zagotovi tudi njim učinkovitejše informiranje in boljše promocijo, ter s tem tudi na lokalnem nivoju večji turistični priliv.



# V maju in juniju vrsta konkretnih akcij pospeševanja prodaje in odnosov z javnostmi

**✳ Uspešna turistična delavnica s predstavitvijo slovenske turistične ponudbe v Tel Avivu** - 11. maja je CPTS v sodelovanju s slovenskim nacionalnim prevoznikom Adrio Airways oziroma njihovim predstavništvom v Izraelu ter z MGMT v hotelu Radisson Moriah Plaza v izraelskem Tel Avivu organiziral izredno uspešno turistično delavnico s predstavitvijo slovenske turistične ponudbe. Udeležilo se je več kot 80 izraelskih organizatorjev potovanj in 20 novinarjev, kar je v tem času, ko večina vzhodnoevropskih oziroma vzhodnomediterranskih držav išče načine omilitve vpliva krize na njihove turistične tokove, izjemno dober odziv. Skupina okoli 20 predstavnikov slovenskega turističnega gospodarstva iz blejskih, bohinjskih in kranjskogorskih hotelov, zdravilišč Terme Čatež, Atomske Toplice, Rogaška, Laško in Krka Zdravilišč in nekaj slovenskih incoming agencij je v Tel Avivu odpotovala že v nedeljo, 9. maja, kjer je zvečer potekal sprejem veleposlanice Republike Slovenije v Izraelu Darje Bavdaž Kuret, nato pa so imeli dan rezerviran za individualna srečanja z izraelskimi organizatorji potovanj. Poleg slovenskega turističnega gospodarstva in predstavnikov CPTS je bil na tridnevnem obisku v Izraelu tudi minister Janko Razgoršek, ki se je v tem času sestal z generalnim direktorjem Ministrstva za turizem Izraela Shabtai Shayem ter nekaterimi drugimi ministrskimi predstavniki, skupaj z veleposlanico pa se je udeležil tudi predstavitev slovenske turistične ponudbe.

**✳ Slovensko turistično gospodarstvo se predstavlja na britanskem trgu** - Podobna akcija pospeševanja prodaje s turistično delavnico v organizaciji CPTS poteka prav te dni in sicer 18. in 19. maja v poslovni stavbi British Airways "Waterside" na londonskem

letališču Heathrow.

**✳ Dogovori o novih tovrstnih akcijah potekajo pravzaprav vsakodnevno** - Na nemškem trgu je 15. maja v Rehlingu pri Ausburgu potekala predstavitev slovenske turistične ponudbe pri organizatorju potovanj Hörman Reisen, 19. maja pa v Münchnu novinarska konferenca. Na pobudo mariborske agencije Van Gogh in ob pomoči predstavništva CPTS v Milanu je bila med 14. in 16. majem na tridnevnem študijskem potovanju po Sloveniji skupina okoli 20 italijanskih organizatorjev potovanj in agentov. V Semriachu, nekaj kilometrov severno od Gradca, bo 28. maja v hotelu Trattnerhof potekal Avenikov večer s Slavkom Avenikom in Gašperji, na katerem pričakujejo okoli 3000 obiskovalcev, in s predstavitvijo možnosti počitnikovanja v Sloveniji. Te akcije potekajo neposredno iz CPTS oziroma turističnih predstavništev CPTS v tujini, CPTS pa hkrati tudi nudi vso strokovno in organizacijsko pomoč slovenskemu turističnemu gospodarstvu pri njihovih projektih na področju organiziranega in individualnega turizma, s katerimi poskušajo preprečiti nadaljnje odpovedi rezervacij in ponovno spodbuditi povpraševanje.

**✳ Mednarodni turistični sejem ITTF v Zagrebu** - Med 12. in 15. majem je bila slovenska turistična ponudba v organizaciji CPTS prisotna tudi na ITTF '99 v Zagrebu. V četrtek, 13. maja, je bila ob glasbi ansambla Štajerskih 7, pogostitvi Turistične kmetije Urška in vin iz Dravinjske doline na slovenski stojnici "vesela urica", v petek, 14. maja, pa je v organizaciji HIT-a potekal slovenski dan.

