

STO
SLOVENSKA
TURISTIČNA
ORGANIZACIJA

I FEEL
SLOVENIA

TRAJNOSTNO POROČILO

Slovenske turistične organizacije

2022 in 2023





Slovenska turistična organizacija daje krila zeleni zgodbi Slovenije.
Je kreativna, prebojna, srčna, razvojno naravnana, povezovalna,
z jasno vizijo zelenega in butičnega turizma.
Je najboljši glasnik in vezni člen zelenega turizma Slovenije.

V tej zgodbi podpira in vključuje vse pomembne akterje slovenskega turizma ter prepoznava vrednost, ki jo za trajnostni turizem prispeva vsak od njih. Predstavljamo vam nekaj naših partnerjev, ki so uresničevalci in ambasadorji zelenega turizma Slovenije.
Skupaj z njimi širimo zgodbo zelene Slovenije tudi v svet in navdihujemo obiskovalce naše dežele za zelene odločitve in premike.

		Upravljanje	8				
		O Slovenski turistični organizaciji	9			Okolje	60
		Trajnostni turizem	13			Podnebne spremembe in trajnostni razvoj slovenskega turizma	61
Ključni poudarki leta 2022 in 2023	4	Makroekonomska analiza turistične panoge	19	Družba	38	Zelena shema slovenskega turizma	69
Nagovor direktorice	5	Izzivi in priložnosti razvojne politike slovenskega turizma	23	Trajnostni odnosi do lastnih zaposlenih	39	Kazalniki poročanja v skladu s standardi GRI	72
O trajnostnem poročanju	7	Blagovne znamke	27	Trajnostni odnosi do zaposlenih v slovenskem turističnem gospodarstvu	45		
		Upravljanje produktov slovenskega turizma	28	Trajnostni odnosi do dobaviteljev	47		
		Trajnostni odnosi z deležniki	33	Trajnostni odnosi do turistov in obiskovalcev	49		
				Trajnostni marketing in promocija	53		

Ključni poudarki leta 2022 in 2023

31,71 milijona

prenočitev v letih 2022 in 2023

12,06 milijona

prihodov domačih in tujih turistov v letih
2022 in 2023

15 ciljev (od 17)

Združenih narodov do leta 2030 skladnih z našimi
prioritetnimi trajnostnimi aktivnostmi

6,2 mrd EUR

priliva iz naslova izvoza potovanj v letih
2022 in 2023

84

meril za destinacije
vključenih v Zeleno
shemo slovenskega
turizma

309

podeljenih znakov
Slovenia Green v letu
2023

91 %

vseh turističnih prihodov
pokrivajo destinacije z
znakom Slovenia Green

145

poslovnih dogodkov
v tujini v letu 2023

47

zaposlenih v STO
v letu 2023

16 let

delujemo kot zelena in
zdrava pisarna,
prijazna Sloveniji

Spodbujanje visoke dodane vrednosti in inovativnosti

Na Slovenski turistični organizaciji predano, strokovno in sistematično sledimo strateški viziji slovenskega turizma, ki je zelena butičnost z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse. Trajnostno poročanje je ključen del naših prizadevanj za krepitev transparentnosti in odraz naše zavezanosti okolju ter družbi prijaznemu razvoju slovenskega turizma. S tem želimo spodbuditi tudi vse deležnike v panogi k trajnostnim praksam.

Slovenski turizem v letih 2022 in 2023 lahko ocenimo kot uspešen. Kljub številnim domačim in globalnim izzivom smo okrevali hitreje kot Evropa in svet. Pri prihodih in prenočitvah turistov smo dosegli praktično polno okrevanje po pandemiji, kar kaže na močno pozicijo Slovenije kot ene najbolj zaželenih turističnih destinacij. V Sloveniji smo v letu 2023 zabeležili skoraj 6,2 milijona prihodov turistov, ki so ustvarili nekaj več kot 16,1 milijona prenočitev. Glede na leto 2022 se je število prihodov povečalo za 5,5 %, število prenočitev pa za 3,5 %.



Mag. Maja Pak Olaj, foto: Siniša Kanižaj

S ciljem krepitve prepoznavnosti in ugleda Slovenije smo v letih 2022 in 2023 nadgradili promocijo trajnostnega, avtentičnega in butičnega turizma. Intenzivirali smo promocijske in trženjske aktivnosti na tujih trgih, predvsem evropskih, in nagovorili goste, ki iščejo edinstvena doživetja v neokrnjeni naravi in turistično ponudbo višje dodane vrednosti.

V letu 2023 smo izvedli 145 poslovnih dogodkov, večina predstavitev na sejnih in borzah ter turističnih delavnicah. Z aktivnim članstvom v uglednih mednarodnih združenjih, kot so ECTA, ABTA, Connections in Virtuoso, utrjujemo svojo podobo in mednarodni položaj na svetovnem turističnem parketu. V letu 2023 smo pospešeno nadaljevali z aktivnostmi na področju poslovne digitalizacije s spletnim izobraževanjem za tuje organizatorje po-

tovanj in turistične organizacije (Feel sLOVEni@ Online Training, My Way of escaping to Slovenia), webinarji in postopno implementacijo umetne inteligence na novi stojnici slovenskega turizma. Slovenija se je v preteklem letu predstavila kot častna gostja na Frankfurtškem knjižnem sejmu, slovenski paviljon se je raztezal na več kot 2.500 kvadratnih metrov površin. Uspešno izkoriščena platforma je bila odlična priložnost za prepoznavnost Slovenije kot kulturne in turistične destinacije.

Okrepili in nadgradili smo promocijske kampanje, v katerih sledimo najnovjšim trendom na področju digitalizacije oglaševanja in digitalne komunikacije. S kampanjami smo slovenskemu turističnemu gospodarstvu zagotovili podporo pri trženju in promociji, krepili prepoznavnost in ugled Slovenije kot butične, varne in zelene destinacije za

V STO želimo tudi sami aktivno prispevati v boju proti podnebnim spremembam, zato smo se s podpisom Glasgowske deklaracije – podnebne agende za turizem, zavezali k doseganju globalnih podnebnih ciljev do leta 2050.

edinstvena doživetja ter prispevali k strateškim ciljem de-sezonalizacije in razpršitve turističnih tokov. V letu 2023 smo krepili razvoj večkrat nagrajene Zelene sheme slovenskega turizma. Skupno je bilo konec leta podeljenih 250 znakov Slovenia Green ponudnikom in 59 destinacijam. V prihodnjem obdobju nas čaka nadgradnja in digitalizacija Zelene sheme slovenskega turizma, povezana s projektom Nacionalnega informacijskega središča (NIS). V STO želimo tudi sami aktivno prispevati v boju proti podnebnim spremembam, zato smo se s podpisom Glasgowske deklaracije – podnebne agende za turizem, zavezali k doseganju globalnih podnebnih ciljev do leta 2050. V podporo doseganju strateške pozicije Slovenije kot zelene, butične destinacije za petzvezdična doživetja nadaljujemo s spodbujanjem produktov visoke dodane vrednosti in inovativnosti v turizmu. V zbirko edinstvenih doživetij je bilo ob koncu leta 2023 uvrščenih 26 doživetij. Pri vseh naših aktivnostih v obdobju 2022–2023 nas je vodilo tesno sodelovanje z vsemi deležniki v turizmu, še posebej z resornim gospodarskim ministrstvom, turističnim gospodarstvom, produktivnimi združenji in drugimi ključnimi partnerji slovenskega turizma. V skladu z aktualno turistično strategijo smo v ospredje postavili predvsem občuten dvig kakovosti in dodano vrednost turistične ponudbe ter s tem uresničitev nove strategije slovenskega turizma 2022–2028.

Mag. Maja Pak Olaj, direktorica STO



Zaposleni v STO, foto: Siniša Kanižaj

O trajnostnem poročanju



Alenka Malenšek Breznik, foto: Siniša Kanižaj

V STO smo si začrtali pot trajnostnega turizma kot edino možno pot. Pri tem izhajamo iz lastnega delovanja in vpliva na družbeno in naravno okolje, ob zavedanju širšega vpliva, ki ga imamo na trajnostno delovanje subjektov slovenskega turizma. K razvoju trajnostnega turizma pristopamo odgovorno in predano, zato smo proaktivni ustvarjalci in spodbujevalci trajnostnega turizma Slovenije. Trajnostno poročilo pripravljamo na dve leti. Tokratno trajnostno poročilo je drugo po vrsti in se nanaša na leti 2022–2023. Poročamo skladno s standardi GRI (Global Reporting Initiative).

Trajnostno poročilo za leti 2022–2023 sledi razvojni strategiji slovenskega turizma za obdobje 2022–2028, ki stremi k razvijanju uravnoteženega zelenega butičnega turizma, z ustvarjanjem višje dodane vrednosti. Ob tem v STO z aktivnim spremljanjem turističnih tokov in vklju-

čevanjem ključnih deležnikov v turističnem gospodarstvu merimo ne zgolj lastne vplive, temveč z razvojno politiko in sprejetimi ukrepi ter cilji spodbujamo trajnostni razvoj celotnega slovenskega turizma.

Za trajnostno poročanje je odgovorno najvišje vodstvo, ki sledi novi strategiji razvoja slovenskega turizma in v vsak segment delovanja STO vključuje načela trajnostnega delovanja. Pri pripravi trajnostnega poročila je sodelovalo več sodelavcev z različnih področij (stran 82). Izvedbo trajnostnega poročila STO je vodila Alenka Malenšek Breznik, vodja Službe za pravne, kadrovske in tehnične zadeve.

Glede na preteklo poročilo je prišlo z vidika preoblikovanja informacij do spremembe pri organiziranosti agencije. Drugih preoblikovanj informacij v tem obdobju ni bilo. Trajnostno poročilo ni del zunanje preveritve poročanja.

Upravljanje



Ponosni smo na uspešno delo STO, ki izvaja tudi usposabljanja s področja trajnostnega razvoja turizma, z željo ustvariti kakovosten turistični portfelj produktov in storitev z višjo dodano vrednostjo, skladen s standardi trajnostnega razvoja in prilagojen potrebam posameznega odgovornega obiskovalca. Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport jo na tej poti podpira.

Dubravka Kalin, generalna direktorica Direktorata za turizem, Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport

O Slovenski turistični organizaciji

Slovenska turistična organizacija (STO) je nacionalna turistična organizacija, ki načrtuje in izvaja trženje celovite turistične ponudbe Slovenije na tujih trgih in spodbuja trajnostni razvoj slovenskega turizma. Je stična in središčna točka v kompleksni mreži slovenskega turizma s koordinacijsko in povezovalno vlogo med javno, zasebno in civilno družbo. Sedež ima v Ljubljani, svoja predstavništva pa v Italiji, Avstriji in Nemčiji. Kot nacionalna turistična organizacija Slovenije je bila ustanovljena 29. aprila 1995 in bo leta 2025 obeležila trideset let delovanja.

Ime	Javna agencija Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma
Skrajšano ime	Slovenska turistična organizacija (STO)
Skrajšano ime v angleškem jeziku	Slovenian Tourist Board
Sedež	Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana
Telefon	01 589 85 50
E-naslov	info@slovenia.info
Spletna stran	www.slovenia.info
Odgovorna oseba	mag. Maja Pak Olaj, direktorica
Matična številka	6889859000

Organiziranost agencije

Organa agencije sta direktor agencije in petčlanski svet agencije. Poslovanje agencije in njenih organov ureja Zakon o spodbujanju razvoja turizma, Zakon o javnih agencijah ter Sklep o ustanovitvi Javne agencije Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma. Delo agencije je večdisciplinarno, organizacijska struktura pa omogoča usklajenost delovanja, učinkovitost ter transparentnost izvajanja del in nalog.

Svet agencije je organ upravljanja in ima pet članov, ki jih imenuje Vlada Republike Slovenije. Sestavljajo ga:

- **Dubravka Kalin**, predstavnica ustanovitelja, zaposlena na ministrstvu, pristojnem za turizem, predsednica sveta
- **Jure Struc**, predstavnik ustanovitelja
- **Miha Kovačič**, predstavnik ustanovitelja
- **Andrej Prebil**, predstavnik Turistično gostinske zbornice Slovenije pri Gospodarski zbornici Slovenije, namestnik predsednice sveta
- **Gregor Jamnik**, predstavnik turističnega gospodarstva.

Svet STO je na redni seji 3. junija 2022 sprejel sklep, s katerim je Vladi v imenovanje na čelo STO predlagal mag. Majo Pak Olaj. Petletni mandat direktorice STO je nastopila 6. junija 2022.

Organiziranost agencije v letu 2023



- Nadalje krepi široko sprejet trajnostni koncept turizma.
- Usmerjena je na ponudbeno stran (navznoter) in ciljno pozicijo (navzven).
- Spodbuja dvig kakovosti in povezanosti v celotni verigi vrednosti.
- Vse deležnike usmerja k odločno višji dodani vrednosti.
- Poleg pomena vrednot narave krepi pomen kulture, avtentičnosti, zdravja in kakovosti.

Dejavnosti

Načrtovanje in izvajanje trženja celovite turistične ponudbe Slovenije temelji na uspešnem prilagajanju spremenjenim razmeram na globalnem in ciljnih trgih, ki vključujejo proaktivno načrtovanje aktivnosti s poudarkom na trajnosti in intenzivnejšo digitalizacijo. Z razvojno usmerjenim delovanjem, ki zasleduje cilje pospeševanja trajnostnega in inovativnega turizma, želimo ustvarjati dodano vrednost v turističnem sektorju, vse bolj družbeno odgovoren in okoljsko ozaveščen turist pa je postavljen v ospredje trženja turistične ponudbe.

Vizija

V STO razvojne in promocijske aktivnosti krepimo in nadgrajujemo skladno z vizijo nove turistične strategije Zelena butičnost z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse. Slovenski turizem v strateškem obdobju 2022–2028 zasleduje vizijo, ki predstavlja premik k uravnoveženemu in odpornemu turizmu s preobrazbo ponudbene strani in osredotočenostjo na odgovornega, zahtevnejšega gosta, skladno s scenarijem rasti – »Nekaj več in veliko bolje«.

Poslanstvo in vrednote

V STO spodbujamo razvoj uravnoveženega trajnostnega in butičnega turizma, ki prinaša višjo dodano vrednost ter manjši ogljični odtis. Intenzivno sodelujemo z deležniki iz turističnega gospodarstva, delujemo v skladu z veljavno zakonodajo in mednarodnimi normami delovanja ter kot nosilci naziva prva zelena destinacija na svetu (Green Destination Standard) spodbujamo trajnostni razvoj turizma tudi na evropski ravni.

Strateški poudarki in cilji Strategije slovenskega turizma 2022–2028

Razvojni model slovenskega turizma v strateškem obdobju 2022–2028 temelji na spoznanju in zavezi, da Slovenija kot majhna dežela in gospodarstvo tudi na področju turizma stremita k višji kakovosti, ki je zagotovljena z znanjem, razvitimi spretnostmi in naprednimi tehnologijami, s čimer je dosežena višja dodana vrednost, ki lahko zadovolji vse deležnike turističnega sistema. Strateški cilji sloven-

skega turizma za obdobje 2022–2028, ki izhajajo iz evalvacije pretekle strategije in ugotovljenih izzivov, se nanašajo predvsem na ohranitev zelene, trajnostne in butične vizije slovenskega turizma za visokokakovostna doživetja in hkrati prilagoditev prioritet razvoja v pospešitev vlaganj s ciljem dviga dodane vrednosti v turizmu in kulturi.

Strateški cilji slovenskega turizma:

- znatno izboljšanje kakovosti storitev,
- boljše upravljanje na vseh ravneh,
- dvig kakovosti človeških virov in pogojev dela v slovenskem turizmu,
- kakovostnejše naložbe,
- realizacija obljube o zeleni in trajnostni ponudbi ne le v promocijskih akcijah, temveč v praksi,

- usmerjanje na zahtevnejše trge, segmente in produkte z višjo dodano vrednostjo,
- večja stopnja butičnosti,
- upoštevanje nosilne zmogljivosti narave ter turističnih območij,
- vključevanje avtentičnih kulturnih elementov Slovenije v turistično ponudbo,
- digitalna preobrazba s ciljem večje učinkovitosti,
- povečevanje verige vrednosti slovenskega turizma.

Digitalna preobrazba turizma 2022-2026

Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma je ključna za uspešen digitalni prehod slovenskega turizma in je neločljivo povezana z njegovim nadaljnjim trajnostnim prehodom, ob doseganju višje dodane vrednosti in produktivnosti turističnega gospodarstva. Zagotavljanje ustreznih kadrovske in finančne virov bo temeljnega pomena za digitalno preobrazbo turizma na nacionalni ravni in ravni destinacijskih organizacij. Digitalna preobrazba zahteva celovit pristop in implementacijo novih tehnologij s ciljem povečanja produktivnosti in konkurenčnosti turističnega sektorja.

Strateški okvir je temelj digitalne preobrazbe turizma, ki terja investicije v razvoj javne fizične in digitalne turistične infrastrukture, kjer prednjačijo širokopasovna omrežja, ki turistom zagotavljajo kakovostno in hitro internetno povezavo. Digitalizacija turizma je pomembna tako z vidika optimizacije notranjih procesov v turističnih podjetjih kot tudi s perspektive uporabnika. Uporabniški vidik intenzivno spodbuja proces digitalne preobrazbe turizma in visokokakovostne izkušnje. Soglasje o nujnosti digitalnega prehoda gospodarstva in družbe je bilo sprejeto tudi na nacionalni ravni. Zavezanost k digitalnemu prehodu je potrdila celotna struktura ključnih deležnikov v Sloveniji, vključno z javnim sektorjem na vseh ravneh ter gospodarstvom in strokovnjaki na področju digitalizacije.

V začetku leta 2022 je bila sprejeta nacionalna Strategija digitalne preobrazbe gospodarstva, ki izpostavlja pomen horizontalnega povezovanja digitalne preobrazbe pod enotno krovno strategijo digitalizacije, saj je dvojni prehod (digitalni in zeleni) ključen za doseganje uspešnosti in konkurenčnosti slovenskega gospodarstva.

Vizija digitalne preobrazbe slovenskega turizma temelji na ambicijah, da postane Slovenija vzorčni primer pametne destinacije, ki krepi in spodbuja razvoj trajnostnih, butičnih, personaliziranih in inovativnih doživetij. Poslanstvo digitalne preobrazbe slovenskega turizma temelji na opolnomočenju deležnikov za podatkovno podprto odločanje,

povečevanju dodane vrednosti, konkurenčnosti in odpornosti turizma, spodbujanju trajnostne preobrazbe ter personaliziranih doživetij za gosta. Obenem se izboljšujejo znanje in digitalne kompetence zaposlenih in zagotavlja višja kakovost bivanja za lokalno prebivalstvo.

PAMETNE DESTINACIJE

Pametno upravlja vire, učinkovito in prodorno implementira iniciative na področju trajnostnega razvoja, ima učinkovit in podatkovno močan sistem za podporo upravljanju in odločanju na ravni podjetij in destinacij.

TRAJNOSTNA DOŽIVETJA

So kvantitativno opredeljena oziroma so izmerjeni učinki turizma na okolje, z digitalnimi orodji pa se pospeši zeleni prehod v turizmu.

BUTIČNA DOŽIVETJA

So digitalno podprta s fokusom na visoki kakovosti storitev, ekskluzivnosti in avtentičnosti ponudbe, individualnem pristopu in spoštovanju lokalnega.

PERSONALIZIRANA DOŽIVETJA

So oblikovana po meri gosta z visoko ravno individualizacije, ki jo omogoča uporaba sodobne tehnologije.

INOVATIVNA DOŽIVETJA

So rezultat opolnomočenja in razvoja digitalnih kompetenc zaposlenih in uporabe naprednih tehnologij za izboljšanje turističnega doživetja.



Kosilo v naravi na poslovnem srečanju, Kras, foto: Luka Karlin, Studio Virc

Trajnostni turizem

»Trajnostni turizem je turizem, ki prevzema odgovornost za svoje trenutne in prihodnje ekonomske, družbene in okoljske vplive, pri čemer naslavlja potrebe obiskovalcev, turistične industrije, okolja in lokalnih skupnosti.«

(UN Tourism)

Slovenija je globalno prepoznana kot vodilna država pri razvoju trajnostnega turizma, zahvaljujoč tudi inovativni in večkrat nagrajeni Zelena shema slovenskega turizma (ZSST). K nadgradnji ZSST bo v prihodnje pomembno prispevala vzpostavitev Nacionalnega informacijskega središča (NIS), v katerem se bodo zbirali in obdelovali podatki, relevantni za turizem, s ciljem učinkovite izvedbe analiz za podatkovno podprto odločanje in dviga dodane vrednosti v turističnem sektorju. Ključni strateški cilj ZSST je uvajanje trajnostnih modelov v slovenski turizem.

Shema, ki na področju destinacij temelji na več kot osemdesetih mednarodno primerljivih kriterijih Green Destinations Standard, izpostavlja nadaljnje cilje in aktivnosti na področju udejanjanja trajnostnih zavez. Če želimo doseči cilje, opredeljene v Agendi za trajnostni razvoj do leta 2030, moramo v turizmu opredeliti nove kazalnike uspeha, ki bodo vključevali tako ekonomski in družbeni kot okoljski vidik. Pri tem pomembno vlogo igra NIS in izvaja-

nje ukrepov, ki spodbujajo razvoj zelenih, trajnostnih aktivnosti (kot so zaveza za manj plastike, trajnostni dogodki idr.). V novi strategiji slovenskega turizma je poudarjen pomen digitalizacije in digitalne preobrazbe za gradnjo odpornejšega turizma. Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma in oblikovanje digitalne platforme sta ključna elementa strategije okrevanja slovenskega turizma, ki omogočata učinkovito merjenje vplivov turizma in upravljanje destinacij na bolj trajnosten način.

Zaveze trajnostnega turizma

V STO smo leta 2008 sprejeli odločitev za trajnostno poslovanje in delovanje. Zavezanost k delovanju s čim nižjim ogljičnim odtisom smo zasnovali v projektu, ki smo ga poimenovali Pisarna, prijazna Sloveniji. Kasneje se je zelena zaveza pridružila še zaveza zdravemu okolju za zaposlene in nastala je Zelena in zdrava pisarna, prijazna Sloveniji. Temelj slovenskega turizma je narava, ki jo želimo skrbno ohraniti za naše zanamce. S podpisom Zelene zaveze slovenskega turizma sprejemamo deset trajnostnih načel, s katerimi se zavežemo k trajnostnemu delovanju in ne-



Pri Kozjaku, foto: Boris Pretnar

nehnemu prizadevanju za izboljšave. Zelena zaveza temelji na neokrnjeni naravi in odločenosti, da takšna tudi ostane. Tesno je vpeta v identiteto znamke I feel Slovenia in izraža poslanstvo slovenskega turizma »naprej z naravo« ter podpira vizijo zelene butičnosti. Znamka Slovenia Green obiskovalcem Slovenije podaja obljubo, da destinacije, turistični ponudniki in partnerji, nosilci tega znaka, delujemo po trajnostnih načelih in smo predani nenehnemu izboljševanju trajnosti našega poslovanja.