**✳ Slovenija prisotna na padovskem sejmu, sredi junija pa še v Bologni** - Ob

zaključku zagrebškega sejma se je 15. maja slovenski turizem začel predstavljati na turističnem delu padovskega sejma Padova Tour - Turismo & Viaggi, ki bo trajal vse do 23. maja. Poslovne partnerje in novinarje bo CPTS v petek, 21. maja, povabil na srečanje na slovenski stojnici, kjer bo za pogostitev posrbel Hotel Hvala iz Kobarida, postregli pa bodo z vrhunskimi vini blagovne znamke Marka Skočaja Dolfo.

**✳ Številni obiski tujih novinarjev** - V programu dodatnih akcij pa Center za promocijo turizma Slovenije daje velik poudarek odnosom z javnostmi in v okviru tega individualnim in skupinskim študijskim potovanjem tujih novinarjev po Sloveniji. V tem času je namreč še posebej pomembno, da se v krogih tujih javnosti širi podoba Slovenije kot zanimive turistične destinacije s privlačno turistično ponudbo in da se v kar največji možni meri ne omenja situacija na Balkanu. V prvih štirih mesecih je tako Slovenijo obiskalo 98 tujih novinarjev, v maju in juniju pa se bodo ti prihodi še bolj intenzivirali.

**Maja so bili na individualnih ali študijskih potovanjih v Sloveniji:**

- nemški novinar iz Redaktionsbüro IKKS iz Hamburga;
- trije britanski novinarji iz BBC Radio 5;
- dva švedska novinarja, ki pripravljata vodnik po Sloveniji v švedskem jeziku (med 21. in 30. junijem bosta v Sloveniji na drugem delu študijskega obiska);
- direktor revije Vin & Gastronomie iz Francije;
- poljska snemalna ekipa TV Katowice;
- izraelska snemalna ekipa, ki je posnela reportažo o Sloveniji za izjemno gledan turistični program Masa Olami na nacionalni izraelski televiziji;
- italijanski novinar za športno turistično revijo Edisport Editoriale, ki pripravlja

članek na temo potovanja z motorjem v "Treh deželah";

- petdnevno študijsko potovanje je pravkar zaključila študijska skupina dvanajstih madžarskih novinarjev;

**Študijski obiski, ki potekajo v zadnji tretjini maja in ki so načrtovani za junij:**

- skupina trinajstih španskih novinarjev in gospodarstvenikov (22. do 29. maj);
- nemška snemalna ekipa produkcijske hiše VTV (20. do 30. maj);
- avstralski svobodni novinar, ki objavlja v časopisih, kot so The Sun Herald, The Weekend Australian, Travel Away, Australian Gourmet Travell itd (30. maj - 6. junij);
- nemška svobodna novinarka, ki objavlja na Saškem in Bavarskem (25. do 29. maj);
- dva ameriška svobodna novinarja (10. - 17. junij);
- študijsko potovanje francoskih novinarjev
- snemalna ekipa britanske televizijske hiše BBC, ki bo za program Holiday posnela turistično reportažo o Sloveniji (23. - 30. junij);
- britanski novinar (12. - 19. junij)
- nemški fotoreporter iz Redaktionsbüro Martina Feyerherd (20. - 27. junij)
- sredi junija (18. - 22. junij) bo prišla nova, letos že tretja študijska skupina predstavnikov italijanskih medijev, tokrat na temo Alpe Adria programa.

S tem pa junijski obiski novinarjev še vedno niso v celoti izčrpani, saj dogovori s tujimi novinarskimi hišami oziroma individualnimi svobodnimi novinarji potekajo, se usklajujejo in dopolnjujejo vsakodnevno (dodatne informacije Rok V. Klančnik ali Maja Rozman na o61 1891 840).

Letno poročilo Centra za promocijo turizma Slovenije za leto 1998 lahko najdete na spletnih straneh CPTS na naslovu: [www.tourist-board.si/aktualno.html](http://www.tourist-board.si/aktualno.html)

## Slovenija se na EIBTM v Ženevi predstavlja kot privlačna kongresna destinacija - katalog kongresne ponudbe "Meeting Point Slovenia" dopolnjen z novimi vložnimi predstavitvenimi listi

Od 18. do 20. maja je v Ženevi že dvanajstič zapovrstjo potekala borza EIBTM (The European Incentive & Business Travel & Meetings Exhibition), ki v svetu velja za najpomembnejšo poslovno prirediteljo na področju kongresnega turizma in motivacijskih potovanj. Slovenska ponudba kongresnega in poslovnega turizma se letos predstavlja že tretjič in sicer v organizaciji Centra za promocijo turizma Slovenije in Združenja za turizem in gostinstvo pri Gospodarski zbornici Slovenije.

Letošnji podatki o številu razstavljalcev (2.600 iz 112 držav) in površini skupnega razstavnega prostora (15.000 m<sup>2</sup>) so rekordni, prav tako pa je nad pričakovanji število poslovnih obiskovalcev v okviru t.i. "Hosted Buyers Programme", saj jih je kar 3250 obiskalo borzo na vabilo organizatorja, vsaj še enkrat toliko pa v lastni režiji. V primerjavi s drugimi turističnimi borzami število obiskovalcev ni tako visoko, vendar so le-ti skrbno izbrani in predstavljajo odločevalce različnih profilov, kot so strokovna in znanstvena združenja, korporacije in podjetja, EU, specializirane incentive agencije, ki iščejo nove destinacije za svoja srečanja v prihodnjih nekaj letih. Slovenski predstavniki kongresne ponudbe iz Ljubljane, Bleda in Portoroža so letos pod okriljem Centra za promocijo turizma Slovenije nastopali na stojnici v velikosti 32 m<sup>2</sup>. V pripravi na letošnjo borzo je Odbor za

kongresno dejavnost pri Združenju za turizem in gostinstvo pri GZS, ki je zaenkrat edini povezovalac slovenskih kongresnih ponudnikov, v sodelovanju s CPTS poskrbel za direktni mailing na izbranih 270 naslovov registriranih poslovnih



obiskovalcev. Za najavljene skupine iz Nemčije, Avstrije in Velike Britanije ter ostale poslovne obiskovalce je bila pripravljena degustacija slovenskih specialitet in vrhunskih vin.

Kakovostni napredek pri letošnji predstavitvi je tudi dopolnjen produktivni katalog slovenske kongresne ponudbe "Meeting Point Slovenia". Angleško edicijo kataloga, ki predstavlja kongresno Slovenijo po turističnih področjih, sta v nakladi 20.000 izdodov izdala Center za promocijo turizma Slovenije in Združenje za turizem in gostinstvo sicer že lani maja, pred kratkim pa sta ga dopolnila z enajstimi vložnimi listi z opisom posameznih kongresnih centrov in hotelov.

Tako se na štirih straneh z lokacijo, storitvami, referencami na področju organizacije kongresov, tehničnimi podatki, članstvom v mednarodnih organizacijah in dodatno ponudbo predstavlja Cankarjev dom, po dve strani pa sta posvečeni kongresnemu centru Hotelov Metropol, kongresnim in seminarskim prostorom Krke Zdravilišč, Term Čatež, Golf Grad Mokrice, Hitovega Hotela Perla, Zdravilišča Radenci, Zdravilišča Rogaška, G&P Hotelov Bled, Grand Hotela Emona in Avditorija Portorož. Ta, zdaj s konkretnimi predstavitvami slovenskih kongresnih ponudnikov dopolnjena publikacija, je po nekajletni vrzeli vsekakor dobrodošel pripomoček za prikaz naše države kot zanimive destinacije za kongrese in motivacijska potovanja, še posebno zdaj, ko je zanimanje načrtovalcev srečanj vse bolj usmerjeno k srednji in vzhodni Evropi.

## Predstavitev Skupnosti Julijskih Alp v Zagrebu

Za nami je naša skupna predstavitev turistične ponudbe skupnosti Julijskih Alp, ki smo jo imeli 6. maja 1999 v hotelu Esplanade v Zagrebu. Predstavili smo turistično ponudbo in novosti Bleda, Bohinja, Kranjske Gore in Doline Soče. Na Direkciji za turizem Bled predstavitev ocenjujemo kot uspešno, saj se je (osebno ali pisмено) odzvalo okoli 60 povabljenih predstavnikov turističnih agencij iz vse Hrvaške. Največ udeležencev je bilo iz Zagreba, vendar pa so nekateri prišli tudi iz Dalmacije in Istre.

Prvi del predstavitve v obliki video projekcije je prikazal Triglavski narodni park in področje Julijskih Alp ter opozoril na velike možnosti za športne aktivnosti, v drugem delu pa so se predstavniki hotelov na turistični delavnici srečali s konkretnim povpraševanjem s hrvaškimi organizatorji potovanj in agenti.