Zdaj je čas. Za MANJ plastike, VEČ trajnosti

Onesnaženost Zemlje s plastičnimi produkti je dosegla kritično mejo, zaradi česar je treba izvesti ukrepe za omejitev okoljske škode. Potrebna je sprememba v miselnosti ponudnikov in potrošnikov, pri čemer imajo slovenski turistični ponudniki in destinacije kot ambasadorji trajnosti veliko vlogo. Z zavezo »Za MANJ plastike, VEČ trajnosti« želimo v STO prispevati k zmanjšani porabi plastičnih materialov in izločanju plastike za enkratno uporabo iz poslovanja, skladno z načeli Global Tourism Plastic Initiative. Vsak podpisnik zaveze se obveže, da bo najkasneje do 1. januarja 2025 namesto plastike za enkratno uporabo ko-

ristil embalažo, ki jo je mogoče ponovno uporabiti, reciklirati ali kompostirati. Ambasador in prvi podpisnik pobude je kuharski mojster Luka Košir, prejemnik Michelinove rdeče in zelene zvezdice.

Strategija z zavezo »Nekaj več in veliko bolje« je močno usmerjena v dvig kakovosti in dodane vrednosti slovenskega turizma.

Trajnostne zaveze, poudarki in načela



Predstavljamo trajnostne zaveze STO v obdobju 2008–2028 in ključne poudarke.



Trajnostne zaveze

Leto sprejetja	Trajnostne zaveze	Ključni poudarki	Trajnostna načela/področja
2022	Zaveza »MANJ plastike, VEČ trajnosti«	Izločanje plastike za enkratno uporabo iz slovenskega turizma; koriščenje embalaže, ki jo je mogoče ponovno uporabiti, reciklirati ali kompostirati	Odpraviti, ponovno uporabiti, povečati, vlagati, poročati
2021	Zaveza za trajnostno gastronomijo	Kratke dobavne verige visokokakovostnih lokalnih ponudnikov živil, zagotavljanje varne hrane v varnem okolju; spodbujanje socialnega vključevanja in povezovanja	Avtentičnost, učinkovitost, usmerjenost k naravi, brez odpadkov, neoporečnost, odgovornost do okolja, odgovornost do zaposlenih
2019	Vodna zaveza za ohranjanje bogastva voda	Spoštovanje vode; vzpostavitev zaključenih tokokrogov, varčna raba in uporaba trajnostnih materialov	Varčnost, življenjska moč, izjemnost, čistost, poseben zaklad
2008	»Zelena in zdrava pisarna, prijazna Sloveniji«	Zavezanost k delovanju s čim nižjim CO ₂	Odpadki, energetika, voda, promet, zdravje in dobro počutje zaposlenih



Področja trajnostnih aktivnosti STO glede na trajnostne cilje Združenih narodov

Področja prioritarnih trajnostnih aktivnosti STO glede na trajnostne cilje Združenih narodov do leta 2030 (lastna dejavnost, posredni vplivi).

Trajnostni cilj	Trajnostne aktivnosti	Lastna dejavnost	Posredni vplivi
	Zelena in zdrava pisarna	●	
	Družbeno odgovoren delodajalec	●	
	Razvoj in promocija produkta Počitnice v gorah in naravi	●	●
	Skrb za zdravje in dobro počutje turistov		●
	Razvoj in promocija produkta Turizem na podeželju		●
Promocija zdraviliškega turizma z bogatimi naravnimi vodnimi viri			●
	Izobraževanje zaposlenih v STO in slovenskem turističnem gospodarstvu ter drugih deležnikov	●	●
	Virtualni dogodki Feel Sloveni@ za deležnike		●
	Akademija za trženje v turizmu za slovensko turistično gospodarstvo		●
	Strokovni dogodek Dnevi slovenskega turizma		●
	Osrednji spletni portal www.slovenia.info za komuniciranje in informiranje javnosti	●	●
	Študijski obiski domačih in tujih novinarjev		●

Trajnostni cilj	Trajnostne aktivnosti	Lastna dejavnost	Posredni vplivi
	Zagotavljanje ravnotežja med delom in zasebnim življenjem zaposlenih v STO	●	
	Spodbujanje delovnega okolja zaposlenih v STO in slovenski turistični industriji, ki omogoča raznolikost, enake možnosti in spoštovanje človekovih pravic	●	●
	Spodbujanje ohranjanja naravnih izvirov zdraviliških voda in ozaveščanje o pomenu njihove vrednosti za turizem		●
	Promocija uporabe pitne vode iz vodovodnega omrežja za turiste med slovenskimi turističnimi ponudniki in zaposlenimi na STO	●	●
	Prizadevanje za ohranjanje in upravljanje z naravnim vodnim bogastvom na nacionalni in lokalni ravni		●
	Spodbujanje uporabe vode iz pipe med zaposlenimi v STO in med turisti oziroma v slovenskem turističnem gospodarstvu	●	●

Trajnostni cilj	Trajnostne aktivnosti	Lastna dejavnost	Posredni vplivi
	Energetska učinkovitost pri delovanju STO in slovenskega turističnega gospodarstva	●	●
	Trajnostna mobilnost zaposlenih v STO in razvoj trajnostne mobilnosti v turističnih destinacijah	●	●
	Ogljični odtis STO ter destinacij in ponudnikov	●	●
	Ekonomska učinkovitost slovenskega turističnega gospodarstva		●
	Ustvarjanje spodbudnega okolja za zaposlovanje in razvoj turističnega kadra v slovenskem turizmu		●
	Donosnost naložb v slovenski turizem		●
	Spodbujanje in uvajanje novih tehnologij v slovenskem turističnem gospodarstvu		●
	Krepitev inovativnosti v turističnem sektorju		●
	Ukrepi trajnostne mobilnosti v turističnih destinacijah		●
	Razvoj in nadgradnja Zelene sheme slovenskega turizma		●
	Naložbe v turistično infrastrukturo		●
	Digitalizacija slovenskega turizma in delovanja STO	●	●
	Ekonomski prispevek turizma na bruto domači proizvod		●
	Večanje dodane vrednosti na zaposlenega v turistični industriji		●

Trajnostni cilj	Trajnostne aktivnosti	Lastna dejavnost	Posredni vplivi
	Razvoj lokalnih skupnosti in lokalnih turističnih produktov		●
	Ohranjanje in razvoj naravne in kulturne dediščine destinacij		●
	Promocija 5-zvezdičnih doživetij		●
	Ukrepi trajnostne mobilnosti v turističnih destinacijah		●
	Širjenje delovanja Zelene sheme slovenskega turizma		●
	Učinkovita raba virov in surovin pri delovanju STO in v slovenskem turističnem gospodarstvu	●	●
	Izločanje plastike za enkratno uporabo iz slovenskega turizma ter v pisarnah in pri dogodkih STO	●	●
	Ločeno zbiranje odpadkov STO in pri turističnih ponudnikih	●	●
	Digitalizacija tiskovnin za turistično promocijo	●	
	Spodbujanje vključevanja v Zeleno shemo slovenskega turizma		●
	Učinkovita raba energije v STO in slovenskem turističnem gospodarstvu	●	●
	Trajnostna mobilnost zaposlenih v STO in razvoj trajnostne mobilnosti v turističnih destinacijah	●	●
	Razvoj trajnostnega turizma preko Zelene sheme slovenskega turizma		●
	Izvajanje ukrepov za ohranjanje naravnega okolja v STO in slovenskem turizmu		●
	Izvedene aktivnosti STO glede Načrta implementacije zavez Glasgowske deklaracije		●


Trajnostni cilj	Trajnostne aktivnosti	Lastna dejavnost	Posredni vplivi
	Ozaveščanje o naravnem vodnem bogastvu in spodbujanje upravljanja z njim		●
	Razvoj in promocija produkta Sonce in morje		●
	Izvajanje ukrepov v slovenskem turizmu za ohranjanje naravnega okolja		●
	Promocija in krepitev pomena območij Natura 2000 za slovenski turizem		●
	Ustvarjanje dodane vrednosti svetovne naravne in kulturne dediščine UNESCO za slovenski turizem		●
	Prizadevanje za ustrezne in spodbudne delovne pogoje v turistični industriji		●
	Predstavitev Slovenije kot varne destinacije za potovanja		●
	Sodelovanje pri ustvarjanju zakonodaje, ki podpira razvoj trajnostnega turizma		●
	Javni razpis za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji		●
	Razvoj destinacijskega menedžmenta		●



Foto: Thomas Blairon

Evropska potovalna komisija je kot predstavnica 36 nacionalnih turističnih organizacij zavezana k vzpostavitvi trajnostnega turističnega ekosistema v Evropi, ki bo imel vodilno vlogo v svetovnem merilu. Navdušeni smo nad prizadevanji STO v tem poslanstvu, saj predstavlja ključnega akterja v zelenem prehodu turizma in je močan zgled ostalim nacionalnim turističnim organizacijam v Evropi.

Teodora Marinska, glavni operativni vodja, Evropska potovalna komisija

Kolpa, foto: Jošt Gantar



Makroekonomska analiza turistične panoge

Visoka rast mednarodnih turističnih prihodov med letoma 2009 in 2019 je turizem postavila v vlogo najhitreje rastoče gospodarske panoge. Pred krizo, povzročeno s pandemijo covid-19, je panoga prispevala 10 % h globalnemu BDP, po zadnjih podatkih Svetovnega potovalnega in turističnega sveta (WTTC) za leto 2023 pa prispeva turizem h globalnemu BDP 7,6 %. V letih pred pandemijo je rast dejavnosti turizma presegala povprečno rast gospodarstva. Na svetovni ravni je namreč sektor v letu 2019 že deveto leto zapored s 3,5-% letno stopnjo rasti presegal stopnjo rasti svetovnega BDP, ki je bila 2,5-%. Neposredno je turizem pred krizo zagotavljal vsako deseto delovno mesto, kar je globalno predstavljalo 330 milijonov

delovnih mest. Po podatkih statistične in tržne platforme Statista je bilo v letu 2020 v turizmu izgubljenih več kot 100 milijonov delovnih mest, od tega 13 milijonov v Evropi. Kljub zadržanim ocenam glede okrevanja je leto 2022 prineslo spodbudne rezultate in optimistične napovedi za prihodnja obdobja. Po podatkih WTTC se je v letu 2023 rast skupnega prispevka turizma h globalnemu BDP povečala za 23,3 % glede na leto 2022 in znašala 9,2 %. V primerjavi z letom 2022 se je delež zaposlenih v turizmu povečal za 8,2 %, kar predstavlja 320 milijonov delovnih mest, leta 2033 pa naj bi turizem zagotovil še nadaljnjih 110 milijonov delovnih mest.

Svetovni trendi v turizmu

Okrevanje turizma se sooča s številnimi izzivi. Gospodarske razmere ostajajo glavni dejavnik, ki so oteževale učinkovito okrevanje mednarodnega turizma v letu 2023, saj se visoka inflacija kaže v višjih stroških nastanitev in turistične ponudbe. Spremembe v vedenju in vrednotah turistov so že opazne, nanje opozarjajo novi trendi, ki v ospredje postavljajo personalizirana doživetja, skrb za varnost in zdravje ter generirajo produkte, ki temeljijo na stiku z naravo. Še vedno so aktualne bližnje destinacije, prekomorski trgi so odprti. Usmerjenost v trajnostni razvoj pridobiva na veljavi, turisti pa vse več destinacij izbirajo na podlagi naraščajočega vpliva podnebnih sprememb. Ključnega pomena je tudi digitalizacija in digitalna preobrazba. Gre za trende, ki jim v zadnjih letih v STO v razvojnih in promocijskih aktivnostih namenjamo še poseben poudarek.

7,6 %

je prispeval turizem
h globalnemu BDP
v letu 2022.

9,2 %

je prispeval turizem
h globalnemu BDP
v letu 2023.

8,2 %

večji delež zaposlenih
v turizmu v letu 2023
glede na leto 2022.

Ekonomski poudarki

Finančne vire za poslovanje STO pridobiva iz finančnih sredstev Ministrstva za gospodarstvo, turizem in šport, lastnih virov iz naslova prodaje blaga in storitev ter promocijske takse. Skupna vrednost prihodkov v letu 2022 je znašala 17.600.559 EUR, v letu 2023 21.182.245 EUR. V letu 2022 so prihodki iz sredstev javnih financ predstavljali 66 % vseh sredstev, v letu 2023 pa 67 %. Prihodki iz lastnih virov so v letu 2022 predstavljali 2 %, v letu 2023 4 %. Prihodki iz naslova promocijske takse so se v letu 2023 (29 %) v primerjavi z letom 2022 (38 %) nekoliko zmanjšali.

Kot v preteklih letih je bilo tudi v letih 2022 in 2023 največ sredstev namenjenih tržnemu komuniciranju oz. promociji Slovenije kot turistične destinacije. V letu 2022 in 2023 je to predstavljalo 78% vseh realiziranih sredstev. Preostala sredstva so bila namenjena trženjski infrastrukturi za zagotavljanje konkurenčnega podpornega okolja in manjši delež tudi NIS.

Z jasno začrtanimi aktivnostmi, sprejetjem in izvajanjem promocijsko-razvojnih aktivnosti, smo se v STO uspešno prilagajali razmeram na domačem in tujih trgih, upoštevač negotovo ekonomsko situacijo, ki jo je zaznamovala vojna med Rusijo in Ukrajino, močno povišane cene energentov in visoka inflacija. V letih 2022 in 2023 je bilo načrtovano sofinanciranje promocijskih in razvojnih aktivnosti vodilnih turističnih destinacij na domačem in tujih trgih v višini 1.200.000 EUR. Realizacija teh sredstev je bila v letu 2022 96-odstotna, v letu 2023 95-odstotna.

Globalni trendi

Trendi	Ukrepi
1. Namesto enega ali dveh daljših več krajših dopustov s prilagoditvami obstoječim trendom in omejitvami ogljičnega odtisa	Naraščajoče povpraševanje po t. i. pobegu v gore kot posledici dviga temperatur (globalnega segrevanja)
2. Kritičen odnos do razmerja med kakovostjo in ceno na osnovi preteklih potovalnih izkušenj	Ustvarjanje dodane vrednosti v turizmu z učinkovitim upravljanjem destinacij
3. Težavno pridobivanje zvestih in vračajočih se gostov	Podaljševanje bivanja poslovnih gostov v turistične namene
4. Pomembnost avtentičnosti in lokalnosti destinacije	Avtentične, unikatne potovalne izkušnje - stik z lokalno kulturo, prebivalci
5. Vse večja priljubljenost preživljanja aktivnega dopusta	Spodbujanje aktivnih doživetij v naravi
6. Naraščajoče povpraševanje po sprostitivju povezanem dopustu oziroma t. i. begu iz vsakdanjega življenja	Trend mikro potovanj - hitrih odločitev za potovanja
7. Veliko povpraševanje po zdraviliškem in z zdravjem povezanem dopustu	Promocija zdraviliškega turizma in lokalne kulinarčne ponudbe
8. Vse večja primerljivost destinacij	Trajnostne poslovne prakse, kakovostna infrastruktura in odgovorna raba naravnih in kulturnih danosti
9. Digitalno nomadstvo	Digitalizacija turističnega sektorja; digitalni nomadski vizum
10. Dostopen in varen turizem	Promocija Slovenije kot ene najvarnejših in turistom dostopnih destinacij

Tabela: Prihodki in odhodki določenih uporabnikov po načelu denarnega toka v letih 2019–2023 (v EUR)

	2019	2020	2021	2022	2023	Indeks 2023/2022
Skupaj prihodki	18.194.450	12.650.142	16.198.211	17.600.559	21.182.245	120 %
Prejeta sredstva iz proračuna za delovanje STO	2.365.269	2.353.488	2.445.998	2.691.762	2.979.501	111 %
Prejeta sredstva iz proračuna za programe	9.649.979	6.599.692	9.814.969	8.959.999	11.109.989	124 %
Prejeta druga sredstva – lastni viri	841.975	318.584	191.988	293.518	783.857	267 %
Promocijska taksa	5.337.227	3.378.378	3.745.256	6.629.520	6.055.591	95 %
Skupaj odhodki	17.668.994	10.862.524	15.585.342	18.637.061	20.620.076	111 %
Odhodki za delovanje	2.370.634	2.329.950	2.436.497	2.751.915	2.955.179	107 %
Odhodki za dogovorjene programe	15.298.360	8.532.574	13.148.845	15.865.287	17.411.624	110 %

Tabela: Realizacija financiranja programov STO v letih 2019–2023 (v EUR)

Program STO	2019	2020	2021	2022	2023	Index 2023/2022
Tržno komuniciranje - promocija Slovenije kot turistične destinacije: promocija in razvoj turističnih produktov, splošna promocija, sofinanciranje trženjskih aktivnosti	13.012.944	6.678.412	11.076.430	12.220.268	13.774.788	113
Trženjska infrastruktura - zagotavljanje konkurenčnega podpornega okolja: raziskave in razvoj, podpora trženju	2.285.416	1.854.163	2.072.414	3.664.877	3.636.836	99
Načrt za okrevanje in odpornost	/	/	/	25.759,95	216.552,34	841
Skupaj	15.298.361	8.532.575	13.148.844	15.910.905	17.628.176	111



Foto: Foto Iztok Pipan, tvrn

Za Turistično zvezo Slovenije, vodilno organizacijo na področju turističnih prostovoljcev, je STO eden ključnih partnerjev, ki odločilno prispeva k razvoju trajnostnega turizma v Sloveniji. V turističnih društvih se namreč posvečamo predvsem skrbi za ohranjanje naravne in kulturne dediščine. STO je tudi pomemben partner našega paradnega natečaja Moja dežela – lepa in gostoljubna.

Dominik S. Černjak, predsednik,
Turistična zveza Slovenije

Jezero Jasna, Kranjska gora, foto: Jošt Gantar



Izzivi in priložnosti razvojne politike slovenskega turizma

Izziv	Priložnost
1. Podnebna in druga globalna tveganja pri razvoju turizma v prihodnosti.	Prilagajanje ponudbe, produktov in infrastrukture podnebnim spremembam.
2. Mednarodna konkurenčnost turizma.	Nadgradnja in strukturiranje modela ter vsebin in dvig kompetenc destinacijskih organizacij. Izboljšanje urejenosti in podobe prostora, turistične infrastrukture in kulturne krajine na destinacijah.
3. Turistična ponudba in turistični produkti, ki dosegajo visoko kakovost storitev in doživetij.	Okrepitev (zelenih) lokalnih verig vrednosti in projektov med turizmom in ostalimi panogami, ki sooblikujejo turistično doživetje in uravnoteženje kakovosti, obsega in strukture nastanitev, gastronomije in dodatne, s turizmom povezane ponudbe z usmerjeno podporo naložbam. Trend je stran od obremenjenih turističnih destinacij k manjšim lokalnim skupnostim, ki zagotavljajo visokokakovostno, avtentično izkušnjo.

Izziv	Priložnost
4. Spodbujanje podjetniškega okolja in regulatornega sistema za mikro in majhne podjetnike ter družinsko podjetništvo, ki predstavlja bistvo butičnosti, pestrosti in tudi stabilnosti v turizmu.	Prijaznejše poslovno okolje, zmanjšanje ovir in obremenitev za obstoječe podjetnike in olajšanje vstopa na trg novim podjetnikom.
5. Učinkovitost upravljanja slovenskega turizma na ravni destinacij in gospodarskih ter lastniških struktur.	Vzpostaviti sistemsko utečeno in digitalno podprto lokalno, regijsko, nacionalno in medsektorsko sodelovanje na vseh ravneh. Tesnejša in bolj angažirana javno-zasebna partnerstva pri destinacijskem upravljanju.
6. Vključevanje digitalnih orodij v procese poslovanja.	Digitalna preobrazba turističnega gospodarstva in razvoj pametnih destinacij.
7. Pomanjkanje kadra v slovenskem turističnem gospodarstvu.	Dvig kompetenc in motivacije kadrov na vseh ravneh za zagotovitev storitev višje vrednosti.

Ključna tveganja

Turizem ima velik okoljski, kulturni, politični in ekonomski vpliv, hkrati pa nanj vpliva več dejavnikov, ki predstavljajo potencialna tveganja. STO se med izvajanjem del in nalog srečuje z množico notranjih in zunanjih tveganj, ki lahko vplivajo na dosego zastavljenih ciljev. V ta namen imamo jasno določene cilje za možno odkrivanje, vrednotenje stopnje tveganja in ocenjevanje vpliva sprememb oziroma tveganj na notranje kontrole poslovanja. V STO se zavedamo tveganj, ki jih prinašajo hitro spreminjajoče se svetovne razmere in se nanje čim hitreje odzivamo ter prilagajamo strategijo trženja in komuniciranja. Kot ključna tveganja za slovenski turizem prepoznavamo podnebna, geopolitična, zdravstvena, gospodarska in finančna tveganja.

Podnebna tveganja

Podnebne spremembe in prilagajanje nanje so ena osrednjih tem svetovne politike in gospodarstva. Pogostejši ekstremni vremenski pojavi, spremembe podnebja, degradacija okolja z onesnaženostjo zraka, vode, tal, sušna obdobja in pomanjkanje vode, izguba pomembne biodiverzitet in druge spremembe naravnega okolja vplivajo tudi na zagotavljanje turistične ponudbe in produktov. Nekatere slovenske turistične destinacije že občutijo tovrstne vplive, ki se izražajo predvsem pri krajših in milejših zimskih obdobjih ter ekstremnih, nenadnih vremenskih pojavih. To pomeni krajše obdobje smučarskih dni, predvsem na smučiščih z nižjo nadmorsko višino. Ponudbo je zato treba prilagajati za vse daljše obdobje brez snega, kar mnogi

ponudniki že počnejo. V STO veliko pozornosti posvečamo trajnostnemu razvoju turizma, tudi z Zeleno shemo slovenskega turizma, kjer pozornost dajemo ohranjanju naravnega okolja in podpiramo razvoj petzvezdičnih doživetij z visoko dodano vrednostjo. Prav tako z različnimi projekti slovensko turistično gospodarstvo spodbujamo k trajnostni rasti in ponudbi, z upoštevanjem razvoja turizma v skladu s kazalniki varovanja naravnega in družbenega okolja.



Golte, foto: Iztok Medja



Plaža Grand hotela Toplice, Bled, foto: Dean Dubokovič



Pohodniška pot Juliana, foto: Mitja Sodja

Geopolitična tveganja

Mednarodni ali notranji politični konflikti, ki povzročajo varnostne grožnje, teroristične napade, spopade ali celo vojna stanja, povzročijo zmanjšano varnost in lahko povzročijo begunske vale. To močno vpliva na pripravljenost in zmožnosti za potovanja ter zagotavljanje ustrezne ponudbe. Slovenija se trenutno uvršča med najvarnejše države sveta za potovanje, vendar pa lahko hitro spreminjajoče se razmere na svetu močno vplivajo tako na varnost bivanja kot na pripravljenost in možnosti potovanja. V ta namen nagovarjamo razpršen portfelj trgov, kar nam omogoča večjo odpornost turizma.

Gospodarska tveganja

Gospodarsko stanje in kupna moč prebivalstva in turistov predstavljata pomembno tveganje, ki ga prepoznavamo, saj vpliva na razpoložanje in finančne zmožnosti za potovanje. Gospodarske krize, višanje cen energentov in surovin ter težave pri dobavnih verigah pomembno vplivajo tudi na turistično gospodarstvo in njihovo zmožnost delovanja, zagotavljanja kakovostne ponudbe, ustreznega kadra, zmožnosti za investicije in razvoj ter ustvarjanje dodane vrednosti. V STO si zato močno prizadevamo, da preko različnih promocijskih predstavitev na domačem in tujih trgih, preko vodilnih destinacij, različnih dogodkov, sejmov, izobraževanj, kampanj, osrednjega turističnega portala, publikacij in drugih kanalov slovenskemu turističnemu gospodarstvu omogočamo promocijo in prispevamo k prepoznavnosti Slovenije kot odlične destinacije za potovanje in raziskovanje ter tako krepimo tržno moč turističnega gospodarstva v Sloveniji. Prav tako slovenskemu turističnemu gospodarstvu nudimo možnosti sofinanciranja za promocijo na domačem in tujih trgih.

Finančna tveganja

Turistična dejavnost je v obdobju 2015–2019 izkoristila pozitivne trende gospodarske rasti, dosegala je višje povprečne medletne stopnje rasti od povprečja Slovenije, rast je zaostajala pri realizirani dodani vrednosti na zaposlenega. Kriza zaradi covid-19 je turistični sektor bistveno bolj prizadela kot ostale panoge in napoved okrevanja je daljša od okrevanja preostalega gospodarstva.

Zagotavljanje zadostnih finančnih spodbud in stabilnega sistemskega okvira za financiranje turizma je eden pomembnejših dejavnikov finančnih tveganj, ki vpliva na uspešnost strategije razvoja turizma. Ključna je vzpostavitev oziroma ohranjanje sistemskih mehanizmov in finančnih virov, ki izhajajo iz pogajanj novih evropskih instrumentov za odziv in okrevanje po pandemiji ter Evropske kohezijske politike za obdobje 2021–2027, ki so še v fazi osnutka in usklajevanja.

Učinkovito izvedene strukturne spremembe, ki vključujejo digitalni in zeleni prehod v poslovanju in novem naložbenem ciklusu, podpira Nacionalni načrt za okrevanje in odpornost. Ob uvajanju sprememb je ključno povečanje produktivnosti in znatno povišanje dodane vrednosti na zaposlenega; spremembe bi vplivale na stabilno rast do leta 2028 in doseganje zastavljenih finančnih ciljev na področju razvoja turizma. Medsektorski pristop je temelj oblikovanja sistemskega okvira in vzdržnega modela načrtovanja, upravljanja in financiranja infrastrukture v naravi in kulturnozgodovinskih središčih Slovenije. Za uspešen povratek na raven leta 2019, zagotavljanje stabilne rasti do leta 2028 in preprečitev finančnih tveganj so potrebne strukturne spremembe, digitalizacija poslovanja, nov investicijski cikel ter spodbudno podjetniško, finančno, fiskalno in regulativno okolje.

Zdravstvena tveganja

Pandemija covid-19 v letih 2020 in 2021 je razkrila številne nedoslednosti v odzivanju mednarodne skupnosti na pojav nove bolezni in pokazala, kako ranljiv je turizem ob morebitnih izrednih zdravstvenih dogodkih, predvsem z vidika mednarodnih potovanj. Izredni zdravstveni dogodki lahko privedejo do odpovedi rezervacij, zapiranja turističnih nastanitev in ponudbe, odliva kadrov v turistični panogi, omejevanja gibanja in potovanj znotraj države in med državami ter okrnjene dobavne verige. Slovenija je podprla prizadevanja mednarodne skupnosti in izrazila podporo mednarodnemu odgovoru za zagotavljanje večje mednarodne solidarnosti in enakosti na globalni ravni pri zagotavljanju zdravstvene oskrbe in izboljšanje pogojev za hiter odziv zdravstva na nepredvidene dogodke, ki ogrožajo zdravje ljudi. Dogovor naj bi bil sprejet do konca leta 2024. Kljub globalnim izzivom, kot so neugodna gospodarska situacija, visoki transportni stroški, omejitve potovanj in odlivi turističnih kadrov, je turizem pri nas okrevljal hitreje od evropskega in globalnega povprečja. Število turističnih prihodov in prenočitev je tako ponovno doseglo ravni izpred pandemije covid-19, kar kaže na močno pozicijo Slovenije kot ene najbolj zaželenih turističnih destinacij.



Destinacija Kočevsko je od leta 2016 članica družine Slovenija Green. STO, ki spodbuja in usmerja trajnosti razvoj na nacionalnem nivoju, s svojim delovanjem in usmeritvami kaže pot, da lahko znaku Slovenija Green gostje povsem zaupajo, saj ima mednarodno priznano oceno kakovosti in trajnosti. Naše aktivnosti pa na ta način presegajo samo področje turizma in imajo vpliv tudi na druga področja.

Dr. Vladimir Prebilič, predsednik Skupnosti občin Slovenije

Foto: Foto: Žiga Lovšin

Kočevsko, foto: Jošt Gantar

Blagovne znamke



Krovna turistična blagovna znamka Slovenije je **I feel Slovenia** oziroma Slovenijo čutim, ki velja za globalni identifikacijski simbol Slovenije. Na področju turizma v znamki I feel Slovenia izstopajo določeni elementi, ki poudarjajo, da je treba Slovenijo občutiti in doživeti. Turistična znamka Slovenije postavlja temelje za predstavitev slovenskih turističnih produktov domačim in tujim gostom.

V STO upravljamo z več blagovnimi znamkami ali oznakami, vezanimi na komunikacijske kampanje ali izpolnjevanje določenih trajnostnih in drugih meril s strani slovenskega turističnega gospodarstva.

Slovenia Green – krovna znamka nacionalnega certifikacijskega programa Zelena shema slovenskega turizma združuje vsa prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji.

Green & Safe – znak, ki označuje visoke higienske standarde in protokole ter trajnostna priporočila za turistične ponudnike in destinacije.

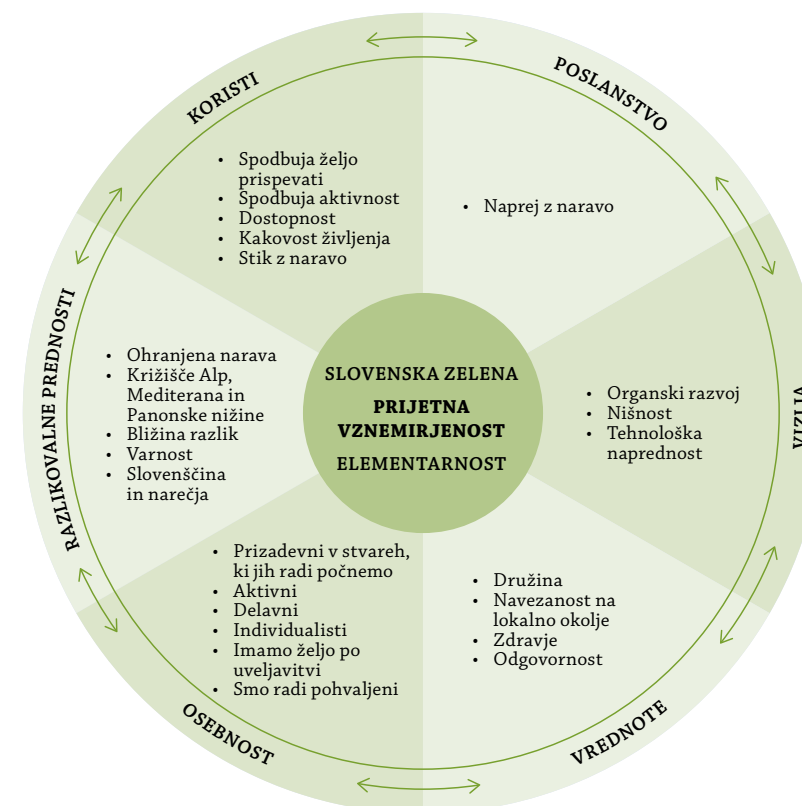
Slovenia Unique Experiences – oznaka za edinstvena petzvezdična doživetja; nosilec znaka zagotavlja, da je njegova ponudba lokalna, avtentična, edinstvena, izkustvena, butična, trajnostno zelena in premium kakovosti.

Za komunikacijo na tujih trgih kot osnovno komunikacijsko sporočilo uporabljamo **I feel Slovenia – MY WAY**, na domačem trgu **Moja Slovenija**.

#myway

Moja Slovenija

Jedro in poslanstvo turistične znamke I feel Slovenia



Upravljanje produktov slovenskega turizma

Strategija razvoja turizma 2022-2028 trženjsko funkcijo prepoznava kot temeljno funkcijo in poslanstvo delovanja STO tudi v bodoče, ki pa se v novem strateškem obdobju dopolnjuje z okrepljeno upravljavsko in produktno razvojno funkcijo ter usmerjanjem digitalne preobrazbe slovenskega turizma. V obdobju 2024-2025 bomo za izvajanje aktivnosti promocije in razvoja turističnih produktov, splošne promocije (digitalno in klasično komuniciranje, sejmi, borze, poslovni dogodki) ter razpisov in pozivov za sofinanciranje promocijskih in razvojnih aktivnosti (vodilne turistične destinacije, TO/TA, ter sodelovanje pri mednarodnih športnih prireditvah), namenili programska sredstva v višini 13.572.000 EUR. Aktivnosti tržnega komuniciranja bomo še naprej izvajali na evropskih trgih, oddaljenih trgih in doma. S ciljem večanja prepoznavnosti ključnih turističnih produktov Slovenije in osredotočenim nagovarjanjem izbranih ciljnih skupin bomo nadaljevali z usmeritvijo v vsebinski marketing. Ta je v kombinaciji z naprednimi tehnologijami in digitalnimi orodji ključen za promocijo Slovenije kot turistične destinacije in učinkovito upravljanje produktov.



ITB Berlin, foto: Nino Verdnik

Trženjski cilji STO v letih 2022–2023:

1. Povečanje prepoznavnosti in ugleda Slovenije kot turistične destinacije pod znamko I feel Slovenia.
2. Trajnostna rast s spremljavo novih, uravnoveženih kazalnikov uspeha turizma skozi vse leto (365 dni slovenskega turizma).
3. Geografska razpršitev tokov po vsej Sloveniji (tudi s podporo udejanjanja koncepta štirih makro destinacij).
4. Povečanje porabe (podaljšanje povprečne dobe bivanja in porabe ter krepitev produktov z višjo dodano vrednostjo).
5. Osredotočanje na zahtevnega obiskovalca, ki išče kakovostna, raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi s poudarkom na vsebinah dvoletne komunikacijske tematike.

Aktivna doživetja na prostem

Slovenski produkt Aktivnosti v naravi »Outdoor«, ki je v povezavi s produktom počitnice v gorah med najkonkurenčnejšimi v Evropi, temelji na izjemnih naravnih danostih, kakovostni infrastrukturi, trajnostnih poslovnih praksah ter odgovorni rabi naravnih in kulturnih danosti. Produkt ima velik vpliv na celotno podobo Slovenije kot trajnostne destinacije za preživljanje aktivnih počitnic na prostem in je v letih 2022 in 2023 predstavljal nosilno komunikacijsko tematiko. Produkt se povezuje s produktom športni turizem.

Po pandemiji covid-19 ima produkt Aktivnosti v naravi »Outdoor« veliko konkurenčno prednost pred ostalimi turističnimi produkti, saj se aktivnosti izvajajo na prostem, hkrati pa s široko paleto aktivnosti na prostem lahko privablja turiste skozi vse leto. Pri tem se Slovenija aktivno povezuje s sosednjimi državami, kot sta Italija in Avstrija, in sicer pri projektih Alpe Adria Trail in Alpe Adria Golf.



Goriška Brda, foto: arhiv ZTKMŠ Brda



Tadej Pogačar v Trenti, foto:

Športni turizem

Šport in turizem sta močno prepleteni in soodvisni panogi, športni turizem pa velja za enega od pomembnejših in najhitreje rastočih sektorjev svetovne potovalne industrije.

STO že več let sodeluje pri velikih mednarodnih športnih dogodkih in z vrhunskimi slovenskimi športniki gradi prepoznavnost in ugled Slovenije kot destinacije z izjemnimi naravnimi in klimatskimi danostmi, kakovostno infrastrukturo in strokovnim znanjem za izvedbo najzahtevnejših športnih dogodkov ter priprav vrhunskih športnikov.

Obdobje 2022–2023 je zaznamovala nosilna komunikacijska tema Outdoor in športni turizem. S povezovanjem ključnih deležnikov na področju športa in turizma ter usklajenim (so)delovanjem smo v STO oblikovali usklajen in trajnosten nabor ukrepov in dogodkov, ki bodo slovenskemu športu in turizmu prinašali dolgoročne ekonomske, socialne in promocijske učinke. V letih 2022 in 2023 smo še okrepili sodelovanje z vrhunskimi slovenskimi športniki, ambasadorji slovenskega turizma, kot so Luka

Dončić, Tadej Pogačar in Primož Roglič, prav tako pa tudi z drugimi mladimi in obetavnimi športniki, ki s svojimi dosežki in srčnostjo navdušujejo milijone športnih navdušencev in aktivnih posameznikov z vsega sveta.

Ključne aktivnosti na področju razvoja in promocije produkta Športni turizem v letih 2022 in 2023:

- oblikovanje in vodenje strokovne skupine STO za športni turizem; pripravljalne aktivnosti za OI 2024 Pariz,
- priprava analize stanja in potenciala športnega turizma v Sloveniji ter oblikovanje priporočil za razvoj in trženje športnega turizma,
- sodelovanje in podpora najpomembnejšim mednarodnim športnim dogodkom,
- podpora organizatorjem mednarodnih športnih dogodkov v Sloveniji (javni poziv),
- sodelovanje s športniki (uveljavljenimi in mladimi talenti), ambasadorji slovenskega turizma,
- kreativna priprava in nadgradnja vsebin in orodij za učinkovito promocijo športnega turizma,
- prizadevanja za enotnejšo uporabo znamke IFS in dresov v barvah znamke IFS v okviru slovenskih športnih reprezentanc.



Rafting na Soči, foto: Iztok Medja



Kongres, foto: Žiga Zupan

Poslovna srečanja in dogodki

Poslovna srečanja in dogodki so med nosilnimi turističnimi produkti slovenskega turizma z visoko konkurenčno pozicijo. Produkt ima visok tržni potencial ponudbe z višjo dodano vrednostjo, nagovarja kupce višjega dohodkovnega razreda z višjo kupno močjo, kot so poslovneži, panožni strokovnjaki in znanstveniki. Poslovna srečanja zajemajo ponudbo in organizacijo različnih domačih in mednarodnih konferenc, strokovnih srečanj, motivacijskih srečanj, razstav in drugih poslovnih dogodkov, ki skupaj z ostalo spremljajočo ponudbo na destinaciji privabijo večdnevne goste. Poslovna srečanja bistveno pripomorejo k premagovanju sezonalizacije in prispevajo k povečanju povprečne dobe bivanja.

Zaradi posledic epidemije covid-19, upada turističnih tokov in občasnega zaprtja meja se je poslovni turizem skoraj zaustavil, poslovna komunikacija pa se je v letih 2020–2021 preselila z osebnih srečanj k digitalnim srečanjem s pomočjo različnih vrst spletne komunikacije (webinarji, on-line srečanja, video konference).

Za produkt Poslovna srečanja in dogodki je še posebej pomembna krepitev povezovanja kongresnih destinacij in ponudnikov v celovito ponudbo kongresnega turizma Slovenije.

Izzivi razvoja in trženja produkta:

- organizacija produkta in delovanje ter vloga Kongresnega urada,
- vzpostavitev novih letalskih povezav,
- daljše okrevanje,
- nujno prestrukturiranje trženja kongresnega turizma.

V letih 2022 in 2023 so bili storjeni ključni premiki k prestrukturiranju trženjske strategije in utrjevanju prepoznavnosti Slovenije kot kongresne destinacije. S ciljem krepitve produkta Poslovna srečanja in dogodki so bila organizirana izobraževanja akterjev slovenskega kongresnega turizma in izvedeni raziskovalni projekti.

Poleg udeležbe na mednarodnih borzah in organizaciji turističnih delavnic so pomemben del B2B aktivnosti predstavljala strokovna srečanja različnih združenj skupaj s partnerji kongresnega turizma. Na študijskih obiskih Slovenije so tuji klienti spoznavali Slovenijo kot kongresno destinacijo, na izbranih komunikacijskih kanalih pa se je promoviral produkt Poslovna srečanja in dogodki.

Zdravje in dobro počutje

Produkt Zdravje in dobro počutje ima močan vpliv na pozitivno podobo Slovenije kot turistične destinacije s konkurenčno ponudbo programov zdravja, preventive in dobrega počutja. Produkt ima visok trženjski potencial za ustvarjanje višje dodane vrednosti in visok ekonomski učinek, predvsem pri podproduktu Medicinski wellness, enem izmed osrednjih produktov v letih 2022–2023.

Produkt omogoča celoletno turistično ponudbo, kar je v skladu s ključnim strateškim ciljem STO – desezonalizacija in uveljavljanjem turizma 365 dni na leto. Hkrati se, glede na svojo ponudbo in infrastrukturo, ustrezno umešča in povezuje z ostalimi nosilnimi produkti slovenskega turizma, kot so doživetja v naravi, gastronomija, kultura, poslovna srečanja in dogodki. Produkt in turistična ponudba slovenskih naravnih zdravilišč sta bila posebej v letih 2020–2021 usmerjena na spodbujanje nacionalnega turizma. Od leta 2022 je cilj ponovno aktivno trženje tudi na tujih trgih s ciljem privabljanja gostov višjega dohodkovnega razreda.



Terme Olimia, foto: Žiga Zupan



Dnevi poezije in vina Ptuj, foto: Luka Karlin, Studio Virco

Mesta in kultura

Turistični produkt Mesta in kultura ima pomemben vpliv tako na prepoznavnost države kot na prihodke iz naslova turizma. Kultura predstavlja osnovni motiv za potovanje domačih in tujih turistov, hkrati pa se lepo povezuje s produktom ponudbe mestnih doživetij ter ostalimi turističnimi produkti Slovenije, kar prinaša dodano vrednost za turista, ki obiše Slovenijo. V sklopu ponudbe turističnega produkta Mesta in kultura ima posebno mesto tudi ponudba devetnajstih slovenskih zgodovinskih mest. Na območju zgodovinskih mest je 80 % najkvalitetnejših kulturnih spomenikov in 70 % vseh kulturnih institucij v Sloveniji: kulturnih dvoran, gledališč, galerij in likovnih razstavišč ter muzejev. Nekatera zgodovinska mesta (Idrija, Škofja Loka in Ptuj) so kot edina v Sloveniji uvrščena na Unescov seznam kulturne dediščine, ki predstavlja znamenitosti izjemnega kulturnega ali naravnega pomena.

V okviru produkta si prizadevamo za zagotavljanje atraktivne ponudbe 365 dni v letu s poudarkom na nižji turistični sezoni in preusmerjanju turističnih tokov v času glavne turistične sezone na manj prepoznane destinacije

oziroma mesta ter za tesnejše povezovanje med destinacijami in ponudniki kulturnih vsebin ter krovnim Združenjem zgodovinskih mest Slovenije in posredniki ponudbe, z namenom skupnega trženja kulturnega turizma.

Gastronomija

Že v letih pred pandemijo se je gastronomski turizem zelo razvil in postal eden pomembnejših elementov kakovosti turistovega doživetja. Gastronomija je izredno pomembna za spodbujanje lokalnega, regionalnega in nacionalnega ekonomskega razvoja, gastronomski turisti pa so običajno dobri gostje, bolj okoljsko ozaveščeni in z več interesa za spoznavanje tujih kultur. Akcijski načrt razvoja in trženje gastronskega turizma Slovenije 2019–2023 kot ključne cilje razvoja in trženja gastronomije opredeljuje:

- dvig mednarodne prepoznavnosti,
- zagotavljanje trajnosti,
- ustvarjanje dodane vrednosti.



Hiša Stare trte, Maribor, foto: Domen Grögl



Michelinov vodnik, foto: Nina Kurnik

V zadnjih letih je bil narejen izjemen napredek na področju razvoja in trženja gastronskega turizma. V Slovenijo je leta 2018 prišel gastronski vodnik Gault&Millau, leta 2020 pa še gastronski vodnik Michelin, Slovenija je bila v letu 2021 nosilka naziva Evropska gastronska regija, vzpostavljen je bil portal Taste Slovenia, Zelena shema slovenskega turizma je bila nadgrajena z novo kategorijo Slovenia Green Cuisine in gastronomijo kot nosilno komunikacijsko tematiko 2020–2021.

Z namenom doseganja ciljev bomo tudi v bodoče nadaljevali z izvajanjem sledečih razvojnih in promocijskih aktivnosti, s katerimi smo v preteklem obdobju uspešno pozicionirali Slovenijo na gastronski zemljevid sveta:

- sodelovanje z gastronskim vodnikom Michelin,
- sodelovanje z gastronskim vodnikom Gault&Millau Slovenija,
- promocijska podpora Tednu restavracij,

- pospeševanje pridobitve znaka Green Cuisine in vključitev gostinskih ponudnikov v Zeleno shemo slovenskega turizma,
- podpora revitalizaciji znamke Gostilna Slovenija, mreženje in predstavitve Slovenije na mednarodno odmevnih dogodkih,
- spodbujanje povezovanja gastronomije z drugimi turističnimi produkti (npr. kulturo, aktivnostmi na prostem) in oblikovanje edinstvenih gastronskih doživetij,
- urednikovanje produktnega nacionalnega portala za gastronomijo Taste Slovenia v slovenskem in angleškem jeziku,
- gastronomiji bo namenjena posebna pozornost pri vseh študijskih turah za slovenske medije,
- izvajanje vseh drugih aktivnosti, opredeljenih v Akcijskem načrtu razvoja in trženja gastronskega turizma Slovenije 2017–2023.



Hiša Denk, Maribor, foto: Ciril Jazbec



STO je ključni povezovalac aktivnosti trajnostnega razvoja turizma v Sloveniji na nacionalnem, destinacijskem in podjetniškem nivoju. Z njimi zelo dobro sodelujemo pri pripravi in izvedbi skupnih dogodkov, promociji poklicev v turizmu in gostinstvu ter umeščenosti znamke I feel Slovenia v ključne promocijske materiale in dogodke Turistično gostinske zbornice Slovenije.

Fedja Pobegajlo, direktor, Turistično gostinska zbornica Slovenije

Trajnostni odnosi z deležniki

Ključne deležnike identificiramo na podlagi vplivov, ki jih imajo za slovenski turizem in STO, ter odnose z njimi razvijamo z vidika obojestranskih interesov.

Naši ključni deležniki:

- zaposleni v STO,
- vladni organi, kot so Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport, Ministrstvo za okolje, podnebje in energijo, Ministrstvo za infrastrukturo idr.,
- vodilne destinacije slovenskega turizma (35 destinacij),
- slovensko turistično gospodarstvo ter produktna in panožna združenja (npr. Turistično gostinska zbornica Slovenije, Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč, Združenje zgodovinskih mest Slovenije, Kongresni urad Slovenije, Slovenia Outdoor, Konzorcij Slovenia Green, Skupnost občin Slovenije),
- turisti,
- lokalno prebivalstvo,
- mednarodne organizacije, kot so Virtuoso, certificirani potovalni specialisti za Slovenijo (IFS akademija), Evropska potovalna komisija ter Green Destinations,
- domači in tuji mediji, vplivneži, ambasadorji, nevladne organizacije, strokovne organizacije idr.

Matrika bistvenosti

Na podlagi stebrov, pomembnih za STO, in deležniških skupin smo definirali ključne kategorije, ki so osnova za merjenje pomembnosti različnih vidikov za STO in njene deležnike. Za pripravo matrike bistvenosti smo izvedli elektronsko anketiranje ključnih deležnikov (brez turistov in lokalnega prebivalstva). Delež pomembnosti posameznih vidikov za STO in deležnike je prikazana v matriki bistvenosti, ki smo jo izvedli v letu 2022. Za naslednje dvoletno trajnostno poročilo bomo pripravili novo, posodobljeno matriko bistvenosti.