Kljub temu, da večina hrvaških agentov Bled, Bohinj, Bovec in Kranjsko Goro dobro pozna, pa so takšne delovne predstavitve zelo dobrodošle, saj pomenijo neposredni stik med ponudbo in povpraševanjem, glede na to, da pa so bili prisotni predstavniki vseh hotelskih hiš iz omenjenih krajev, pa prinašajo tudi informacije iz "prve roke". Hkrati je bil to dober uvod za predstavitev na turističnem sejmu ITTF '99, ki je potekal od 12. do 15. maja v Zagrebu. Gostje iz Hrvaške so v letu 1998 na tem območju realizirali 6% nočitev in so v strukturi nočitev po narodnosti gostov na petem mestu za Nemčijo, Anglijo, Italijo in Nizozemsko. Eva Štravs Podlogar

## Koper se ponaša z novim garni hotelom za poslovneže

Pristan, hčerinsko podjetje Luke Koper, je v začetku aprila odprlo nov Garni hotel Pristan, namenjen izključno poslovnim gostom. Deset sob in osem apartmajev so opremlili po željah modernega poslovneža, ki v hotelski sobi za nemotno in učinkovito delo pričakuje vso potrebno pisarniško opremo in tehnologijo, hkrati pa tudi udobje hotelske ponudbe. Tako so apartmaji sestavljeni iz dveh prostorov, od katerih je en opremljen kot delovna soba, primerna za sestanke s poslovnimi partnerji, v največjem rezidenčnem apartmaju pa je ta prostor celo spremenjen v manjšo sejno sobo. Sobe imajo vso potrebno tehnično opremo; poleg televizije z videorekorderjem je tu še fax, računalnik s tiskalnikom in dostop do svetovnega spletnega omrežja, po potrebi poskrbijo še za drugo opremo, poslovneži pa bodo imeli na voljo tudi likalno mizo in likalnik. Zjutraj jim postrežejo z zajtrkom, ker pa je Pristan tipa garni hotela, bodo lahko na kosilo ali poslovno večerjo zavili v bližnjo restavracijo Pristan, prav tako v lasti te družbe. Ekipo pod taktirko direktorice Nede Ritoša in vodje hotela Kamile Jelenk je mlada, zato pa še toliko bolj pripravljena na sprejemanje novih izzivov.



## Autocommerce krepi touroperatorstvo mrežo

Autocommerce d.d. in nemška družba ACM, ki se že vrsto let ukvarja z organiziranjem potovanj za nemške turiste, sta aprila letos sklenila dogovor o ustanovitvi skupne družbe z imenom Sunny Holidays s sedežem v Oberurselu blizu Frankfurta. Cilj družbe je s prepoznanimi destinacijami, kot so Slovenija, Hrvaška, Češka in Azija, osvojiti pomemben tržni delež na področju organiziranega turizma v Nemčiji. Družba ACM se je v minulih letih predvsem ukvarjala s "charterskim" trgov, organizacijo turističnih potovanj pa se je izvajala pod blagovno znamko Sunny Holidays. Z vstopom Autocommerce d.d. (oziroma njegovega poslovnega področja Turizem) v partnerstvo z ACM in s prevzemanjem večinskega deleža v novo ustanovljeni skupni družbi Sunny Holidays pa se bo touroperatorstvo dejavnost nekdanje poslovne veje ACM dodatno okrepila. Po drugi strani se bo s tem okrepila tudi mreža organizatorjev potovanj znotraj poslovnega področja Turizem pri AC, ki sta jo doslej tvorila ljubljanska Emona Globtour in Globtour Praga. Izraba sinergijskih učinkov, ki jo ponuja razpredena mreža, je namreč s strateškega vidika zelo pomembna, saj zmanjšuje tveganje poslovanja, ki ga povzroča razpršenost prodaje po destinacijah. Novo družbo Sunny Holidays vodi direktor Andrej Škraba, ki ima dolgoletne izkušnje na področju touroperatorstva in je zlasti dober poznavalec nemškega trga (za kadrovske spremembe na AC glej rubriko Kje je kdo).