Pri upravljanju STO je v največji meri pomembno vključevanje deležnikov v dejavnosti organizacije, razvoj novih produktov in inovativnost, strokovnost vodstva in zaposlenih ter trajnostni razvoj kot središče slovenskega turizma. Z vidika ekonomskega upravljanja pa je največjega pomena uspeh turističnega prometa slovenskega turističnega gospodarstva.

Na področju naravnega okolja STO daje večji pomen brezogljičnosti, deležniki pa ohranjanju biotske raznovrstnosti, oboji poudarjajo pomen zmanjšanja plastike za enkratno uporabo v slovenskem turističnem gospodarstvu in destinacijah.

Pri vidiku zaposlenih in družbenega okolja je najpomembnejša skrb za izobraževanje, usposabljanje zaposlenih in deležnikov s področja trajnostnega turizma. Deležnikom je v velikem deležu pomembna tudi visoka kompetentnost zaposlenih.

Matrika bistvenosti

Št. Področje

Upravljanje STO

- 1 STO, njeno vodstvo in zaposleni imajo visok strokovni ugled.
- 2 V svoje dejavnosti tesno vključujemo deležnike (turistično gospodarstvo idr.).
- 3 Dejavnosti izvajamo visoko kakovostno.
- 4 Smo inovativni, razvijamo nove produkte na področju turizma.
- 5 Trajnostni razvoj postavljamo v središče.
- 6 Zagotavljamo skladnost z zakonodajo.
- 7 Poslujemo transparentno.
- 8 Delujemo v skladu s politiko ničelne koruptivnosti.

Ekonomski vidiki upravljanja

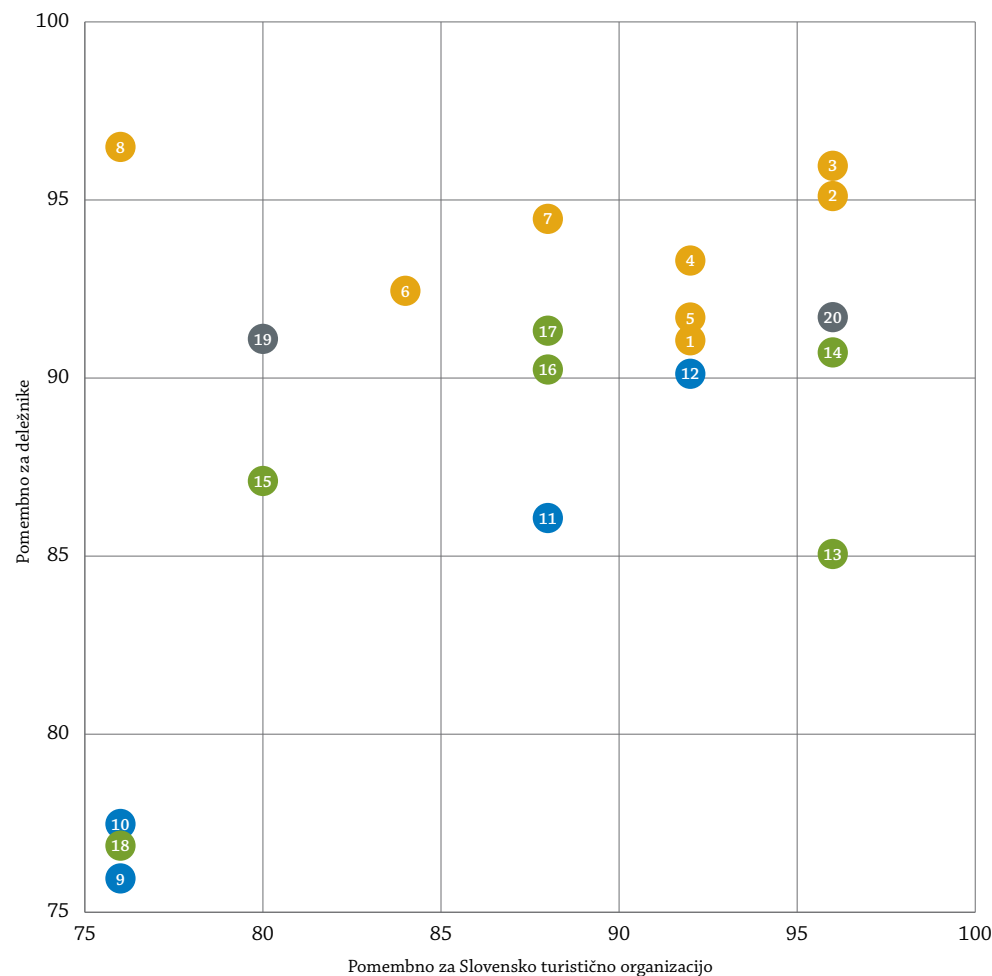
- 9 Poslovanje STO je ekonomsko uspešno.
- 10 Sredstva STO so donosna (donos naložbe, izmerjen z vsemi vloženimi sredstvi vanjo).
- 11 Doseganje ciljev glede prilivov iz izvoza potovanj slovenskega turističnega gospodarstva.
- 12 Turistični promet slovenskega turističnega gospodarstva je uspešen.

Naravno okolje

- 13 Delujemo v smeri brezogljičnosti (turistične dejavnosti, mobilnosti idr.).
- 14 Prizadevamo si za zmanjšanje plastike za enkratno uporabo med slovenskim turističnim gospodarstvom in destinacijami.
- 15 Spodbujamo trajnostni turizem preko Zelene sheme slovenskega turizma.
- 16 Spodbujamo učinkovito upravljanje z vodo.
- 17 Prizadevamo si za ohranjanje biotske raznovrstnosti.
- 18 Z lastnimi viri ravnamo trajnostno (zelena pisarna).

Zaposleni in družbeno okolje

- 19 Kompetentnost zaposlenih STO je visoka.
- 20 Skrbimo za izobraževanje, usposabljanje zaposlenih in deležnikov s področja trajnostnega turizma.
- 21 Imamo certifikat Družini prijazno podjetje in Družbeno odgovoren delodajalec.



- Upravljanje STO
- Ekonomski vidiki upravljanja
- Naravno okolje
- Zaposleni in družbeno okolje

Cilji v odnosu do ključnih deležnikov

Cilji v odnosu do ključnih deležnikov v letih 2022–2028, realizacija ciljev in komunikacijska orodja

Deležnik	Cilji	Realizacija do 31. 12. 2023	Komunikacijska orodja
Zaposleni STO	Povečanje pozitivne organizacijske energije za 1 točko enotnega indeksa	●	Intranet
	Najmanj trije novi ukrepi v okviru certifikata Družbeno odgovoren delodajalec	●	Direktna e-pošta
	Število izobraževanj in usposabljanj povečati za 20 %	●	Anketa o organizacijski energiji
	Nadaljevanje projekta Zelena in zdrava pisarna, prijazna Sloveniji in povečanje števila aktivnosti za 20 %	●	Anketa o zadovoljstvu z ukrepi certifikata DOD
	Delovanje tima za družbeno odgovornost: povečanje števila pobud za 20 %	●	Brošure
	Delovanje Eko tima: povečanje števila pobud za 20 %	●	Izobraževanja in usposabljanja
Vladni organi	Povečati sredstva za trženje in razvoj slovenskega turizma	●	Direktna e-pošta
	Boljše medresorsko povezovanje in uresničevanje nove strategije	●	Poslovna srečanja
	Ponuditi kakovostne transportne povezave	●	Dnevi slovenskega turizma
	Vključevanje kmetijskega sektorja v turistično ponudbo (lokalne surovine)	●	(okrogle mize, strokovne predstavitve)
	Izboljšanje turistične infrastrukture	●	Drugi dogodki
Vodilne destinacije	1.200.000 EUR na leto podeljenih sredstev za vodilne turistične organizacije	●	Slovenski turistični portal www.slovenia.info
	Najmanj dve srečanji letno za vodilne destinacije	●	Mesečni novičnik
	Najmanj dve izobraževanji in usposabljanji letno za vodilne destinacije	●	Slovenska turistična borza
	Krepitev menedžmenta upravljanja destinacij	●	Javni razpisi in pozivi
	100 % vodilnih destinacij vključenih v Zeleno shemo slovenskega turizma	●	Dnevi slovenskega turizma
	Razvoj in implementacija merjenja ogljičnega odtisa slovenskega turizma na ravni destinacij in ponudnikov	●	Zeleni dan slovenskega turizma Srečanje sveta županov vodilnih destinacij
Slovensko turistično gospodarstvo in vodilni subjekti turističnega gospodarstva	Izbor nove stojnice slovenskega turizma, ki temelji na filozofiji trajnosti in konceptu ponovne uporabe (re-use)	●	Slovenski turistični portal www.slovenia.info Mesečni novičnik
	10 % subjektov turističnega gospodarstva vključenih v Zeleno shemo slovenskega turizma	●	Virtualni dogodki Feel Sloveni@
	100-% povečanje prejemnikov znaka Slovenia Green Cuisine	●	Slovenska turistična borza
	50-% povečanje prejemnikov znaka za 5-zvezdična doživetja Slovenia Unique Experiences	●	Javni razpisi in pozivi
	Nadaljevanje izvajanja poziva Sejalec	●	Dnevi slovenskega turizma
	100-% povečanje vključenih v iniciativo za izključitev plastike za enkratno uporabo	●	Zeleni dan slovenskega turizma
	5 usposabljanj in delavnic letno	●	Anketa o zadovoljstvu dela STO
	Minimalna ocena 3 pri zadovoljstvu slovenskega turističnega gospodarstva z delom STO	●	
	Razvoj in implementacija merjenja ogljičnega odtisa slovenskega turizma na ravni destinacij in ponudnikov	●	

Deležnik	Cilji	Realizacija do 31. 12. 2023	Komunikacijska orodja
Turisti	14,4 milijona vseh prenočitev	●	Slovenski turistični portal www.slovenia.info
	4,7 milijona prihodov vseh gostov	●	Mesečni novičnik
	3 dni povprečna doba bivanja v nastanitvenem obratu	●	Oglaševalske kampanje
	Družbena omrežja: povečanje odzivov t. i. interakcij s strani turistov za 20 % in povečanje števila sledilcev za 20 %, dodajanje novih kanalov komuniciranja in sledenje trendom na tem področju	●	Družbeni mediji in komuniciranje prek platform za sporočanje
	Vzpostavitev NIS za merjenje učinkov turizma	●	Prireditve in dogodki
	Vzpostavitev sistema za upravljanje turističnih tokov	●	Promocijske publikacije (tiskane in digitalne)
	Ponuditi mobilno aplikacijo za izbiro zelene destinacije s čim nižjim ogljičnim odtisom, namesto aplikacije načrtovanja potovanj	●	Anketa o zadovoljstvu
	Ustvarjanje trajnostne in butične ponudbe za 5-zvezdična doživetja	●	
	Slovenija kot prva izbira za trajnostne počitnice	●	
	Lokalno prebivalstvo	Vključevanje lokalnih virov v turistično ponudbo posamezne destinacije	●
Vključevanje naravne in kulturne dediščine v turistično ponudbo destinacije		●	Mesečni novičnik
Povezovanje turizma s kmetijstvom in gospodarstvom v lokalnem okolju		●	Prireditve in dogodki
Krepitev sodelovanja prebivalcev pri načrtovanju turizma v destinaciji		●	Anketa o zadovoljstvu Informiranje prek družbenih omrežij
Mednarodne organizacije	Izvedba mednarodnih konferenc v Sloveniji s poudarkom na trajnostnem turizmu (Slovenija kot odlična gostiteljica trajnostnih praks) – vsaj ena vsaki dve leti	●	Slovenski turistični portal www.slovenia.info
	Vključevanje dobrih praks slovenskega trajnostnega turizma v mednarodnem merilu – Slovenija kot zgled trajnostnega turizma	●	Mesečni novičnik Virtualni dogodki Feel Sloveni@
	Povečanje študijskih tur turističnih organizatorjev in turističnih agentov in hkrati zmanjšanje ogljičnega odtisa za 20–30 % - z uporabo lokalnih prevozov, e-vozil, pogostitev po principu 0 km idr.	●	Direktna e-pošta
Domači in tuji mediji, vplivneži, ambasadorji, nevladne organizacije, strokovne organizacije	Povečanje števila objav s prevladujočo vsebino na temo Slovenije kot trajnostne turistične destinacije ali trajnostnega delovanja STO v domačih in tujih medijih za vsaj 20 %	●	Slovenski turistični portal www.slovenia.info Mesečni novičnik
	Povečanje vložka v globalne digitalne kampanje za 30 %	●	Oglaševalske kampanje (digitalne kampanje)
	Sprememba in posodobitev komunikacijskih kanalov za vsaj 20 %	●	Družbeni mediji
	Število objav na družbenih omrežjih: povečanje števila objav za 20 % in krepitev komuniciranja v skladu s trendi – audio vsebine, ASMR video vsebine, »real time« video vsebine idr.	●	Študijska potovanja za novinarje Prireditve in dogodki, sejmi
	20 % študijskih potovanj za novinarje na temo trajnosti, z minimalnim ogljičnim odtisom	●	Novinarske konference
	Povečanje povezovanja in promocije s strani ambasadorjev in deležnikov v turizmu	●	Sporočila za javnost Oddaje in podkasti Virtualni dogodki Feel Sloveni@ Promocijske publikacije (tiskane in digitalne)

● doseženo ● v izvajanju ● ni doseženo

Članstvo v združenjih

STO je aktivna članica Market Intelligence Committee v okviru European Travel Commission (ETC), kar nam omogoča neposreden vpliv na izvedbo raziskav in oblikovanje programa dela ETC v podporo promocije Evrope na evropskih in prekomorskih trgih. Proaktivni smo tudi v Sosvetu za statistiko turizma v okviru Statističnega urada RS (SURS) s ciljem vplivanja na zagotavljanje podatkov, ki jih potrebujemo za merjenje učinkov turizma na gospodarstvo države in ovrednotenje uspešnosti izvajanja Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2022–2028.

SmO tudi člani različnih združenj in organizacij, ki pomembno prispevajo k razvoju turizma in omogočajo povezovanje in pozicioniranje Slovenije kot zelene destinacije. Vključujemo se predvsem v tista članstva, v katerih lahko razvijamo svoje kompetence in širimo povezave. SmO člani avstrijskega združenja za turizem ÖVT in avstrijskega narodnega turističnega urada ADUTEI, nacionalnega združenja za turizem v Združenem kraljestvu, združenja Professional Convention Management Association (PCMA), ki predstavlja največjo mrežo strategov za poslovne dogodke, združenja za razvoj odličnosti kompetenc v turizmu Society for Incentive Travel Excellence (SITE), delujemo v mednarodnem strokovnem združenju International Congress and Convention Association (ICCA), ameriškem združenju potovalnih agentov ASTA, Društvu za marketing Slovenije, Slovenskem društvu za odnose z javnostmi, Združenju Manager idr.

Slovenija je bila v letih 2022 in 2023 aktivna v mednarodnih združenjih, kot so ECTA, ABTA in Connections.

Na področju trajnostnega razvoja smo del svetovne organizacije za trajnostni turizem Global Sustainable Tourism Council, ki določa standarde za trajnostno potovanje in turizem, in slovenskega Zelenega omrežja Slovenije, ki povezuje podjetja in druge organizacije ter izobraževalne ustanove v prizadevanjih za trajnostni razvoj Slovenije. Vrsto let smo tudi člani Virtuosa, vodilnega turističnega in potovalnega združenja s področja luksuznega in butičnega turizma.



Izvir mineralne vode na Jezerskem, foto: Jošt Gantar



Slovenska turistična borza, foto: Nino Verdnik

Družba



Ko je STO v ospredje postavila trajnost, je to spodbudilo tudi nas hotelirje, da smo o tem začeli aktivneje razmišljati in razvijati lastne strategije za odgovornejšo in učinkovitejšo porabo energentov, vode in surovin. Naši gostje to opazijo in zelo cenijo. Tudi za korporativni segment in organizatorje dogodkov postaja trajnostna zaveza hotela eden od ključnih dejavnikov. To je le dodatna potrditev, da lahko viziji STO popolno zaupamo.

Gregor Jamnik, predsednik
Združenja hotelirjev Slovenije



Trajnostni odnosi do lastnih zaposlenih

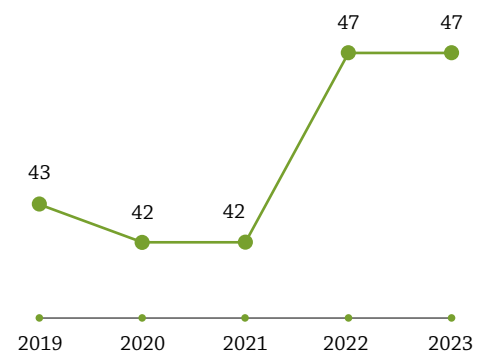
Zaposleni v STO so ključni gradniki promocije slovenskega turizma. S svojimi znanji, kompetencami, idejami in razvojno naravnostjo prispevajo k razvoju slovenskega turizma v Sloveniji in njegovi prepoznavnosti v svetu. Politika zaposlovanja temelji na področjih dela STO, ki sledijo ciljem Strategije slovenskega turizma. V skladu s

tem smo se v letih 2022 in 2023 kadrovsko okrepili na področju poslovnega turizma, korporativnega komuniciranja in digitalne preobrazbe. Tudi v prihodnje bomo pri zaposlovanju sledili doseganju ciljev strategije, kjer bomo usmerjeni predvsem na krepitev upravljanja destinacij, produktni razvoj in digitalno preobrazbo.

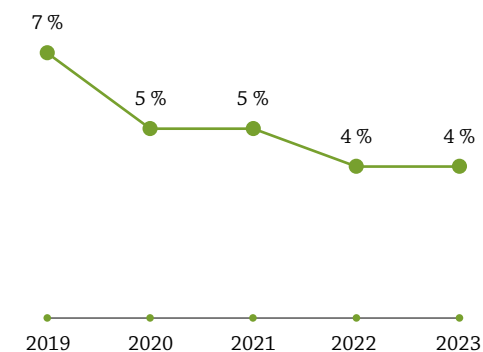
Tabela: Zaposleni v STO v letih 2019–2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Število zaposlenih	43	42	42	47	47
Zaposleni za nedoločen čas	88 %	88 %	88 %	87 %	87 %
Zaposleni za določen čas	12 %	12 %	12 %	13 %	13 %
Delež zaposlenih glede na starost, od 27 do 40 let	47 %	47 %	43 %	32 %	32 %
Delež zaposlenih glede na starost, od 41 do 55 let	47 %	47 %	52 %	64 %	62 %
Delež zaposlenih glede na starost, 56 let in več	6 %	6 %	5 %	4 %	6 %
Delež zaposlenih po spolu, ženski	90 %	90 %	90 %	91 %	91 %
Delež zaposlenih po spolu, moški	10 %	10 %	10 %	9 %	9 %
Novozaposleni	16 %	2 %	5 %	13 %	4 %
Fluktuacija	7 %	5 %	5 %	4 %	4 %

Graf: Število zaposlenih v letih 2019–2023



Graf: Fluktuacija v letih 2019–2023



Zavedamo se pomena ustrezne izobraženosti naših zaposlenih, zato nihče od zaposlenih nima manj kot visoke strokovne šole. Večina zaposlenih ima univerzitetno izobrazbo (75 %), ta delež z leti večamo, kar 15 % zaposlenih pa ima tudi znanstveni magisterij.

V letu 2023 je bilo v primerjavi s preteklim letom nekoliko več bolniških odsotnosti, kar je posledica različnih dejavnikov; starejše strukture zaposlenih in večje izpostavljenosti zdravstvenim tveganjem.

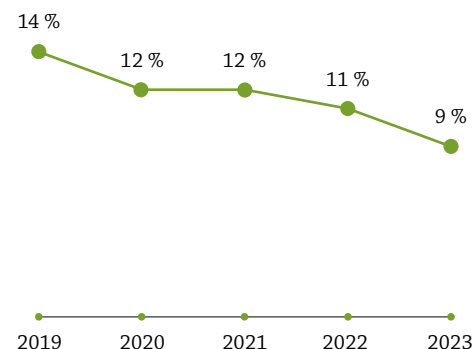
V STO deluje sindikat SI-JUS STO (Sindikat javnih uslužbencev Slovenije zavoda STO), ki ga zastopa sindikalna zaupnica Tanja Mlakar. Sindikat deluje v okviru Sindikata javnih uslužbencev Slovenije – SI-JUS (www.si-jus.si). Med STO in sindikatom je bila 5. septembra 2012 podpisana pogodba o zagotavljanju pogojev za sindikalno delo sindikata SI-JUS STO, ki določa okvire sodelovanja in vključenost sindikata v vsa vprašanja, o katerih odločajo organi upravljanja in pooblašeni delavci in se nanašajo na socialno ekonomski in delovni položaj ter pravice, obveznosti in odgovornosti delavcev iz dela in delovnega razmerja.

Prizadevamo si za dostojno plačilo naših zaposlenih. Kot javni uslužbenci smo vključeni v sistem plač v javnem sektorju. Povprečna decembrska bruto plača v letu 2023 je v STO znašala 2.765,66 EUR, kar je več, kot je znašala povprečna decembrska bruto plača za javni sektor, ki je bila 2.689,71 EUR.

Tabela: Delež zaposlenih glede na stopnjo izobrazbe v letih 2019–2023

Stopnja izobrazbe	2019	2020	2021	2022	2023
Visoka strokovna šola	14 %	12 %	12 %	11 %	9 %
Univerzitetna izobrazba/II. bolonjska stopnja	69 %	71 %	71 %	72 %	74 %
Znanstveni magisterij	17 %	14 %	14 %	15 %	15 %
Doktorat znanosti	0 %	2 %	2 %	2 %	2 %

Graf: Število zaposlenih z visoko strokovno šolo v letih 2019–2023



Graf: Število zaposlenih z univerzitetno izobrazbo v letih 2019–2023

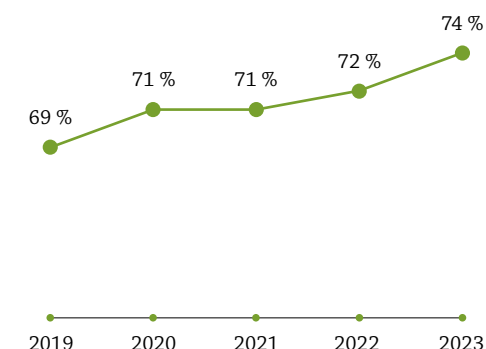


Tabela: Bolniške odsotnosti in starševski dopust med zaposlenimi v letih 2019–2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Bolniške odsotnosti	6 %	4 %	3 %	2 %	8 %
Starševski dopust	5 %	1 %	0 %	4 %	1 %

Družini prijazno podjetje in Družbeno odgovoren delodajalec

Smo prejemniki naprednega certifikata Družbeno odgovoren delodajalec in polnega certifikata Družini prijazno podjetje. V skladu s certifikatoma vsako leto pripravimo izvedbeni načrt ukrepov, s katerimi izboljšujemo pogoje za usklajevanje zasebnega in poklicnega življenja, varnosti in zdravja na delovnem mestu, prizadevamo si za medgeneracijsko sodelovanje ter etično vodenje in nediskriminacijo na delovnem mestu. To prispeva k večjemu zadovoljstvu zaposlenih na delovnem mestu ter posledično k večji pripadnosti in boljši delovni produktivnosti.

Vzpostavili smo tim za usklajevanje poklicnega in družinskega življenja, ki se sestaja najmanj dvakrat letno in skrbi za implementacijo ukrepov skladno s planom implementacije. Del tima je tudi sindikalna zaupnica.