## Še zadnje turistično področje dobilo svoj predstavni katalog

Zdaj se s splošnim katalogom predstavlja še zadnje izmed petih turističnih področij, Slovenska mesta - Na mostovih živahnih doživetij. V njem sodeluje enajst slovenskih mestnih občin (Ljubljana, Celje, Koper, Kranj, Maribor, Murska Sobota, Nova Gorica, Novo mesto, Ptuj, Slovenj Gradec in Velenje) in tri slovenska mesta, ki jih opredeljujemo kot stara mestna jedra (Idrija, Škofja Loka in Kamnik; Piran, ki se prav tako uvršča v to skupino, je že vključen v katalog Obale in Krasa). Vsa ta mesta so že lani julija s pismom o nameri pristopila k oblikovanju zaokroženega turističnega področja mest, s ciljem učinkovitejšega oblikovanja in trženja turistične ponudbe mestnega turizma v Sloveniji.

Vsako mesto se predstavlja na dveh straneh (razen Ljubljane, kateri so kot prestolnici namenjene tri strani), ki so bogato slikovno opremljene, vsebujejo pa uvodno predstavitev, točko odličnosti, najpomembnejše prireditve, informacijo o nadmorski višini, letu pridobitve mestnih pravic in najbolj znamenitih krajinah, kulturno zgodovinske in naravne zaklade in možnost hotelske namestitve. Katalog je v nakladi 100.000 izvodov v slovenskem, angleškem, italijanskem in nemškem jeziku izdal CPTS, delno pa so finančno sodelovala tudi mesta, ki so v njem - razen uvodne prestolnice - razvrščena po abecednem vrstnem redu.



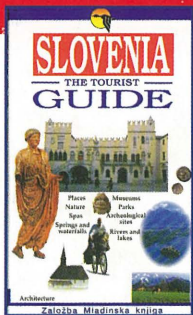
## Po predstavitvenemu še prodajni katalog doline Soče

Po približno dveh letih se je splošnemu predstavitvenemu katalogu doline Soče pridružil še prodajni katalog, ki prinaša povsem konkretne informacije o vseh turističnih ponudnikih te geografske celote, ki obsega Sočo z vsemi njenimi pritoki od izvira pa do izteka reke v goriske ravnine. Katalog je izšel v nakladi 30.000 izvodov v slovenskem, nemškem, angleškem in italijanskem jeziku, v projektu v vrednosti 6,5 milijonov tolarjev pa so finančno sodelovali posamezni ponudniki, Center za promocijo turizma Slovenije, tri posoške občine in sponzorji. V njemu se z jedrnatim, a celovitim opisom ponudbe predstavlja 26 ponudnikov iz bovške občine, po 16 ponudnikov iz tolimske in kobariške občine,

vključene pa so tudi osnovne informacije o Novi Gorici, Cerknem in Idriji. Teksti in vsebinska zasnova so delo Janka Humarja, ki je še do letošnjega marca delal v bovških hotelih Alpkomerc, izdalo in založilo pa ga je Turistično združenje Gornjega Posočja.

## Slovenija - turistični vodnik izšel tudi v tujih jezikih

"Slovenija - turistični vodnik" v založbi Mladinske knjige, ki je leta 1995 prejel nagrado Evropskega združenja za turistični tisk, je pred kratkim izšel tudi v tujih jezikih in sicer v angleščini, nemščini in italijanščini. Ta vodnik je bil izredno dobro sprejet med Slovenci, saj v množici tovrstnih publikacij na najbolj celovit, pregleden in zanesljiv način predstavlja Slovenijo, njene kraje, zanimive krožne poti, znamenitosti, kulturno dediščino itd.



## Kje je kdo?

- Končana so se ugibanja, kdo bo nov direktor Zdravilišča Atomiških Toplic. Z odhodom Borisa Završnika na mesto vodje izpostave Nove ljubljanske banke v Celju bo vodenje tega zdravilišča prevzel Zdravko Počivalšek, dosedanj direktor arjevaške Mlekarnice Celeia.
- Do nekaterih sprememb, tudi kadrovskih, pa je prišlo v Emona Globtour. Direktor družbe je postal Zmago Skobir, mesto njegove pomočnice za organizacijo, informatiko, finance in kadrovske zadeve pa je prevzela Irena Starman, dosedanja strokovna sodelavka in pomočnica mag. Petra Filipiča, pomočnika generalnega direktorja Autocommerce d.d. za poslovno področje Turizem. Dosedanji predsednik uprave Emona Globtour Andrej Paternost pa je postal svetovalec za nove programe s področja turizma in še posebej s področja touroperatorstva v Autocommerce d.d. To odločitev je sprejel nadzorni svet družbe s ciljem, da okrepí specializirane dejavnosti tako znotraj družbe Emona Globtour kot tudi na ravni strateškega vodenja poslovnega področja Turizem pri Autocommerce d.d.