Pripravili smo strategijo družbene odgovornosti in implementirali ukrepe, s katerimi smo ob upoštevanju večdeležniškega koncepta zmanjševali negativne vplive na okolje, pozitivno vplivali na svoje deležnike ter izboljševali organizacijsko upravljanje organizacije.



Družbeno odgovoren delodajalec
Napredni certifikat R.Š. 0013/2020 - N1

POLNI CERTIFIKAT



Družini prijazno podjetje

V okviru certifikata Družbeno odgovoren delodajalec izvajamo 12 temeljnih in 9 področnih ukrepov, od katerih je originalen ukrep vzpostavitev Zelene in zdrave pisarne, prijazne Sloveniji. V letih 2024 in 2025 se bodo aktivnosti razširile na področje blažitve podnebnih ukrepov v turizmu. V okviru temeljnih ukrepov smo zavezani tudi k dvoletnemu trajnostnemu poročanju.

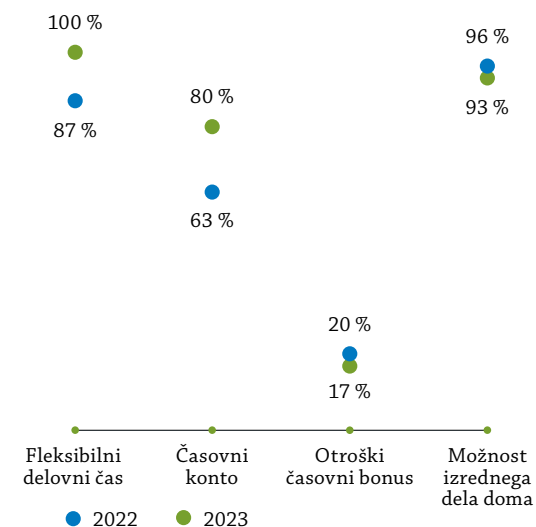
V okviru certifikata Družini prijazno podjetje izvajamo 16 ukrepov s področij delovnega časa, organizacije dela, delovnega mesta, politike informiranja in komuniciranja, večšin vodstva, razvoja kadrov in storitev za družine.

V letu 2023 so vsi zaposleni koristili možnost fleksibilnega delovnega časa, večina je koristila tudi možnost izrednega dela od doma. Glede na leto 2022 se je v letu 2023 povečalo koriščenje časovnega konta, ki ga je koristilo 80 % zaposlenih. Nekoliko se je zmanjšal odstotek zaposlenih, ki je koristil otroški časovni bonus, kar je odvisno od družinske dinamike zaposlenih.

Tabela: Nekateri izvedeni ukrepi in odstotek zaposlenih, ki so koristili določen ukrep v letih 2022–2023

Ukrep	2022	2023
Fleksibilni delovni čas	87 %	100 %
Časovni konto	63 %	80 %
Otroški časovni bonus	20 %	17 %
Možnost izrednega dela doma	96 %	93 %

Graf: Odstotek zaposlenih, ki so koristili določen ukrep v letih 2022–2023



Izobraževanje in usposabljanje zaposlenih

Strokovnost zaposlenih je temelj za uspešno delovanje STO, zato skrbimo za izobraževanje in razvoj kompetenc zaposlenih. Pri tem sledimo letnemu Programu izobraževanja in usposabljanja zaposlenih, ki ga vsako leto sprejme direktorica agencije v skladu s Pravilnikom o izobraževanju, usposabljanju in izpopolnjevanju zaposlenih v STO. Splošni cilji izobraževanja, usposabljanja in izpopolnjevanja zaposlenih:

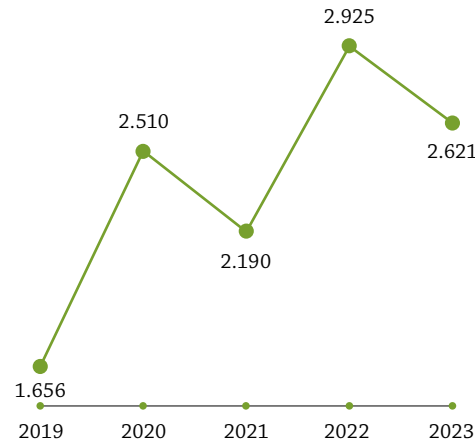
- zagotavljati zakonitost poslovanja,
- dvig ravni usposobljenosti zaposlenih na posameznih delovnih področjih,
- izboljšanje kakovosti dela in notranjih odnosov,
- spodbujanje koncepta vseživljenjskega učenja,
- pridobitev oziroma vzdrževanje ravni znanja s področja varnosti in zdravja pri delu,
- pridobitev in nadgradnja funkcionalnih znanj z delovnih področij zaradi sprememb zakonodaje,
- pridobitev in nadgradnja funkcionalnih znanj zaradi uvedbe novih e-aplikacij STO za optimizacijo procesov dela.

V letih 2022 in 2023 so se naši zaposleni izobraževali na področjih digitalnega marketinga, javnega nastopanja, računalniške pismenosti, varnosti in zdravja pri delu, promocije zdravja na delovnem mestu, varstva osebnih podatkov, vodstvenih kompetenc, dokumentarnega gradiva, javnih naročil, podnebnih tveganj v turizmu, področij, vezanih na spremembo zakonodaje, ki ureja delovanje agencije, idr. V prihodnje se bomo posvetili izobraževanju tudi na področjih umetne inteligence ter nadaljevali z usposabljanji s področij družbene odgovornosti in trajnostnega poslovanja.

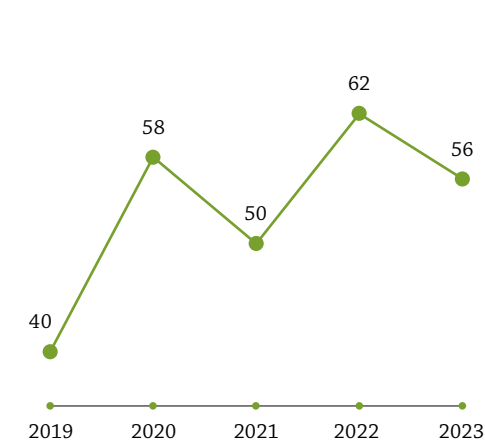
Tabela: Usposabljanje zaposlenih v letih 2019–2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Skupno število ur usposabljanja	1.656	2.510	2.190	2.925	2.621
Skupaj stroški usposabljanja v EUR	16.863	15.468	23.665	26.964	28.223
Povprečno število ur usposabljanja na zaposlenega	40	58	50	62	56
Povprečna višina stroškov v EUR na zaposlenega	411	364	542	574	600

Graf: Skupno število ur usposabljanja zaposlenih v letih 2019–2023



Graf: Povprečno število ur usposabljanja na zaposlenega v letih 2019–2023



Varnost in zdravje na delovnem mestu

Zagotavljanje dobrih delovnih pogojev je predpogoj za dobro počutje na delovnem mestu in uspešno opravljanje dela. Pri delu zaposlenih skrbimo predvsem za ergonomijo delovnega okolja, saj poteka delo pretežno sedeče in za računalnikom. Zagotavljamo, da so računalniški monitorji in druga oprema (podloge za miško, ergonomske miške, spletne kamere idr.) ustrezni oziroma takšni, ki zmanjšujejo modro svetlobo in vključujejo tehnologijo za zmanjšano naprežanje oči in primerno držo telesa, rok, hkrati pa so energetsko učinkoviti. Zaposlenim omogočamo uporabo počival za noge, na različne načine jih spodbujamo h krajši telovadbi na delovnem mestu, omogočamo jim uporabo pitnika s prečiščeno vodo, seznanjeni pa so tudi s tveganji, povezanimi z njihovim delovnim mestom in okoljem, ki lahko privedejo do funkcionalnih okvar, bolezní ali invalidnosti.

Za preprečevanje in ohranjanje zdravja in dobrega razpoloženja zaposlenih redno izvajamo aktivnosti za promocijo zdravja na delovnem mestu. Med temi so aktivni odmori in vadba na delovnem mestu, uporaba žog za aktivno sedenje na delovnem mestu, fizioterapevtska delavnica s prikazom primernih vaj in samomasáže za sedeče delo, delavnica na temo duševnega zdravja na delovnem mestu, obdobjni zdravniški pregledi idr.

Zaposlenim omogočamo uporabo dveh službenih koles, ki ju redno servisiramo, za sestanke po Ljubljani pa so zaposlenim na voljo službene Urbane za javni potniški promet.

Poškodb zaposlenih na delovnem mestu v letih 2022 in 2023 nismo imeli.

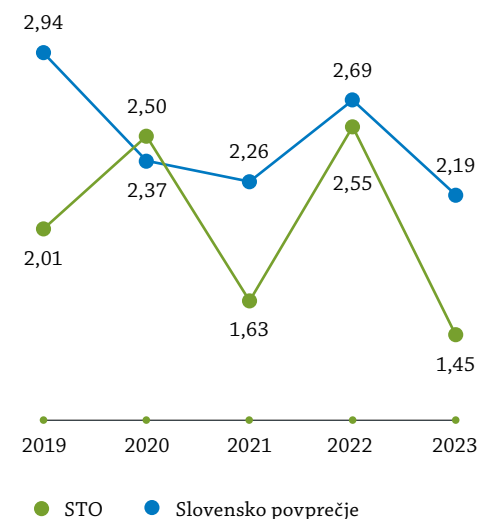
Organizacijska energija

V okviru projekta Organizacijska energija, ki je delo večletnega razvojnega partnerstva 16 organizacij, že od leta 2018 merimo organizacijsko energijo. S sodelovanjem v projektu krepimo ugled odgovornega delodajalca, ki gre v korak s časom in spodbuja uporabo sodobnih HRM orodij za sproščanje in aktiviranje človeških zmogljivosti in talentov. Organizacijska energija se meri z enotnim indeksom, ki izraža razmerje med kakovostnima energijama (energija produktivnosti in energija udobja) in nekovostnima energijama (energija malodušja in energija razjedanja).

Konec leta 2021 so bili vsi zaposleni STO pozvani, da podajo anonimne predloge za izboljšanje organizacijske klime. Odziv na anketo je bil dober, analiza predlogov je pokazala, da si želijo več medsebojne komunikacije in druženja, več možnosti za izobraževanja in nadgradnjo kompetenc ter posledično napredovanj, prav tako pa tudi izboljšanje poslovnih procesov (digitalizacija). Aktivnosti za izboljšanje organizacijske energije smo začeli izvajati februarja 2022. Med identificiranimi ukrepi so bili:

- poudarjanje pomena dobrega počutja zaposlenih,
- redno izvajanje letnih razvojnih razgovorov,
- nadaljevanje s fokusnimi usposabljanji na teme komunikacije, antistresa, psihološke varnosti, krepitve miselnosti rasti, odpornosti idr.,
- transparentna komunikacija (jasna, enoznačna, razumljiva, brez prikrivanja in šumov v pretoku informacij, vidna in razumljiva vsem, dvosmerna),
- krepitev timskega dela, vključevanja zaposlenih,
- redno izvajanje kolegijev,
- druženja v živo, nadaljevanje s strokovnimi ekskurzijami in drugimi srečanji.

Graf: Enotni indeks organizacijske energije STO v letih 2019–2023 v primerjavi s slovenskim povprečjem



Najvišji enotni indeks organizacijske energije je bil dosežen v letih 2022 in 2020, ko smo prejeli tudi certifikat Dobra organizacijska energija. V letu 2023 je enotni indeks precej padel, znašal je najmanj v vseh letih merjenja organizacijske energije v STO (1,45), kar pripisujemo predvsem naravi dela v STO, ki je vezano na podporo turizmu in je bilo v pokoronskem času izredno intenzivno. Izzivi so pri dajanju še hitrejših povratnih informacij in dvosmerni, redni komunikaciji, na kar bomo vplivali z organizacijo motivacijske delavnice. Letos smo uvedli tudi digitalizacijo razvojnih razgovorov na podlagi kompetenčnega modela STO, kar bo izboljšalo komunikacijo. Sicer je padec organizacijske energije zaznati tudi na ravni celotne Slovenije.



S STO že več kot 20 let sooblikujemo delovanje in razvoj na področju industrije srečanj, je ključni partner, ki podpira naše delovanje. Z vključitvijo industrije srečanj kot enega ključnih segmentov slovenskega turizma v strategiji slovenskega turizma 2022–2028 je STO potrdila pomembnost tega segmenta in njegovega razvoja.

Fredi Fontanot, direktor, Kongresni urad Slovenije

Trajnostni odnosi do zaposlenih v slovenskem turističnem gospodarstvu

Ključne usmeritve, politike in ukrepi Strategije slovenskega turizma 2022–2028 se nanašajo tudi na dvig kakovosti človeških virov in pogojev dela v slovenskem turizmu, zato si v STO z različnimi ukrepi prizadevamo za izboljšanje kompetenc zaposlenih v turizmu, promocijo njihovih destinacij in produktov ter različnih poklicev v turizmu. Po kazalniku števila zaposlenih v celotnem gostinstvu, ki predstavlja pomemben delež zaposlenih v turizmu in tveganje z vidika kadrov, je Slovenija z vrednostjo 14 zaposlenih v gostinstvu na 1.000 prebivalcev s primerjanimi državami in pokrajinami dva- do trikrat nižje, kar je med drugim razlog za doseganje nižje dodane vrednosti in prihodkov iz naslova turizma. V Sloveniji zaposleni v turizmu predstavljajo okoli 7 % delovno aktivnega prebivalstva.

Na letni ravni spremljamo zadovoljstvo slovenskega turističnega gospodarstva z delom STO. Rezultati raziskave kažejo visoko stopnjo zadovoljstva partnerjev z delom javne agencije, ki raste vse od ponovne osamosvojitve STO v letu 2015. V letu 2023 je ocena zadovoljstva na 5-stopnjski lestvici znašala 3,94, kar je nekoliko manj kot leta 2022, ko je znašala 4,07. Na splošno je delo STO ocenjeno kot kakovostno in učinkovito. Največje zadovoljstvo turističnega gospodarstva z delom STO je na področju odzivnosti zaposlenih v STO, kjer se zaposleni odzovejo v

najkrajšem možnem času. Prav tako so visoko zadovoljni z informacijami, ki jih posreduje STO. Slovensko turistično gospodarstvo izkazuje visoko željo po sodelovanju in zaupanju v strokovnost STO. Anketiranci tudi menijo, da zna STO dobro reševati operativne težave, ki nastanejo pri delu oziroma skupnem sodelovanju.

Nižje zadovoljstvo je bilo izraženo pri odzivanju na aktualne razmere, pri čemer lahko dodamo, da je verjetno posledica tega, ker večjih kriznih razmer v zadnjem času ni bilo in je ocena z zadovoljstvom padla, saj ni bilo toliko ukrepov kot v času pandemije. Prav tako anketiranci menijo, da njihove pobude in ideje niso ustrezno slišane, sprejete ali upoštevane, kar je razumljivo, saj je glavno vodilo dela STO za določeno obdobje Program dela in usmeritve, ki so v njem zapisane, zato ne moremo odreagirati na vsako pobudo.

Tabela: Ocena splošnega zadovoljstva slovenskega turističnega gospodarstva z delom STO v letih 2019–2023

Leto	2019	2020	2021	2022	2023
Ocena	4,13	4,02	4,14	4,07	3,94

Tabela: Zaposleni v turizmu (povprečno število delovno aktivnega prebivalstva v turizmu po metodologiji UN Tourism in OECD) glede na delovno aktivno prebivalstvo v Sloveniji v letih 2020–2023 (Vir: SURS)

	2020	2021	2022	2023
Delovno aktivno prebivalstvo v turizmu po metodologiji UN Tourism	55.272	54.097	57.238	58.608
Delovno aktivno prebivalstvo v turizmu po metodologiji OECD	65.290	63.927	67.342	69.026
Delovno aktivno prebivalstvo zadnji mesec leta	891.227	916.765	935.344	941.292
% zaposlenih v turizmu po metodologiji OECD	7,33	6,97	7,2	7,33
% zaposlenih v turizmu po metodologiji UN Tourism	6,2	5,9	6,12	6,23

Promocija poklicev v turizmu

V zadnjih letih se zmanjšuje vpis v poklicne in srednješolske izobraževalne programe na področju gostinstva, ki predstavlja največji del potreb kadrov v turizmu. Zmanjšan vpis predstavlja velik primanjkljaj glede na dejanske potrebe turističnega gospodarstva, čeprav se je povprečna plača v teh letih zaradi povečanja povpraševanja na trgu dela (in tudi zaradi reguliranega dviga minimalne plače za najnižje plačane poklice) dvignila predvsem za osnovnošolske, poklicne, strokovne in srednješolske profile kadrov v gostinstvu in stagnerala ali se celo realno znižala za višje in visokošolske profile kadrov v turizmu in gostinstvu. Med ključne izzive slovenskega turizma sodi tudi zadosten obseg izobraženega, usposobljenega in kompetentnega kadra na operativnem področju gostinstva in turizma.



Spletna stran Kariera v turizmu:
www.karieravturizmu.si

V STO smo zato skupaj s partnerji Ministrstvom za gospodarstvo, turizem in šport (MGTŠ), Turistično gostinsko zbornico Slovenije (TGZS), Obrtno zbornico Slovenije (OZS) in SRIP Turizem leta 2022 začeli z nacionalno kampanjo promocije poklicev v turizmu »Ustvarjaj doživetja. Izberi. Kariero v turizmu.« Namen kampanje je predstaviti različne poklice v turizmu in nagovoriti mlade, da se zanje odločijo, ter na drugi strani spremeniti percepcijo teh poklicev pri starejših, ki usmerjajo mlade v kariero ali tudi sami iščejo spremembo lastne.

Aktivnosti za promocijo poklicev se izvajajo na profilu TikTok Turizemjezakon, na katerem mladi, uspešni posamezniki na zabaven, informativen in poučen način predstavljajo različne poklice. Vzpostavili smo posebno spletno stran Kariera v turizmu, s katero predstavljamo poklice v turizmu skozi oči mladih ambasadorjev in delimo informacije o možnostih šolanja, finančnih spodbudah, novostih in izobraževalnih dogodkih. Spletna stran je popestrjena z videi z družbenega omrežja TikTok, ki so kot t. i. Youtube shorts integrirani k posameznemu poklicu.

Za marketinško izvedbo projekta smo prejeli drugo mesto na največjem tekmovanju za digitalne projekte v Sloveniji »Websi digitalni presežki 2023«, in sicer v kategoriji Javne in nevladne organizacije.

Izobraževanje slovenskega turističnega gospodarstva

S ciljem krepitve kompetenc turističnega sektorja v okviru Akademije za trženje v turizmu, ki je osrednji izobraževalni program STO, izvajamo izobraževanja, ki so namenjena predvsem predstavnikom slovenskih turističnih destinacijskih organizacij. Z izobraževanji krepimo njihove kompetence na ponudbeni in destinacijski ravni za učinkovitejše premagovanje izzivov, povezanih z digitalnim in trajnostnim prehodom turizma. Osnovne teme akademije so: digitalni marketing, vodenje in upravljanje destinacij ter trajnostni razvoj.

Trajnostni odnosi do dobaviteljev

Trajnostnemu turizmu smo zavezani tudi pri javnih naročilih, razpisih in pozivih, kamor vključujemo različne trajnostne kriterije, ki jih redno dopolnjujemo ter prilagajamo glede na trajnostne smernice nacionalnih in svetovnih shem. Slovensko turistično gospodarstvo spodbujamo, naj se vključi v Zeleno shemo slovenskega turizma, s čimer vplivamo tudi na njihove usmeritve k trajnostni nabavi ter povečanju trajnostne ponudbe v slovenskem turizmu. Turistom to omogoča izbiro bolj trajnostnih ponudnikov.

Pomemben poudarek pri javnih naročilih je tudi spoštovanje pravic delavcev, ki je v skladu z Zakonom o javnem naročanju vključeno v vsako javno naročilo. Pri tem se upoštevajo kriteriji plačila za delo, delovni čas, počitki, delovno razmerje idr.

Trajnostna merila in zahteve vključujemo v naročila na področju organizacije dogodkov in prireditev, živil, tekstilnih promocijskih izdelkov, pri izbiri papirja, uporabi čistil, najemu osebnih vozil, električne in elektronske opreme, sofinanciranju turistične ponudbe in produktov idr.

Tabela: Izbrana trajnostna merila in področja, ki so vključena v izbiro dobaviteljev in upravičencev do sredstev v letih 2022 in 2023

Področje	Predmeti, merila, pogoji
Izbira gostitelja dogodka Zeleni dan slovenskega turizma	<ul style="list-style-type: none"> Izvedba Zelenega dne slovenskega turizma na destinaciji, ki ima pridobljen znak Slovenia Green Destination. Izvedba dogodka brez uporabe plastike za enkratno uporabo. Kadar uporaba izdelkov za večkratno uporabo ni mogoča, se uporabljajo trajnostni materiali. Ponudnik storitev (najema prostora) ima enega od znakov Slovenia Green za ponudnike. Delež ekoloških živil znaša glede na število vseh artiklov živil ali celotne predvidene količine živil najmanj 25 % oz. 15 % (odvisno od kategorije znaka Slovenia Green). Zelena doživetje odseva lokalni značaj in je inovativno, butično ter bo popestrilo vsebino dogodka. Lahko se izvede v sklopu širše družbene aktivacije, kjer se udeleženci Zelenega dne pridružijo družbeno koristni aktivnosti, ki poteka v lokalnem okolju, ali dogodek predstavlja vsebino, vezano na lokalno okolje, vendar se ne vključuje v projekt širše družbeno koristne aktivnosti na destinaciji, ampak je izvedeno le za udeležence Zelenega dne.
Izris načrtov za izdelavo posameznih elementov nove stojnice slovenskega turizma, na podlagi izbrane (Idejna rešitev modularne stojnice)	<ul style="list-style-type: none"> Priprava inovativne, trajnostne in vključujoče rešitve, zavrte v prihodnost, z uporabo sodobnih tehnologij, ki jih je možno nadgrajevati glede na njihov razvoj. Poudarek na trajnosti, butičnosti, avtentičnosti in unikatnosti turistične ponudbe Slovenije (navezava na I feel Slovenia).
Izdelava elementov modularne stojnice slovenskega turizma	<ul style="list-style-type: none"> Pri izdelavi elementov stojnice upoštevati sodobne trende in trajnostni pristop, tako da pri delovnem procesu nastane čim manj odpadka ter se za izdelavo oziroma dodelavo posameznih elementov uporabi dele obstoječe stojnice.

Področje	Predmeti, merila, pogoji
Soorganizacija Slovenske turistične borze (SIW)	<ul style="list-style-type: none"> • Delež ekoloških živil in delež živil iz shem kakovosti znaša glede na celotno predvideno količino živil, izraženo v kilogramih, najmanj 25 %. • Ponudnik bo z nabavo živil, izbiro dobaviteljev in načinom postrežbe zmanjšal količino odpadkov hrane in pijače – vsaj trije ukrepi (npr. brez pakiranja hrane in pribora po porcijah, posoda in pribor za večkratno uporabo, ustrezna količina nabavljene hrane in pijače). • Ponudnik ima za izvedbo SIW pripravljen Načrt porabe presežka nabavljene hrane in pijače, tako da se je zavrže čim manj. • Prizorišče (tj. dvorana za sestanke) in vsi uradni hoteli udeležencem omogočajo dostop do zdrave pitne vode, ki jo lahko napolnijo v steklenice za večkratno uporabo (pitniki). • Razdalja med prizoriščem (tj. dvorana za sestanke) in uradnimi hoteli, kjer bodo nastanjeni udeleženci, je lahko največ 3.000 m (šteje najkrajša možna pešpot ali s kolesom).
Organizacija mednarodnih športnih prireditev, ki bodo organizirane v Sloveniji	<ul style="list-style-type: none"> • Ocenjuje se osveščanje in prizadevanje organizatorja športnega dogodka o nujnosti varovanja okolja pred in med dogodkom ter skrb za izvedbo t. i. »zelenega oziroma trajnostnega« športnega dogodka.
Izvajalec za ekskluzivno trženje izdelkov linije I FEEL SLOVENIA, za dobo 5 let	<ul style="list-style-type: none"> • Nabor 10 poljubnih izdelkov podpira zgodbo Slovenije kot trajnostne, butične (zelene, aktivne, zdrave) turistične destinacija za 5-zvezdična doživetja (namen in uporabnost izdelkov, kakovost in unikatnost izdelkov, izbor materiala izdelkov).
Poslovni subjekti, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja v Sloveniji	<ul style="list-style-type: none"> • Vključitev inovativnega produkta ali 5-zvezdično doživetje. • Prijavitelj je sam ustvaril doživetje, ki sledi opredeljenim kriterijem in se v največji možni meri približa konceptu 5-zvezdičnih doživetij, vendar pa ni nositelj znaka Slovenia Unique Experiences in ga je vključil v program turističnega vodenja. • Program turističnega vodenja vključuje 5-zvezdično doživetje iz nabora Slovenia Unique Experiences ali aktualnega ponudnika oz. doživetje iz projekta Snovalec ali Sejalec.
Sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji	<ul style="list-style-type: none"> • Prijavitelj se zavezuje, da bo vlagal napore pri izbiri vrste oglaševanja na način, da bo prednostno vključeval tiste oblike oglaševanja, ki z doseganjem namena in ciljev oglaševanja hkrati zmanjšujejo ogljični odtis ter druge negativne okoljske in socialne vplive ali zmanjšujejo te vplive v katerikoli fazi procesa izvedbe aktivnosti oglaševanja, povezane z oblikovanjem, proizvodnjo in distribucijo oglaševalskih materialov. Prijavitelj te dosežke tudi komunicira v javnosti s ciljem ozaveščanja o pomenu trajnostnega oglaševanja in promocije. • Vodilna destinacija, ki jo zastopa prijavitelj, ali vsaj ena občina na območju vodilne destinacije ima pridobljen znak Slovenia Green Destination. • Na območju vodilne destinacije, ki jo zastopa prijavitelj, je en ponudnik ali več ponudnikov, ki so nosilci znaka Slovenia Green. • Prijavitelj, ki zastopa vodilno destinacijo, ima izdelan načrt promocije trajnostnih in okoljskih mednarodnih certifikatov za ponudnike, ki jih priznava Zelena shema slovenskega turizma, in znakov Slovenia Green. Načrt lahko vsebuje izobraževanja in delavnice za ponudnike, objave v komunikacijskih kanalih vodilne destinacije ter ostale aktivnosti za promocijo trajnostnih certifikatov. • Prijavitelj, ki zastopa vodilno destinacijo, ima na spletni strani vodilne destinacije objavljeno vsaj eno »zeleno doživetje« (opis doživetja in slikovno gradivo oziroma fotografije ali video), pri katerem je poudarjen vidik ohranjanja naravnega in družbenega okolja.
Izvajanje špediterskega in carinskega posredovanja pošiljk za potrebe STO	<ul style="list-style-type: none"> • Kot eno od meril je certifikat ravnanja v skladu z ekološkimi standardi ISO 14001:2015. V standardu so zajete zahteve, povezane s sodobnimi pristopi zero waste, eco-design, krožno gospodarstvo s t. i. obravnavanjem proizvodov skozi celotno življenjsko dobo (lifecycle perspective).
Najem osebnih vozil za potrebe STO	<ul style="list-style-type: none"> • Ena od kategorij osebnih vozil je osebno vozilo na hibridni pogon (hibridno vozilo je vsako vozilo, ki za pogon uporablja dva različna vira energije in je opremljeno z dvema agregatoma).

Trajnostni odnosi do turistov in obiskovalcev

Kljub negotovemu začetku leta 2022, ko se je turizem v Sloveniji še vedno spopadal s posledicami pandemije, vplivi vojne v Ukrajini ter energetske krize, je bilo leto 2022 zaznamovano z močnim okrevanjem turizma. Zabeležili smo 5,86 milijona prihodov turistov in 15,58 milijona prenočitev, oziroma 46,6 % več prihodov in 38,5 % več prenočitev kot leto prej. V letu 2022 se je tako slovenski turizem močno približal številkam, kot smo jih poznali pred pandemijo (v letu 2019). Prihodi tujih turistov so glede na predpandemično raven okrevali na 84 %, s čimer je slovenski turizem presegel evropsko in globalno raven. Po podatkih UN Tourism so namreč mednarodni prihodi v letu 2022 dosegli 63 % ravni izpred pandemije, v Evropi je turizem okrevljal na 80 %.

Leto 2023 je bilo predvsem poleti močno pod vplivom vremena, ki je prineslo nevihte in neurja ter obsežne poplave v avgustu, ki so terjale tudi evakuacije turistov. V prihodnjih letih lahko pričakujemo vse večji vpliv vremena in podnebnih razmer na sprejemanje odločitev kam in kdaj na dopust. V letu 2023 so Evropejci prvič navedli, da vreme vpliva na njihove odločitve glede potovalnih namer. Kar dve tretjini potrošnikov na svetu sta zaskrbljeni zaradi podnebnih sprememb in želita pozitivno vplivati na okolje, zato so inovacije ter ustvarjanje trajnostnih izdelkov in storitev ključno področje rasti, ki ga je treba raziskati in vključiti v turistično ponudbo. Za destinacije vse bolj zanimivi postajajo popotniki, ki svoja priložnostna potovanja dopolnjujejo s poslovnimi potovanji, ter popotniki, ki izkoriščajo možnost dela od koderkoli (digitalni nomadi).

5,86

milijona prihodov turistov v letu 2022

6,19

milijona prihodov turistov v letu 2023

15,58

milijona prenočitev v letu 2022

16,13

milijona prenočitev v letu 2023



Lipica, foto: Jošt Gantar

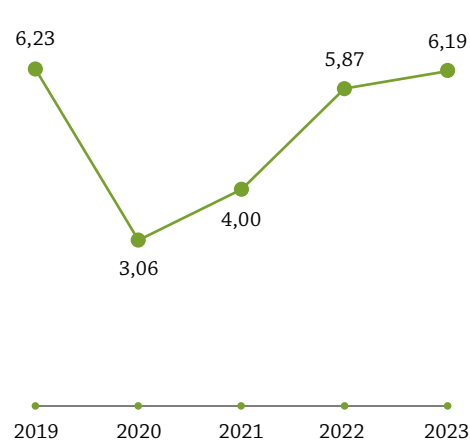
Tabela: Prihodi in prenočitve domačih in tujih turistov v letih 2019–2023

	2019	2020	2021	2022	2023	Indeks 2023/2022
Prihodi turistov	6.229.573	3.065.085	4.003.682	5.868.108	6.192.804	105,53 %
Delež domačih turistov	24,52 %	60,32 %	54,23 %	32,93 %	24,78 %	75,25 %
Delež tujih turistov	75,48 %	39,68 %	45,77 %	67,07 %	75,22 %	112,15 %
Prenočitve turistov	15.775.331	9.204.374	11.251.158	15.585.857	16.125.027	103,46 %
Delež domačih turistov	27,92 %	63,56 %	57,39 %	35,35 %	28,35 %	80,20 %
Delež tujih turistov	72,08 %	36,44 %	42,61 %	64,65 %	71,65 %	110,83 %
Povprečno število prenočitev v nastanitvenem obratu	2,5	3,0	2,8	2,7	2,6	96,30 %

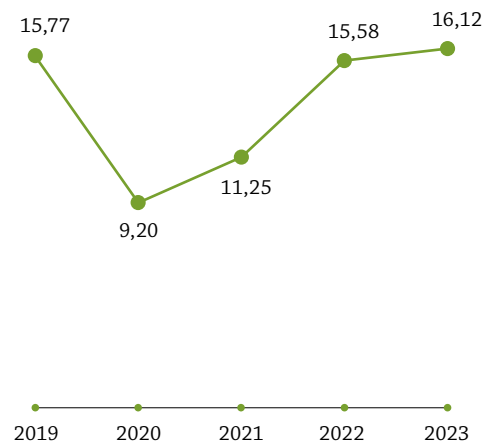
72 %

prenočitev v letu 2023 so ustvarili tuji turisti

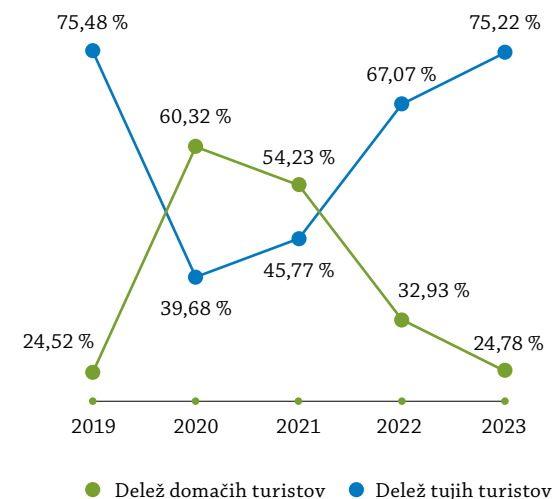
Graf: Prihodi turistov v letih 2019–2023 (v mio)



Graf: Prenočitve turistov v letih 2019–2023 (v mio)



Graf: Delež prihodov domačih in tujih turistov v letih 2019–2023



Ne glede na to je bilo leto 2023 za slovenski turizem najuspešnejše doslej, prenočitev je bilo za 2 % več kot v pred tem najuspešnejšem letu 2019 in za 4 % več kot v letu 2022. Slovenijo je obiskalo 6,2 milijona turistov, ustvarili so nekaj več kot 16,1 milijona prenočitev. Tuji turisti so predstavljali 72 % vseh prenočitev.

Od tujih turistov so največ prenočitev v letih 2022 in 2023 ustvarili turisti iz Nemčije, sledili so turisti iz Italije, Avstrije, Nizozemske in Češke. Največ prenočitev tujih turistov je bilo ustvarjenih v nastanitvenih obratih v gorskih občinah, sledile so zdraviliške in obmorske občine. Največ prenočitev je bilo v hotelih in podobnih nastanitvenih obratih, sledili so apartmaji, zasebne sobe in hiše ter kampi. V letih 2024 in 2025 predvidevamo umirjeno rast prihoda in prenočitev turistov, predvsem prenočitve tujih gostov.

Na našem osrednjem spletnem portalu www.slovenia.info z različnimi interaktivnimi videi in publikacijami turiste

spodbujamo k odgovornemu vedenju in trajnostnim potovalnim navadam, kot so trajnostna mobilnost (potovanje po Sloveniji z vlakom, avtobusom, kolesom ali e-kolesom, električnim vozilom), raziskovanje Slovenije s kolesom po raznovrstnih kolesarskih poteh Slovenia Green, spodbujamo obisk zelenih turističnih ponudnikov in destinacij, načrtovanje izletov s turističnimi agencijami s certifikatom Slovenia Green, k obisku manj obiskanih destinacij (za razbremenitev obiska na določeni turistični točki). Turiste spodbujamo k zelenim navadam (pitje vode iz pipe in uporaba stekleničke za večkratno uporabo, ločevanje odpadkov, učinkovita raba energije, uporaba okolju prijaznih mil in kozmetike idr.), k izbiri in okušanju tipičnih slovenskih lokalnih jedi, nakupu izdelkov lokalnih obrtnikov in umetnikov, obisku tradicionalnih dogodkov in prireditev ter ponujamo druge vsebine, ki spodbujajo k odgovornim in trajnostnim potovalnim navadam. Prav tako turistom omogočamo, da nas obvestijo o morebitnih pomanjkljivostih njihovih zelenih izkušenj v Sloveniji.



Sprehod po vinogradu, foto: Tomo Jeseničnik



Kranjska gora, foto: Iztok Medja



Dogodek Odprta kuhna v Ljubljani, foto: Jošt Gantar

Tudi v prihodnje bomo krepili percepcijo o Sloveniji kot turistični destinaciji za zahtevnega gosta, ki išče trajnostno turistično ponudbo in varno izkušnjo. Namero bomo udeleževali z nadaljnjim razvojem Zelene sheme slovenskega turizma, implementacijo varnostnih standardov in uporabo znamke Green & Safe ter spodbujanjem oblikovanja edinstvenih doživetij. Prav tako bo v prihodnjem obdobju naš poudarek na digitaliziranih turističnih doživetjih. Koristi digitalizacije turizma je mogoče opaziti tako z vidika optimizacije notranjih procesov v turističnih podjetjih kot tudi s perspektive uporabnika. Proces digitalne preobrazbe slovenskega turizma bo tako podpiral vse stebre trajnostnega razvoja v Sloveniji, saj bo nadgradil spremljanje vplivov turizma na okolje ter na ciljnih trgih promoviral trajnostna turistična doživetja.



STO ni le najboljši in učinkovit glasnik slovenskega turizma, je tudi nepogrešljiv in trden temelj njegovega razvoja ter vezni člen. Usmerjanje razvoja s pripravo in izvajanjem strategije nam vsem deležnikom pot razvoja precej olajša. Partnerstvo s STO je za nas ključnega pomena, saj nam omogoča, da smo učinkovitejši in bolj slišani. Urejanje, razvoj in promocija outdoor sveta je precej kompleksen izziv, ki zahteva ogromno usklajevanja, zato je njihova podpora pri tem nepogrešljiva.

Matej Kandare, direktor, Slovenia Outdoor

Trajnostni marketing in promocija

Slovenijo kot turistično destinacijo predstavljamo s tržno znamko I feel Slovenia, ki povezuje celotno turistično gospodarstvo. Zgodba Slovenije, ki jo pripoveduje znamka, je zgodba o ljubezni do narave, našem prizadevanju za ohranitev neokrnjenega okolja in izjemni raznolikosti na majhnem prostoru. Znamka je vsebinsko in vizualno vključena v vse kampanje, projekte in celotno komunikacijo STO. Predstavljamo jo na štirih makro regijah in 35 vodilnih destinacijah ter v ključnih turističnih segmentih: počitnice v gorah in outdoor, poslovna srečanja in dogodki, zdravje in dobro počutje, doživetja narave, gastronomija, kultura, sonce in morje, športni turizem, krožna potovanja in turizem na podeželju.

V letih 2022 in 2023, po obdobju okrevanja turizma, smo krepili moč blagovne znamke in s pomočjo raznovrstnih marketinških aktivnosti utrjevali percepcijo Slovenije kot

turistične destinacije za zahtevnega gosta, ki išče trajnostno turistično ponudbo in varno izkušnjo. Krovni komunikacijski tematiki za obdobje 2022–2023 sta bili Aktivna doživetja na prostem (Outdoor) in Športni turizem. Slovenski produkt Outdoor ima velik vpliv na celostno podobo Slovenije kot trajnostne destinacije za preživljanje aktivnih počitnic na prostem. Intenzivno smo sodelovali pri promociji na mednarodnih športnih dogodkih v Sloveniji, s športnimi ambasadorji slovenskega turizma in v sodelovanje vključevali tudi mlade športne talente. Promocijske aktivnosti smo prvenstveno izvajali na bližnjih evropskih trgih, kjer smo nagovarjali segment High Value Traveller v okviru komunikacijskih rešitev I feel Slovenia – My Way. Domačega gosta smo nagovarjali s kampanjo Moja Slovenija.

I FEEL
SLOVENIA

#myway

Moja Slovenija

Tabela: Finančna sredstva za promocijo v letih 2019–2023 (v EUR)

Vrsta promocije	2019	2020	2021	2022	2023
Splošna promocija (digitalno in klasično komuniciranje, sejmi, borze, poslovni dogodki)	10.400.000	9.085.000	14.425.000	13.280.000	13.330.000
Razpisi in pozivi za sofinanciranja promocijskih in razvojnih aktivnosti vodilne turistične destinacije		2.065.000	2.000.000	1.800.000	1.800.000
Podpora organizatorjem mednarodnih športnih prireditev				650.000	650.000
Skupaj	10.400.000	11.150.000	16.425.000	15.730.000	15.780.000

Prilagojeno razmeram okrevanja turizma in omejitvam potovanj smo trge v letih 2022 in 2023 razvrstili v sledeče skupine: domači trg, primarni evropski trg, sekundarni evropski trg in oddaljeni trg.

Domači trg: Slovenija.

Primarni evropski trg: Nemčija, Avstrija, Italija, Švica, Beneluks, Francija, Španija, Združeno kraljestvo.

Sekundarni evropski trg: Hrvaška, Srbija, nordijske države.

Oddaljeni trg: ZDA, Kanada, države GCC (Savdska Arabija, Združeni arabski emirati, Bahrajn, Kuvajt, Katar in Oman), Izrael, azijski trg (Japonska, Kitajska, Koreja).

Zaradi razmer, povezanih z vojno v Ukrajini, nismo izvajali in do nadaljnega ne izvajamo aktivnosti na trgu Ruske federacije.

Digitalni marketing

V letih 2022 in 2023 smo nadaljevali z digitalizacijo trženja tako v komuniciranju s končnimi turisti kot v komuniciranju s poslovnimi javnostmi. Alternativna orodja komuniciranja v digitalnem okolju in predvsem novi hibridni dogodki vse bolj nadomeščajo klasične poslovne dogodke. V marcu 2022 smo sprejeli tudi Strategijo digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026.

Kot del vsebinskega digitalnega marketinga predstavljamo trajnostno turistično destinacijo Slovenijo posredno in neposredno v vseh naših aktivnostih in na vseh kanalih sporočanja. Zgodbe o zelenih destinacijah in ponudnikih so del našega uredniškega koledarja vsebin in jih redno uvrščamo med vsebine na portalu Slovenia.info v šestih

jezikih, v novičnike Stories from Slovenia v štirih jezikih, objave na družbenih omrežjih, publikacije in mediateko. Zelene zgodbe so stalno izpostavljene na naslovnici portala Slovenia.info v posebnem vsebinskem sklopu, kjer jih izpostavljamo glede na aktualnost in sezonskost. Slovenijo kot zeleno, trajnostno destinacijo predstavljamo v promocijskih kampanjah, v kampanji z mediji in globalni digitalni kampanji. Na portalu Slovenia.info je integriran Trip planner, ki uporabnikom ponuja možnost kreiranja personaliziranih predlogov za preživljanje prostega časa, počitnic oziroma pripravo načrta poti v Sloveniji (itinerariji).

Pomemben del digitalnega marketinga predstavljajo družbena omrežja Feel Slovenia, kjer v objave vključujemo privlačne vizualne elemente in video zgodbe, sodelujemo tudi z vplivneži. Pri uporabi družbenih omrežij poudarjamo povezovanje z uporabniki ter dvosmerno, agilno in usklajeno komunikacijo.

Spletni portal Slovenia.info je v letu 2019 obiskalo dobrih 2,5 milijona obiskovalcev, v letu 2023 pa skoraj 5,3 milijona. Največ sledilcev beležimo na družbenem omrežju

Facebook Feel Slovenia. Komunikacijske kanale stalno posodabljam, skladno s trendi, pri čemer zasledujemo maksimalno učinkovitost pri doseganju naših ciljnih javnosti.

Vsebinske objave se navezujejo na uredniški koledar, turistične produkte in slovenske turistične destinacije. Objave pripravljamo v skladu z najnovejšimi trendi in formati, obenem pa zasledujemo konsistentnost in skladnost komuniciranja.

Družbena omrežja v letu 2023: Facebook, Instagram, X, Pinterest, YouTube, TikTok, LinkedIn, Threads, Weibo, WeChat, Little Red Book in Vkontakte.

Digitalna orodja uporabljamo tudi pri komuniciranju s poslovno (B2B) javnostjo. Novi hibridni dogodki so tako dopolnili klasične poslovne dogodke. Na ta način naslavljamo predvsem tuje organizatorje potovanj in turistične agencije, letalske družbe, travel trade medije ter državna, evropska in globalna turistična združenja. Digitalne virtualne platforme za komuniciranje s poslovno javnostjo so: Feel Sloveni@ Webinarji, Feel Sloveni@ On-line treningi in virtualni dogodki Feel Sloveni@ Business Date.



Tabela: Obiskanost digitalnih medijev v letih 2019–2023

Digitalni medij	2019	2020	2021	2022	2023
Spletni portal Slovenia.info (št. uporabnikov)	2.612.388	2.016.904	2.977.545	5.635.098	5.267.166
Novičnik Stories from Slovenia (št. prejemnikov)	57.000	65.000	81.577	104.000	104.000
Družbena omrežja (št. sledilcev)	1.668.493	1.589.274	921.100	961.875	1.619.063

Video zgodbe

Zelena zgodbo Slovenije predstavljamo tudi v zgodbah ponudnikov – primer teh je obsežen projekt video zgodb Slovenia Green Cuisine, pa tudi večkrat nagrajeni promocijski film Slovenia Green – The story of green Slovenia ter prav tako mednarodno priznani uradni dokumentarec Zelene sheme slovenskega turizma Slovenia Green – Green story of Slovenia. Zanje redno prejemamo tudi mednarodne nagrade. Za različne produkte uporabljamo tudi promocijske videoe, s katerimi predstavljamo Slovenijo in njene produkte na različnih trgih.



Leto objave	Promocijski video	Povezava
2019	Slovenia. A place where I'm free to go my own way	https://www.youtube.com/watch?v=3yNcd_djN3g
	The Green Story of Slovenia	https://www.youtube.com/watch?v=GosWyveXZxs
2020	Time to stay home. Turn to nature and dream	https://www.youtube.com/watch?v=f6hbI6u8rms
	Zdaj je čas zate. Moja Slovenija	https://www.youtube.com/watch?v=HSTls0jdICw
2021	Slovenian Gastronomy. You can't spell Slovenia without love	https://www.youtube.com/watch?v=aTKK9a5IjpA
	Slovenia Green Cuisine ponudniki – 25 videov	https://www.youtube.com/watch?v=fb-XCIqbEN0
2022	Prvoosebna video zgodba za produkt Aktivnosti v naravi z družino Zalokar	https://www.youtube.com/watch?v=rwa2CorgXu8
	From Garden to heaven. #tasteslovenia – prvoosebna video zgodba za produkt Gastronomija z Jeanne in Matteom – dobaviteljema Ane Roš Stojan	https://www.youtube.com/watch?v=rVV-ZxZ2Dtg
	Tadej Pogačar training for TDF in Slovenia. This is my way of freedom	https://www.youtube.com/watch?v=JEq4mY_zivk
2023	Slovenia Green documentary	https://www.youtube.com/watch?v=UExrgQvvpvKc
	Slovenian Culture: A Bonfire of creativity, art and craft: - prvoosebna video zgodba za produkt kulture z Noahom Charneyjem	https://www.youtube.com/watch?v=m6Yt4qjjMB4
	Slovenian waters of wellbeing: A Place to Revitalise for the freediver Alenka Artnik – prvoosebna video zgodba za produkt Zdravje in dobro počutje	https://www.youtube.com/watch?v=M5jKnYWb6eo
	Primož and Lora Roglič – Slovenia is our cycling paradise	https://www.youtube.com/watch?v=8uFNrFl2jqs

Partnerstva

Posebno pozornost namenimo partnerstvu z vplivnimi globalnimi znamkami oziroma globalnimi mediji, kot so National Geographic, Lonely Planet, Conde Nast Traveler, Eurosport, Michelin, Gault&Millau, 50 Best Discovery, Google Arts&Culture idr. Za predstavnike tujih medijev organiziramo tudi študijska potovanja.