## Podčrtano

### Turizem na podeželju vse privlačnejši, njegova promocija pa vse bolj povezana, usklajena in uspešna

Največje zasluge za to ima vsekakor Združenje turističnih kmetij Slovenije, ki je bilo sicer ustanovljeno šele pred letom in pol, pohvali pa se lahko z močno povezovalno in trženjsko vlogo med 220 turističnimi kmetijami, članicami združenja, in s celo vrsto konkretnih akcij. Med drugim tudi že z drugo, dopolnjeno izdajo predstavitvenega in prodajnega kataloga slovenskih turističnih kmetij. Izšel je v nakladi 15.000 izvodov, domačim javnostim, ki so prvo izdajo lani dobesedno razgrabili, pa so ga predstavili ravno te dni.

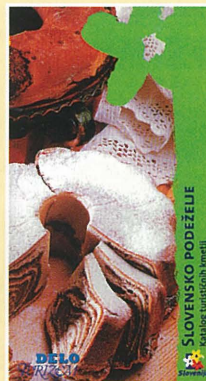
Oblikovno in vsebinsko je katalog podoben lansnemu, le da je v njem zajetih še 41 novih turističnih kmetij, skupno torej 150, vsebuje pa tudi številne vsebinske dopolnitve, kot so cenik za leto 1999, določitev obdobja sezone na vsaki kmetiji, kategorije nastanitvenih zmogljivosti, števila sedežev pri izletniških kmetijah, dostopnost z avtobusom, dodan je seznam vseh registriranih turističnih kmetij v Sloveniji itd. Namenjen je domačemu gostu, medtem ko bo za tuje goste ta katalog v nakladi 30.000 izvodov do konca junija CPTS izdal kot vložni list v splošni

prospekt turističnega področja podeželja.

To pa seveda še ni vse. Preko strokovnega združenja turističnih kmetij pod taktirko Vilme Topolšek, lastnice Turistične kmetije Urška, in strokovne sodelavke Renate Kosí (naša Vesna

Čuček od pred kratim aktivnosti za leto dni aktivno spremlja bolj ozadja) in v sodelovanju CPTS je Slovenija sodelovala pri pripravi kataloga treh dežel "Počitnice brez meja", ki bo izšel konec meseca maja. Novinarjem ga bodo skupaj s koroskim združenjem Urlaub auf dem Bauernhof in Ersa Gorizia - Associazione Agriturismo del Friuli - Venezia Giulia predstavili na tiskovni konferenci v Udini 27. maja. S tem projektom trije partnerji razvijajo sodelovanje turističnih kmetij "Treh dežel", sodelujejo pri promociji in trženju ponudbe tovrstnih počitnic, si izmenjujejo izkušnje pri skupnem nastopu na tržišču, s ciljem da bi z razvojem atraktivne ponudbe počitnic na kmetijah povečali zasedenost zmogljivosti.

Združenje turističnih kmetij je res v kratkem času postal strokoven in aktiven sogovornik CPTS pri promociji turističnega področja podeželja. (MN)



## Slovenija na kratko

✳ **Varnost in turizem** - 10. in 11. junija bo v organizaciji Visoko policijsko-varnostne šole v Avditoriju Portorož potekal posvet na temo Turizem in varnost. "Varnost v najširšem kot tudi v najožjem pomenu predstavlja vrednoto, stanje in lastnost stanja, ki pomembno vpliva na turistične tokove v določeni državi", so zapisali v povabilu, ki so ga že januarja naslovili na vse subjekte, ki se poklicno ukvarjajo z varnostjo in turistično dejavnostjo. Posvet bo glede na zdajšnjo aktualnost te problematike nedvomno izredno zanimiv (dodatne informacije pri Andreju Sotlarju na VPVŠ na telefonu 301 774 oziroma na naslovu andrej.sotlar@vpvs.uni-lj.si).