Za komuniciranje trajnostne zgodbe Slovenije se povezujemo z ambasadorji slovenskega turizma, kot so Ana Roš, Tina Maze, Luka Dončić, Primož Roglič, Tadej Pogačar, Janja Garnbret idr. S svetovno prepoznavnimi slovenskimi športniki in njihovimi odmevnimi rezultati utrjujemo pozicijo Slovenije v svetu in večamo prepoznavnost naše države tudi kot športne in turistične destinacije. V promocijske aktivnosti vključujemo tudi mlade perspektivne športnike.

Slovenijo kot trajnostno destinacijo predstavljamo v okviru različnih domačih in mednarodnih športnih dogodkov, na mednarodnih sejmih in borzah ter drugih globalnih dogodkih. Povezujemo se z različnimi organizacijami in podpiramo njihove trajnostne aktivnosti. Med temi je tudi partnerstvo za odgovoren obisk slovenskih gora, kjer smo združili moči STO, Združenje Slovenia Outdoor, Planinska zveza Slovenije (PZS), Policija, Gorska reševalna zveza Slovenije (GRZS), Združenje gorskih vodnikov Slovenije (ZGVŠ), Triglavski narodni park in Skupnost Julijske Alpe. Namen partnerstva je še dodatno okrepiti medsebojno izmenjavo informacij in znanja z namenom zagotoviti ustrezno komuniciranje z dejanskimi in potencialnimi obiskovalci slovenskih gora.

Trajnostni dogodki

Trajnostne smernice vključujemo tudi v organizacijo dogodkov (sejmi, delavnice, konference), tako doma kot v tujini. Prav tako morajo izbrani izvajalci, gostitelji dogodkov STO zadostiti določenim trajnostnim kriterijem (več o tem v poglavju Trajnostni odnosi do dobaviteljev). Za organizatorje dogodkov smo v letu 2021 pripravili tudi smernice za izvedbo zelenih dogodkov, ki vključujejo področja, kot so načrtovanje in komunikacija, lokacija in prevoz, trdni odpadki, ravnanje z vodo, energija in ogljični odtis, ponudba hrane in pijače ter vključevanje lokalne skupnosti.

V okviru raznih strokovnih dogodkov slovenskega turizma izpostavljamo aktualne trajnostne teme in izzive globalnega in slovenskega turizma. Med pomembnejšimi so Dnevi slovenskega turizma, Slovenska turistična borza, panel Turizem v okviru Strateškega foruma Bled in Zeleni dan slovenskega turizma.

Dnevi slovenskega turizma

Dnevi slovenskega turizma (DST) so največji in najpomembnejši strokovni dogodek v turizmu, ki ga STO v sodelovanju z Ministrstvom za gospodarstvo, turizem in šport organizira skupaj z vsemi večjimi partnerskimi institucijami s področja turizma v Sloveniji. V okviru DST se zvrstijo številni pomembni dogodki: plenarni del, podelitev najvišjih priznanj v turizmu, Gostinsko turistični zbor, prireditve Moja dežela – lepa in gostoljubna, IT Tour idr.

Tako v letu 2022 kot v letu 2023 je bila glavna tema umetna inteligenca, ki vse bolj prodira tudi v turistično panogo. V letu 2022 smo govorili o njenem vplivu na prihodnost turizma, v letu 2023 pa je bila krovna tema »Umetna inteligenca in novi poslovni modeli v turizmu«, s



Dnevi slovenskega turizma, foto: Nino Verdnik

poudarkom na krepitvi odpornosti in dvigu dodane vrednosti kot ključnima ciljema, ki jima turistična panoga sledi pri uresničevanju zelenega in digitalnega prehoda.

Slovenska turistična borza

Slovenska turistična borza (Slovenian Incoming Workshop – SIW) je največji poslovni dogodek slovenskega turizma, kjer se srečata ponudba in povpraševanje, in predstavlja neprecenljivo priložnost za okrepitev že uveljavljenih partnerstev in za vzpostavlanje novih.

25. Slovenske turistične borze v letu 2023 se je udeležilo 150 predstavnikov tujih organizatorjev potovanj in turističnih agencij iz 33 držav ter 150 slovenskih turističnih ponudnikov. 54 odstotkov prisotnih tujih kupcev je SIW obiskalo prvič. Največ tujih kupcev je prihajalo iz Italije,

ZDA, Velike Britanije, Avstrije, Češke in Nemčije. Že pred začetkom borze so se udeleženci s spletno aplikacijo dogovorili za več kot 3.000 poslovnih sestankov in srečanj, na borzni dan so jih na sami lokaciji opravili več kot 4.000. Poslovni dogodki so se prepletali z neformalnimi pogovori in edinstvenimi doživetji, udeleženci pa so po borzi Slovenijo spoznavali tudi na petih tematsko različno obarvanih študijskih potovanjih.

Panel Turizem v okviru Strateškega foruma Bled

STO v sodelovanju z Ministrstvom za gospodarstvo, turizem in šport, Ministrstvom za zunanje in evropske zadeve ter Centrom za evropsko prihodnost vsako leto organizira Panel o turizmu v okviru Strateškega foruma Bled, ki se je uveljavil kot ena najvidnejših mednarodnih konferenc na visoki ravni v naši regiji. Razvil se je v platformo za poglobljeno strateško razpravo med voditelji in odločevalci iz javnega in zasebnega sektorja o glavnih izzivih, s katerimi se srečujeta Evropa in svet v 21. stoletju.

V letu 2022 je bila osrednja tema turističnega panela »Nestabilnost kot edina konstanta«, kjer smo predstavili najaktualnejše izzive turizma v luči potencialno trajnega vpliva gospodarske nestanovitnosti, geopolitičnih nemirov in naraščajočih življenjskih stroškov, pa tudi močne želje potrošnikov po prijaznih izbira do okolja. V letu 2023 je turistični panel potekal pod naslovom »Družba znanja in poklici prihodnosti v turizmu«, kjer smo naslovili vprašanje o tem, kako učinkovito prilagoditi trg dela ter zadostiti potrebam po novih veščinah in spretnostih delovne sile za poklice prihodnosti v turizmu, ki so zeleni in digitalni.

Zeleni dan slovenskega turizma

Zeleni dan slovenskega turizma je osrednji dogodek trajnostnega turizma v Sloveniji, ki ob svetovnem dnevu biodiverzitete poteka pod okriljem STO in Konzorcija Slovenia Green. Namenjen je turističnim deležnikom in partnerjem slovenskega turizma, ki so trajnostni razvoj postavili v jedro svojega delovanja. Osrednji del dogodka

predstavljata podelitev plaket prejemnikom znaka Slovenia Green in program z izobraževalnimi vsebinami s področja trajnostnega razvoja.

V letu 2022 smo na Zelenem dnevu slovenskega turizma izpostavili pomen zmanjševanja količine odpadkov, predvsem plastike za enkratno uporabo v turizmu. Gre za področje, ki ga kot enega ključnih za še bolj trajnostni razvoj slovenskih destinacij in ponudnikov prepoznavajo tudi nosilci znaka Slovenia Green.

V letu 2023 smo se osredotočili na našo zeleno zavezo za zmanjšanje okoljskega in družbenega odtisa. Udeležence smo povabili, naj z nami delijo svoj (osebni) prispevek ali prispevek njihove destinacije oziroma podjetja k zmanjšanju okoljskega ali družbenega odtisa. Spodbudili smo jih, da so z nami delili dejanja iz vsakodnevnega življenja (bivanje, transport, prehrana, drugo), ki pripomorejo k zmanjšanju okoljskega in družbenega odtisa, ali zelene iniciative destinacije oziroma podjetja, ki pozitivno vplivajo na zmanjšanje odtisa.



Bohinjska kolesarska pot, foto: Mojca Odar



Ljubljanski grad, foto: Mitja Kobal



Pohodniška pot pri Laškem, foto: Domen Grögl

Promocijski izdelki

Pri produkciji promocijskih izdelkov z znamko I feel Slovenia sledimo trendom tako na področju sodobnega oblikovanja kot uporabe trajnostnih materialov, brez uporabe plastike za enkratno uporabo. Promocijski artikli podpirajo zgodbo zelene, aktivne in zdrave Slovenije ter se osredotočajo na prepoznavnost Slovenije kot zelene butične destinacije za petzvezdična doživetja. Oblikovno so skladni s krovno komunikacijsko platformo. Kolekcije promocijskih artiklov so prilagojene splošni in poslovni javnosti. V letu 2023 je bil dan poseben poudarek kolekciji športnih navijaških izdelkov, z namenom večanja prepoznavnosti znamke I feel Slovenia na mednarodnih športnih dogodkih doma in v tujini.

www.shop.slovenia.info



Promocijski izdelki širijo prepoznavnost Slovenije kot zelene butične destinacije.

Med promocijskimi izdelki so tudi kuhinjski pripomočki, ki opozarjajo na gastronomijo Slovenije, oprema za aktivnosti na prostem, družabne igre, ki opozarjajo na simbole in tradicije Slovenije idr. Splošni promocijski izdelki z znamko I feel Slovenia so na voljo v spletni trgovini www.shop.slovenia.info in na več kot 50 prodajnih mestih po vsej Sloveniji. Spletna trgovina je vzpostavljena v slovenskem in angleškem jeziku, naročila in dostavo izdelkov pa omogočamo po vsem svetu.

V STO podpiramo tudi promocijo turističnih produktov vodilnih turističnih destinacij. V letu 2023 smo izvedli javni razpis za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v vrednosti 1.200.000 EUR. Prijavilo se je 35 vodilnih destinacij. Cilj javnega razpisa je bil spodbujanje promocije trajnostno naravnane turistične ponudbe ter trajnostne in digitalne preobrazbe slovenskega turizma. Upravičenci so morali v okviru cilja javnega razpisa vpeljati vsaj eno novo »zeleno doživetje« oziroma nadgrajeno »zeleno doživetje«, ki je moralo biti objavljeno na destinacijski spletni strani.

Nagrade in priznanja

Slovenija in slovenski turizem sta bila tudi v letih 2022 in 2023 deležna priznanj in nagrad uglednih institucij, ki krepijo prepoznavnost in ugled naše dežele. STO, ki Slovenijo izpostavlja kot varno, odgovorno, vključujočo in trajnosti zavezano butično destinacijo za edinstvena in avtentična petzvezdična doživetja, za uspešnost tržno-komunikacijskih in promocijskih aktivnosti in trajnostna prizadevanja prejema prestižna priznanja uglednih strokovnih institucij.



V sklopu vodilne turistične borze ITB Berlin 2023 je STO za odličnost na področju promocijsko-komunikacijskih kampanj in orodij v turizmu prejela štiri zlate in eno srebrno nagrado TIF Golden City Gate.

Izbrane nagrade in priznanja s področja trajnosti v letih 2022–2023

Leto 2023

- Dokumentarni film Slovenia Green: <https://www.youtube.com/watch?v=HcVTF7J-qkM>
 - zlata nagrada v kategoriji turističnih dokumentarnih filmov na 5. Svetovnem festivalu turističnih filmov 2023 na Japonskem,
 - dve nagradi v okviru filmskega festivala Terres Travel Festival (Španija), in sicer nagrada za najboljši film promocije trajnosti (Terres de l'Ebre Award) in nagrada za najboljši kratek film,
 - srebrna nagrada US International Awards v kategoriji turističnih dokumentarnih filmov,
 - zlata nagrada na Mednarodnem festivalu turističnega filma Africa (ITFFA),
 - prvo mesto na festivalu Zagreb Tourfilm Festival za upodobitev trajnosti v kategoriji dokumentarnih filmov.
- Globalna organizacija Green Destinations je na seznam 100 najbolj trajnostnih zgodb na svetu (Green Destinations Top 100 Stories) s primeri dobrih praks uvrstila šest slovenskih destinacij: Ljubljano, Šaleško dolino, Brežice, Jeruzalem, Miren Kras in Kranj.

Leto 2022

- National Geographic je Slovenijo uvrstil na seznam Best of the World 2023, tj. na seznam 25 navdihujočih destinacij za obisk v letu 2023, v kategoriji Narava.
- Dokumentarec o zeleni Sloveniji, ki ga je posnela znana ameriška voditeljica, producentka in pevka Ashley Colburn, je prejel prestižno nagrado Emmy. Projekt je nastal tudi ob podpori STO.
- Nacionalna spletna stran Taste Slovenia je zmagala v kategoriji trajnosti med 10 najboljšimi spletnimi mesti za gurmanske popotnike v letu 2022, ki jih je razglasila Mednarodna žirija IGCAT.

- Dogodek Conventa je bil na tekmovanju za najboljše dogodke na svetu BEA World (International Festival of Events and Live Communication) razglašen za najboljši trajnostni dogodek. Conventa je osvojila prvo mesto v kategoriji trajnostnih dogodkov (green and sustainable events). STO dogodek partnersko podpira.
- V okviru konference Global Green Destinations Days v Atenah je bilo sedem slovenskih destinacij, nosilk znaka Slovenia Green, nagrajenih za svoje trajnostne prakse: Jeruzalem, Ljubljana, Maribor, Miren Kras, Rogaška Slatina, Rogla Pohorje in Vipava.
- Britanski medij The Independent je Ljubljano uvrstil med šest najboljših trajnostnih destinacij, ki bi jih morali obiskati popotniki.
- Projekt Digitalno inoviranje Plečnikove dediščine je v kategoriji Digitalizacija trajnostnega kulturnega turizma v smeri razvoja pametnih destinacij prejel nagrado za tretje mesto mednarodnega združenja Evropske mreže za kulturni turizem (ECTN). Projekt se je uvrstil tudi na seznam Top 100 Destination Sustainability Stories.
- Pridobitev naprednega certifikata Družbeno odgovoren delodajalec (v skupini prvih sedmih organizacij v Sloveniji).
- Prejet certifikat Dobra organizacijska energija 2022 (indeks OE: 2,55).
- Priznanje za udeležbo na natečaju Zelenega omrežja Slovenije »Uspešne trajnostne prakse upravljanja zaposlenih« za trajnostno prakso »Zelena in zdrava pisarna, prijazna Sloveniji«.



Pred nekaj leti je STO prepoznala pomen gastronomije za trajnost v turizmu in jo začela močno podpirati. Čeprav nismo tradicionalna gastronomska destinacija, smo z Michelinom in zelenimi zvezdicami, kjer je Slovenija ena izmed držav z največjim številom zelenih zvezdic na prebivalca, dobili platformo, ki nam je omogočila spregovoriti o tem, kako Slovenija v gastronomiji odseva to, kar zares je – ena najbolj zelenih držav na svetu.

Ana Roš Stojan, kuharska mojstrica,
Hiša Franko



Podnebne spremembe in trajnostni razvoj slovenskega turizma

Slovenski turizem stoji na prelomnici. Podnebne spremembe predstavljajo enega izmed največjih izzivov današnjega časa in sodobnega turizma. Kljub jasnemu zavedanju njihovega vpliva na naše življenje in turistično panogo stroka ugotavlja, da so prilagoditveni ukrepi še vedno prepočasni.

Izzivi, ki jih prinašajo podnebne spremembe, so hkrati tudi priložnost za inovacije in trajnostni razvoj. Turistični deležniki v Sloveniji smo v širokem konsenzu že pred več kot desetletjem sprejeli odločitev za trajnostni razvoj. Prepričani smo, da trajnostni turizem za Slovenijo ni le prava, ampak je edina možna pot, ki Slovenijo ohranja privlačno za obiskovalce, obenem pa nam, njenim prebivalcem, zagotavlja visoko kakovost življenja. Le s celovitim pristopom, ki združuje ukrepe, diverzifikacijo ponudbe in

trajnostne prakse, lahko ohranimo naravne ekosisteme za prihodnje generacije in hkrati ohranjamo turistično doživetje za turiste in obiskovalce. Kot odgovor na naraščajočo grožnjo podnebnih sprememb je Vlada RS v Strategiji razvoja turizma 2022–2028 predvidela ključni ukrep, ki se nanaša na vzpostavitev nacionalnega modela prilagajanja turizma na podnebne spremembe, ter vzpostavitev modela merjenja ogljičnega odtisa v turizmu na različnih nivojih. Blaženje podnebnih sprememb zahteva odgovornost vsakega posameznika, podjetja in družbe kot celote. V tem duhu iščemo inovativne rešitve, ki omogočajo trajnostno potovanje, in spodbujamo premišljene odločitve, ki lahko zmanjšajo ogljični odtis vsakega popotnika. Skozi prizmo turizma razmišljamo o tem, kako lahko postanemo boljši varuhi naše narave.

»Z izzivi, ki jih prinašajo podnebne spremembe, se moramo soočiti aktivno in nemudoma. Razvijati moramo turistične prakse z manjšim odtisom in se pripraviti na spremembe, ki so po mnenju podnebnih strokovnjakov neizogibne. Segrevanje ozračja že danes usmerja turistične tokove, napovedi pa kažejo, da se bo na srednji in dolgi rok ta vpliv le še krepil. V STO želimo v boju proti podnebnim spremembam prispevati tudi z zgledom, zato smo leta 2023 postali podpisniki Glasgowske deklaracije. S tem smo se med drugim zavezali k prizadevanjem za brezogljeno delovanje do leta 2050.«

Mag. Maja Pak Olaj,
direktorica Slovenske turistične organizacije

Prilagajanje turizma podnebnim spremembam

Prilagajanje podnebnim spremembam je ključno za zmanjšanje ranljivosti in povečanje odpornosti na zaznane in pričakovane vplive podnebnih sprememb. Zaradi segrevanja ozračja in spremenjenih padavinskih vzorcev bo pravočasno in premišljeno prilagajanje pomemben dejavnik dolgoročne konkurenčnosti turistične destinacije. Med posebej ranljivimi sektorji je zimski turizem z nizko stopnjo odpornosti na podnebne spremembe. Gorski ekosistemi veljajo za podnebnim spremembam bolj izpostavljen območja. Sprejetje tehničnih ukrepov zasneževanja in skladiščenja snega, prilagajanje povečanemu številu deževnih dni pozimi, ohranjanje zimskih aktivnosti na sne-



Pohorje, foto: Aljaž Sedovšek, Zavod za turizem Maribor

- Višje temperature pozimi
- Krajšanje snežnih obdobj
- Manj naravnega snega
- Manj možnosti zasneževanja
- Večja količina padavin

gu, diverzifikacija zimske ponudbe aktivnosti, ki ne zahtevajo snežnih površin – vse to omogoča razvoj celoletnega turizma in turističnih produktov, neodvisnih od snega.

Prihodnje projekcije podnebnih scenarijev kažejo dvig temperature in vlage, povečanje števila toplih in vročih dni ter podaljšanje sezone za aktivnosti na prostem, v vseh analiziranih destinacijah in makro regijah v državi. Podaljšanje sezone bo verjetno imelo pozitivne gospodarske učinke na slovenski turizem na prostem, vendar pa ob vse bolj vročih poletnih temperaturah julij in avgust postajata prevroča za celodnevne aktivnosti na prostem. Podaljšanje kopalne sezone je pozitivno za turistično industrijo, vendar ob povečanem deležu vročih dni slednje povzroča zmanjšanje toplotnega ugodja turistov in domačinov. Visoke temperature zraka so velik dejavnik zdravstvenega tveganja predvsem pri ranljivih skupinah (starejši, kronični bolniki in otroci). Podaljšanje sezone pa ni zgolj vremensko odvisen fenomen. Zaradi manjše produktivnosti delavcev v vročih poletnih mesecih in povečevanja stroškov hlajenja lahko v prihodnjem obdobju pričakujemo še večji interes delodajalcev za ohranjanje dopustov v poletnem času. Zaradi potreb po diverzifikaciji zimskega turizma v Alpah in prevelike vročine v Sredozemlju bo za destinacije ključno pridobivanje turistov v pomladnih in jesenskih mesecih ter sprejetje prilagoditvenih ukrepov za zagotavljanje pogojev toplotnega ugodja pri izvedbi dejavnosti na prostem.

Glasgowska deklaracija – zaveza za desetletje podnebnih ukrepov v turizmu



Najpomembnejša nedavna globalna pobuda na področju turizma in podnebnih sprememb je Glasgowska deklaracija: Podnebni ukrepi v turizmu (UNEP, 2021b). Podpisniki podpiramo globalno zavezo, da bomo do leta 2030 dosegli 50-odstotno zmanjšanje emisij v turizmu in čim prej dosegli neto ničelne emisije pred letom 2050. Naš cilj je ogljično nevtralen turizem v Sloveniji. Do sedaj je deklaracijo podpisalo več kot 800 organizacij na svetovni ravni, ki se zavezujemo za izvedbo petih obligatornih korakov blaženja in prilagajanja na podnebne spremembe.

50 %

manj emisij v turizmu do leta 2030

V STO je imenovana strateška skupina oblikovala načrt implementacije zavez, upošteva vse pet poti iz deklaracije, in sicer Meri, Zmanjšaj, Obnovi, Sodeluj in Financiraj. Skupaj s 35 članicami Evropske potovalne komisije (ETC), v okviru delovne skupine Chapter Earth, kjer ima STO podpredsedniško funkcijo, bomo pripravili podnebni akcijski načrt, nadgradili ukrepe zelene pisarne, izvedli izobraževanja, vzpostavili nacionalni sistem za merjenje, zmanjševanje in izravnavo ogljičnega odtisa v turizmu ter

sodelovali, se povezovali z deležniki in izmenjavali dobre prakse. V okviru vzpostavitve NIS, ki bo edinstveno podatkovno informacijsko vozlišče, se bodo zbirali in obdelovali lokalni in globalni podatki, relevantni za turizem, s ciljem najprej osnovnih, nato pa tudi naprednih analiz za podatkovno podprto odločanje in dvig dodane vrednosti v vseh stebrih trajnosti v turizmu. Cilj oblikovanja NIS, ki je bil zasnovan v okviru Načrta za okrevanje in odpornost, je pospeševanje zelenega in digitalnega prehoda ter

nadgradnja Zelene sheme slovenskega turizma. Vključuje implementacijo sodobnega digitalnega analitičnega orodja za merjenje učinkov turizma v vseh vodilnih destinacijah slovenskega turizma z namenom trajnostnega preoblikovanja turizma in merjenje turističnih tokov v vodilnih destinacijah, določitev nosilnih kapacitet vodilnih destinacij in geografsko porazdeljen razvoj trajnostnega turizma.

Glasgowska deklaracija



Zelena in zdrava pisarna, prijazna Sloveniji

STO z Zeleno shemo slovenskega turizma vodi partnerje v slovenskem turizmu po poti trajnosti z veliko mero odgovornosti. In kot nam modro nalaga ljudski rek »Najprej pometi pred svojim pragom«, smo se že v letu 2008 odločili za spremembo poslovanja, ki vodi do odgovornega ravnanja z okoljem. Uspešno zastavljeni projekt Pisarna, prijazna Sloveniji smo v letu 2021 nadgradili v želji, da se skrb za okolje, ki se začne v pisarni, prenese v celotno turistično gospodarstvo. Zaveza trajnostnemu razvoju in trženju slovenskega turizma je zaveza našega kolektiva za dosledno prilagoditev poslovanja, prijaznejšega okolju, in biti drugim dober zgled pri varovanju okolja. Pri tem upoštevamo naslednja področja delovanja in vpliva znotraj naše organizacije, ki zajema pretežno pisarniško delo: snovni tok in nastajanje odpadkov, rabo energije, ravnanje z vodo, mobilnost ter zdravje in dobro počutje zaposlenih. Za ozaveščanje in spodbujanje k izvajanju ukrepov uporabljamo brošuro, različna spodbudna sporočila in nalepke.