✳ **Manjši promet v slovenskih naravnih zdraviliščih v aprilu 1999** - Podatki o turističnem prometu v slovenskih zdraviliščih v mesecu aprilu opravičujejo zaskrbljenost turističnih delavcev zaradi negativnega vpliva kosovske krize na uspešnost letošnje sezone. Meseca aprila je bilo število tujih gostov v primerjavi s lanskim aprilom nižje za 20 % (indeks 80,4), število njihovih prenočitev pa se je znižalo za 16 % (indeks 84,1), pri domačih gostih pa je njihovo število ostalo na nivoju lanskega aprila (indeks 100,8, s tem da je bil indeks prenočitev domačih gostov 98,3). Zdravilišča pričakovane izpade tujih gostov niso uspela v celoti nadomestiti na domačem trgu, tako da je bilo skupno število obiskovalcev zdravilišč v mesecu aprilu za 6,6 % manjše kot v enakem obdobju lani. V celotnem obdobju letošnjih prvih štirih mesecev so zaradi slabših rezultatov v aprilu celotni indeksi negativni in sicer 93,4, od tega je bilo prenočitev tujih gostov manj za 5,6 % in domačih za 8,6 % (v največji meri posledica znižanja nastanitvenih kapacitet v treh zdraviliščih zaradi obnov).

✳ **Hotelirji v Kranjski Gori se povezujejo** - V okviru Zavoda za promocijo in razvoj turizma občine Kranjska Gora je bila v zadnji tretjini aprila ustanovljena Sekcija hotelirjev in žičničarjev. Ustanovitelji (hoteli Alpina, Kompas, Kotnik, Lek, Relax, Spik, HTP Hoteli Gorenjka, RTC Žičnice, Terme, Zavod za promocijo in razvoj občine Kranjska Gora in Občina Kranjska Gora) bodo oblikovali razvojne in strateške načrte na področju turizma v kraju, občini in regiji, sodelovali pri promocijskih in marketinških akcijah, skupno oblikovali promocijske programe, skrbeli za izobraževanje in delovali kot strokovni sogovornik javnim institucijam na republiški ravni. Sekcija bo torej delovala kot strokovno in posvetovalno telo, predsedoval pa ji bo direktor Leka Matjaž Konda.

✳ **Letos v Entente Florale tekmuje Kranjska Gora** - V letošnjem tekmovanju za cvetlično in krajinsko urejenost mest Entente Florale bo sodelovalo 22 krajev iz enajstih evropskih držav, med njimi tudi Slovenija s Kranjsko Goro. Letošnji projekt kot zmogovalno mesto leta 1998 koordinirajo Slovenske Konjice.

✳ **Znanstveni turistični eksperti na rednem kongresu letos v Portorožu** - Slovenija bo v organizaciji Nacionalnega turističnega združenja gostiteljica 49. Kongresa AIEST (Mednarodnega združenja znanstvenih ekspertov v turizmu) z osrednjo temo "Turistične politike za jutri - prispevek k strateškemu razvoju krajev", ki bo letos od 28. avgusta do 2. septembra v Portorožu. Na NTZ pričakujejo, da se bo kongresa, ki bo potekal v Hotelih Morje, udeležilo okoli 150 strokovnjakov iz celega sveta.

✳ **Kuhinja brez meja** - V letu slovenske kuhinarke in vina ter pred končno odločitvijo o izboru prireditelja za ZOI 2006, podjetje Živila Kranj od 14. do 30. maja v hotelu Bor Grad Hrib v Preddvoru organizira kuhinjo "Brez meja - Senza confini - Ohne Grenzen", kjer bodo lahko gostje poskusili pristne jedi Gorenjske, Avstrijske Koroške in Furlanije Julijske Krajine.

**TURIZEM** - Informativno glasilo Centra za promocijo turizma Slovenije - Izdaja Center za promocijo turizma Slovenije, WTC, Dunajska 156, 1000 Ljubljana - Tel: 061/189-18-40, fax 061/189-18-41, E-mail: misa.novak@cpts.tradepoint.si - Glavna in odgovorna urednica: Miša Novak - Uredniški odbor: Franci Krizan, Rok V. Klancnik, Maja Pak, Lucka Letič, Miša Novak, Danica mag. Zorko, Srečko Šajn, Janez Pergar, Slavko Mastnjak, Marija Rok, Renata Picej, Drago Medved - Oblikovanje: imago - DTP: Damjan Ilič, imago, Priprava za tisk: Alten d.o.o., Repro studio - Tisk: Tiskarna Radio, Ljubljana, Ministrstvo za kulturo RS je izdalo odločbo, da se glasilo TURIZEM vpiše v evidenco javnih glasil pod zaporedno številko 1382 - Glasilo je brezplačno. Naročila sprejemamo na CPTS, izključno po faksu, št. 061-189-18-41.