Raba energije

Prizadevamo si za učinkovito rabo energije v naših poslovnih prostorih, zato z različnimi ukrepi zmanjšujemo rabo energije. Na leto se zaradi delovanja prenosnih računalnikov za naše delovanje, ki je pretežno pisarniško, v zrak sprosti približno 20 kg CO₂ na zaposlenega.

Za zmanjšano rabo energije:

- pred nakupom nove EEO preverimo njihovo energetsko učinkovitost in druga okoljska merila,
- varčujemo z električno energijo pri klimatizaciji prostorov, tako da naravno prezračujemo prostor in nastavimo višjo temperaturo na termostatu v poletnih mesecih,
- optimiziramo porabo električne energije pri razsvetljavi (uravnavanje osvetljenosti pisarne z žaluzijami, redno ugašanje sijalk ob odsotnosti, funkcionalna razporeditev pohištva idr.),
- skrbimo za manjšo porabo električne energije pri uporabi računalniške opreme (redno ugašanje računalniške opreme idr.).

Stavba Gospodarske zbornice Slovenije na Dimičevi 13 v Ljubljani, kjer imamo svoje poslovne prostore, je decembra 2021 postala proizvajalka električne energije iz sončne elektrarne sistema GEN-I. S postavitvijo sončne elektrarne na strehi poslovne stavbe se bo v tridesetih letih ogljični odtis znižal za 1.961 ton. Predvidena letna proizvodnja električne energije je ocenjena na 125.525 kWh.

Mobilnost

Promet je eden večjih onesnaževalcev zraka, zato tudi naše zaposlene spodbujamo k trajnostni mobilnosti, tako pri prihodu v službo kot v času službenih poti. Spodbujamo jih, da za pot v službo večkrat uporabijo javni prevoz, kolo ali gredo peš, prav tako za službene poti. Zaposlenim je omogočeno delo na daljavo, kar zmanjša uporabo prevoznih sredstev za pot do službe. Za daljša službena potovanja izbiramo letalskega ponudnika tudi na podlagi okoljskih meril.

Izboljšujemo svoj vozni park. V letu 2019 je bil kupljen osebni avtomobil na priključni hibrid, s katerim smo zmanjšali količine izpustov CO₂ in porabo goriva na službenih potovanjih. Zaposleni lahko ob prihodu s kolesom uporabijo varne kolesarnice. Vodstvo nagradi uslužbenca, ki se odloči za prihod v službo z alternativnimi oblikami prevoza ter spodbuja skupno uporabo avtomobila (car sharing) med zaposlenimi.

Za službene poti po Ljubljani imamo na voljo dve službeni kolesi, ki ju za krajše službene poti uporablja 75 % zaposlenih. Službeni kolesi redno vzdržujemo. Prav tako lahko zaposleni za javni prevoz po Ljubljani koristijo službene Urbane.

Ogljični odtis STO

Največji odtis STO predstavljajo službene poti z avtomobilom, vlakom ali avtobusom. Sledita ogrevanje in električna energija iz omrežja, nato službene poti z letalom, ki jih je bilo v letu 2022 in 2023 bistveno več zaradi postopnega vračanja turizma nazaj v ustaljene tirnice po pandemiji covid-19. Naši poslovni prostori so del zgradbe Gospodarske zbornice Slovenije, zato na izbiro energentov nimamo samostojnega vpliva. S postavitvijo sončne elektrarne na strehi poslovne stavbe GZS leta 2021 so se zaradi proizvodnje lastne, brezogljicne energije močno zmanjšale emisije CO₂. V prihodnje si bomo prizadevali za zmanjšanje ogljičnega odtisa z učinkovito rabo energije, za nakup oko-

lju prijaznejših službenih vozil in spodbujanje trajnostne mobilnosti med zaposlenimi ter za izravnavo ogljičnega odtisa naših letov in drugih dejavnosti. V okviru Podnebnega načrta STO in skupaj z ETC delovno skupino Chapter Earth načrtujemo izmero CO₂, ki bo skladna s pravili Glasgowske deklaracije za podnebne ukrepe v turizmu, katere podpisniki smo.

Ogljični odtis STO v letih 2022 in 2023 (v tonah CO₂e) je izračunan s pomočjo spletnih kalkulatorjev Umanotera, Atmosfair in Calculator Carbonfootprint.

Tabela: Ogljični odtis STO v letih 2020-2023 (v tonah CO₂e)

Podatek	2020	2021	2022	2023
Električna energija iz omrežja	54,60	52,64	53,11	56,22
Ogrevanje poslovnih prostorov	57,55	64,83	67,20	71,23
Službene poti z avtom, vlakom ali avtobusom	77,24	97,86	139,12	148,37
Službene poti z letalom	9,13	18,23	22,65	27,46
Skupaj	198,52	233,56	282,08	303,28

Opomba: Ponovna preverba CO₂ z dodanim deležem brezogljicne energije v končni rabi

Ravnanje z vodo

Voda je naravna dobrina, ki ni neomejena, zato zaposlene spodbujamo k njeni skrbni rabi. V stavbi GZS, kjer se nahajajo naši pisarniški prostori, se v povprečnem mesecu porabi med 230 in 250 m³ pitne vode. V povprečju je to 40,3 l vode na zaposlenega na dan. Podatek vsebuje tudi porabo vode v kuhinji.

Kot dobri oskrbniki skrbimo za to, da preprečimo ali zmanjšamo kakršnokoli uhajanje vode iz vodnega sistema v stavbi in smo pozorni na morebitno nenadzorovano iztekanje vode v sanitarijah in kuhinji. Zavedamo se, da je največji prihranek mogoč predvsem s sprotnim nadzorovanjem izgube vode. Uporabljamo vodo iz pipe namesto ustekleničene vode in lončke za večkratno uporabo ter alternativne materiale plastiki. Prav tako skrbimo za redno čiščenje v pisarnah, kar zmanjša porabo vode za čiščenje trdovratnejših madežev.

Zelenim destinacijam in zelenim ponudnikom omogočamo izraz spoštovanja do vode s podpisom Vodne zaveze, s katero se podpisniki zavežejo, da svojim obiskovalcem in gostom kot prvo izbiro ponudijo čisto pitno vodo v stekleni embalaži. Zainteresirani lahko pridobijo tudi certifikat Voda iz pipe, ki ga podeljuje Zbornica komunalnega gospodarstva pri GZS. Organizacija ali podjetje se zaveže, da bo v svojih prostorih streglo in uporabljalo le pitno vodo iz pipe namesto predpakirane vode.

Upravljanje snovnih tokov in odpadkov

Izvajamo vrsto aktivnosti za preprečevanje in zmanjševanje nastajanja odpadkov ter ustrezno ravnanje z njimi. Sledimo petstopenjski hierarhiji ravnanja z odpadki: preprečevanje, ponovna uporaba, recikliranje, drugi postopki predelave in odstranjevanje.

Da preprečimo nastanek odpadkov oziroma zmanjšamo njihovo količino:

- zmanjšujemo porabo vse plastike za enkratno uporabo v svoji dejavnosti,
- izogibamo se naročanju hrane v embalaži za enkratno uporabo in drugi embalaži za enkratno uporabo,
- za pitje na delovnem mestu uporabljamo lončke za večkratno uporabo ali lončke iz alternativnih materialov,
- gostom na dogodkih oziroma sestankih strežemo vodo iz pipe v steklenih vrčih in kozarcih,
- smo del zaveze za izločanje plastike za enkratno uporabo iz slovenskega turizma do konca leta 2024,
- manj tiskamo in uporabljamo tudi še uporaben odpadni papir, izogibamo se barvnemu tiskanju in uporabljamo funkcijo preprostega tiskanja (draft), ki porabi manj barve kot prednastavljeno.
- optimiziramo oblikovanje katalogov in prospektov ter tiskamo na papirju, ki je manj obdelan, lažji in optimalno potiskan,
- za brisanje rok uporabimo manj papirnatih brisač,
- električno in elektronsko opremo (EEO) najemamo, namesto da bi jo kupili, če se nakupu ne moremo izogniti, kupujemo smotrno,

- z učinkovito in ustrezno rabo podaljšujemo življenjsko dobo EEO in tako zmanjšamo količino odpadkov in izpustov toplogrednih plinov.

Da omogočimo ustrezno ravnanje z odpadki v nadaljnji obdelavi (recikliranje idr.):

- ločeno zbiramo vse odpadne plastenke,
- pri pogostitvah uporabljamo izdelke za enkratno uporabo iz alternativnih materialov (npr. papirja ali lesa) ali izdelke za večkratno uporabo,
- ločujemo odpadni pisarniški papir in karton,
- odpadne cigaretno ogorke odlagamo v koš za navadne odpadke in nikakor v naravo,
- OEEO zbiramo ločeno in oddamo v predelavo pooblaščenim zbiralcem,
- izrabljene baterijske vložke oddamo ločeno v za to namenjeni zbiralnik v skupnih prostorih Gospodarske zbornice Slovenije (GZS),
- kot ekipa se udeležujemo prostovoljne čistilne akcije Čista obala,
- zaposleni se udeležujemo humanitarnih akcij in izvajamo prostovoljske aktivnosti.

96 % vseh naših zaposlenih namesto lončka za enkratno uporabo uporablja lončke za večkratno uporabo. Vodstvo je vsem zaposlenim razdelilo toplotno izolirani lonček za večkratno uporabo in priskrbelo steklene vrče za vodo, ki se lahko uporabijo na sestankih za postrežbo vode iz pipe.



Zdravilišče Rogaška Slatina, foto: Dražen Štader, Produkcija Studio

Globalna strategija za zmanjšanje odpadne hrane v turizmu

Svetovna turistična organizacija (UN Tourism, prej UNWTO) je v letu 2022 izdala osnutek Global Roadmap for Food Waste Reduction in the Tourism Sector.

Strategija za zmanjšanje količine odpadne hrane v turizmu:

- zagotavlja okvir za zmanjšanje odpadne hrane v turizmu, poudarek je na sektorju križarjenja in nastanitvenem sektorju, smernice pa se da uporabiti tudi na drugih področjih,
- se zavzema za zmanjšanje količin hrane tako v turizmu kot pri zasebnih porabnikih,
- temelji na pristopu »cilj, merjenje, delovanje«:
 - določitev ciljev na področju zmanjšanja količine odpadne hrane,
 - merjenje: vse se dosledno spremlja in meri,
 - delovanje: ukrepi za zmanjšanje količine odpadne hrane, posledično tudi ogljičnega odtisa.

Cilj do leta 2030 je prepoloviti količino odpadne hrane na prebivalca in zmanjšati izgube, ki nastanejo v prehranski verigi.

Pilotni projekt »Odpadna hrana«

Varnostna in zdravstvena tveganja (vojna v Ukrajini in Gazi ter pandemija covid-19) so dodatno izpostavila pomen reorganizacije načina pridelave in porabe hrane ter sprejetja ukrepov na področju zmanjšanja odpadne hrane v turizmu. STO v ta namen v okviru spodbujanja trajnostnih pristopov na področju gastronomije izvaja pilotni projekt, v okviru katerega s konkretnimi ukrepi na področju zmanjševanja odpadne hrane naslavljamo enega ključnih ciljev slovenskega turizma, t. j. bistveno zmanjšanje okoljskega odtisa.

V letu 2021 smo v okviru Zelene sheme slovenskega turizma vzpostavili znamko Slovenia Green Cuisine, ki je namenjena spodbujanju trajnostnih pristopov v gostinstvu, v letu 2023 smo to področje naslovili tudi s konkretnimi ukrepi na področju zmanjševanja odpadne hrane. Jeseni 2023 smo skupaj z Zavodom Tovarna trajnostnega turizma GoodPlace in združenjem JRE izvedli prvo pilotno fazo projekta za zmanjšanje količine odpadne hrane v slovenskem turizmu. Skupaj s sodelujočimi gostinci smo našli enoten način, ki bi v prihodnosti slovenskim restavracijam, med njimi imetnikom znaka Slovenia Green Cuisine, pomagal pri merjenju in zmanjševanju količin odpadne hrane.

Področje je ena od sedmih točk, ki jih izpostavlja tudi Zaveza za trajnostno gastronomijo in jo podpišejo vsi imetniki znaka Slovenia Green Cuisine. Pilotni projekt je tako eden od korakov, s katerimi omenjeno zavezo uresničujemo tudi v praksi.



Gostilna pri Lojzetu, Zemono, Vipavska dolina, foto: Mitja Kobal

Zdravje in dobro počutje zaposlenih

Skrbimo za zdravje in dobro počutje zaposlenih, in sicer z ustreznimi opremljenimi delovnimi mesti, aktivnimi odmori, usposabljanji, ukrepi certifikatov DPP in DOD, rednimi razvojnimi razgovori in kolegiji.

Okolje



Slovenci smo zelo ponosni, da živimo v tako zeleni deželi, saj okoli 60 odstotkov ozemlja pokrivajo gozdovi. Mislim, da je STO vodilna sila promocije trajnostnega turizma in da mnoge navdihuje ter izobražuje o identiteti in vrednotah Slovenije. Ne samo med obiskovalci, temveč tudi med prebivalci Slovenije. Ravno mi smo lahko najboljši ambasadorji, obenem pa skrbimo za našo domovino, da bo še naprej sijala kot zeleno srce Evrope.

Janja Garnbret, športna plezalka in ambasadorska slovenskega turizma

Foto: Žiga Koren

Poključski gozd, foto: Aleš Zdešar, arhiv Triglavski narodni park

Zelena shema slovenskega turizma



84

meril za destinacije, razdeljenih na

6

področij: upravljanje destinacije, narava in krajina, okolje in podnebje, kultura in tradicija, družbena klima in poslovna uspešnost lokalnih turističnih podjetij.

Tudi v letih 2022 in 2023 smo krepili razvoj Zelene sheme slovenskega turizma, nacionalnega orodja za vpeljevanje trajnostnega turizma v poslovanje destinacij in turističnih podjetij, ki deluje pod krovno znamko Slovenia Green.

Aktualno stanje nosilcev znaka Slovenia Green (na dan 31. 12. 2023)

Skupno število podeljenih znakov Slovenia Green: 309

Število nosilcev znaka glede na kategorijo:

- 60 turističnih destinacij (Destination)
- 160 ponudnikov nastanitev (Accommodation)
- 4 naravni parki (Park)
- 9 turističnih agencij (Travel Agency)
- 13 turističnih znamenitosti (Attraction)
- 66 restavracij (Cuisine)
- 2 plaži (Beach)

V letu 2023 je bilo na novo podeljenih 42 znakov:

- 3 znaki Slovenia Green Destination
- 25 znakov Slovenia Green Accommodation
- 1 znak Slovenia Green Travel Agency

- 2 znaka Slovenia Green Attraction
- 11 znakov Slovenia Green Cuisine

Za pridobitev znaka Slovenia Green Destination (Bronze/Silver/Gold/Platinum) morajo destinacije izpolnjevati kriterije Green Destinations Standard, medtem ko morajo ponudniki za pridobitev znaka Slovenia Green Accommodation/Park/Travel Agency/Attraction/Cuisine/Beach najprej pridobiti enega izmed mednarodno prepoznanih in s strani sheme verificiranih trajnostnih znakov. V Sloveniji je ob pripravi Strategije slovenskega turizma 2022–2028 imelo mednarodno priznan zeleni znak 1,01 % vseh nastanitvenih obratov, 1,37 % turističnih agencij in 1,19 % restavracij.

Ključni strateški cilj je uvajanje trajnostnih modelov v slovenski turizem, tako na ravni turističnih ponudnikov kot destinacij. Vse cilje strateških usmeritev spremlja trajnostni razvoj in skrb za ekonomsko, družbeno-kulturno in naravno okolje. Naš cilj je 100-% zelena Slovenija, kar pomeni željo, da v shemo vstopijo vse t. i. vodilne destinacije, ki skupaj pokrivajo več kot 97 % vseh turističnih prihodov. Destinacije, ki so že v shemi (75 slovenskih občin), pokrivajo že skoraj 90 % vseh turističnih prihodov in 85 % vseh prenočitev.

Cilji in naloge ZSST:

- ocenjevanje trajnosti destinacij in spodbujanje destinacij k izboljševanju trajnosti,
- omogočiti primerljivost sodelujočih destinacij na mednarodni ravni,
- uvajanje zelene miselnosti v slovenski turizem, tako pri destinacijah kot v podjetjih, za izpolnitev obljube zelene trajnostne destinacije na terenu in v realnosti, ne le v komunikaciji STO,
- krepitev podobe Slovenije kot zelene, trajnostno naravnane države,
- destinacijam dati trženjsko orodje in možnost, da se na podlagi konkretnih meril promovirajo kot drugačne, zelene.

Model ZSST temelji na partnerstvu:

- upravljevec ZSST (STO), ki aktivno upravlja, razvija in nudi izobraževalno podporo, ob tem pa vzpostavlja promocijske kanale na mednarodnem turističnem trgu za promocijo destinacij in ponudnikov, ki imajo znak Slovenia Green,
- akreditirani partner (Zavod Tovarna trajnostnega turizma GoodPlace), ki ima licenco za ocenjevanje po glo-

balnem orodju Green Destinations Standard in je partner Green Destinations,

- globalni partner Green Destinations, ki zagotavlja platformo za ocenjevanje destinacij v skladu z merili Svetovnega sveta za trajnostni turizem (GSTC) in globalno primerljivost nivoja trajnostnega razvoja destinacij.

Partnerji pri razvoju Zelene sheme so tudi vse destinacije in ponudniki, vključeni v program.

V letu 2021 smo Zeleno shemo slovenskega turizma razširili na kategorijo gostinskih ponudnikov oziroma trajnostne gastronomije Slovenia Green Cuisine. Vanjo so vključeni ponudniki gostinskih storitev, ki še posebej skrbijo za trajnostno delovanje in so za to prejeli tudi enega od mednarodnih certifikatov, kot sta Zeleni ključ ali L.E.A.F. Poleg pridobitve mednarodnega certifikata ti ponudniki za vstop v ZSST podpišejo Zavezo za trajnostno gastronomijo.

Prenovljena shema ZSST za presojanje destinacij skupno vključuje 84 meril, ki so razdeljena na 6 področij: upravljanje destinacije, narava in krajina, okolje in podnebje, kultura in tradicija, družbena klima in poslovna uspešnost lokalnih turističnih podjetij. Pri vsakem kriteriju je podan opis, ki dodatno pojasnjuje vsebino in daje priporočila, kako pozitivno vplivati na dano merilo, zagotoviti mehanizme za izogibanje tveganjem idr.

Smernice za nadaljnji razvoj ZSST je postavila tudi nova SST 2022–2028, ki utemeljuje Zeleno shemo slovenskega turizma kot eno ključnih razvojnih politik. V letu 2022 je bilo izvedeno prvo srečanje delovne skupine, na katero so bili vabljeni izbrani nosilci znaka Slovenia Green. Opredeljeni so bili največji izzivi in prioritete za prenovo sheme, posebna pozornost pa je bila namenjena usposabljanju zelenih koordinatorjev in izvajanju t. i. zelenih uric, na katerih smo odgovarjali na vprašanja in predstavljali operativne spremembe v delovanju sheme.

Potekal je postopni prehod na posodobljen standard Slovenia Green – sprememba je bila potrebna zaradi prenove mednarodnega standarda Green Destinations. Posodobljena različica zajema 84 kriterijev namesto 100.

Pomen in predviden nadaljnji razvoj ZSST smo predstavili na pomembnejših dogodkih:

- v okviru Akademije za trženje v turizmu je bila Politika 4: Trajnost in ZSST iz SST 2022–2028 22. septembra 2022 predstavljena udeležencem, večinoma direktorjem vodilnih destinacij in združenj,
- Global Green Destinations Days, 26.–29. septembra 2022 v Atenah,
- Global Sustainable Tourism Council, 12.–15. decembra 2022 v Seville,
- Global Green Destinations Days, 9.–12. oktobra 2023 v Talinu.

Za razvoj ZSST sistematično skrbimo v okviru sodelovanja s Konzorcijem Slovenia Green. V letu 2022 smo izvedli več aktivnosti:

- priprava smernic za zelene dogodke – natančno je bil premišljen koncept implementacije zelenih dogodkov v ZSST, smernice so bile objavljene v marcu 2022 na poslovnih spletnih straneh slovenia.info,
- podprtje šestih vsebinskih študijskih izhodišč za nove članke s trajnostno vsebino na portalu slovenia.info,
- razvoj produkta Slovenia Green Wellness Route, kolezarskega itinerarja, ki povezuje destinacije in ponudnike z znakom Slovenia Green in tako tujim gostom na konkreten način predstavlja zeleno zgodbo Slovenije.

V letu 2023 pa smo izvedli pilotni projekt merjenja odpadne hrane v restavracijah.

Realizacija ukrepa DOD: Prostovoljne pobude, nagrade in zaveze v letu 2023

Podeljena nagrada/znak	Št. podeljenih nagrad/znakov
Novi znaki Slovenia Green za destinacije ZSST	3
Novi znaki Slovenia Green za ponudnike ZSST	39
Nagrada za naj zelenega koordinatorja ZSST	1
SUE – nove nagrade	4
SUE – recertificirane nagrade	4
SUE – Sejalec finalist	2
SUE – Sejalec zmagovalca	1
Ambasador slovenskega turizma	1
Skupaj:	55

Za prihodnje obdobje kot najpomembnejši kazalnik okoljskih učinkov ocenjujemo merjenje ogljičnega odtisa. Konzorcij Slovenia Green v sodelovanju z Breda University in slovenskimi turističnimi destinacijami že testira in predstavlja eno izmed orodij znotraj ZSST.

Učinki ZSST

Z upravljanjem ZSST si prizadevamo za trajnostne premike na številnih področjih, kot so kakovost življenja lokalnega prebivalstva, večja ozaveščenost o pomenu naravnega okolja za turizem, vlaganje v trajnostne investicije v turizmu, povezovanje med deležniki v turizmu idr.

Vključenost destinacij in ponudnikov v ZSST izboljšuje kakovost življenja lokalnega prebivalstva in vpliva na zadovoljstvo prebivalcev, obiskovalcev in zaposlenih. Desti-

nacije morajo v okviru sheme med lokalnim prebivalstvom izvajati anketo o zadovoljstvu, s čimer se neposredno oceni stanje njihovih prizadevanj za trajnost na terenu. Hkrati prebivalstvo vključujejo v načrtovanje ukrepov, skrbijo za kulturo in tradicijo, si prizadevajo za desezonalizacijo, opozarjajo na pomen človekovih pravic in primernega odnosa do zaposlenih idr. Na drugi strani pa destinacije preko ZSST dodatno ozavešajo pomen ohranjene narave za turizem in lokalne prebivalce. Shema posebej izpostavlja pomen strateškega načrtovanja, pri čemer se kažejo veliki pozitivni premiki.

Analiza akcijskih načrtov tridesetih destinacij v letu 2022 je pokazala, da so destinacije z znakom Slovenia Green največ finančnih sredstev predvidele za sklop Okolje in podnebje, skupno 917.819 EUR, za sklop Narava in pokrajina pa 46.750 EUR. Največ sredstev destinacije namenijo infrastrukturnim projektom, kot so trajnostna mobilnost, ravnanje z odpadnimi vodami, strategije razvoja turizma, turistične politike, vlaganje v ohranjanje kulturne dediščine idr.

Izjemna vrednost ZSST je tudi v tem, da župani »preklopljajo na zeleno«, saj je z vključenostjo destinacije v shemo celotna občinska uprava prežeta s trajnostno miselnostjo, za kar je zadolžen zeleni koordinator z zeleno ekipo.

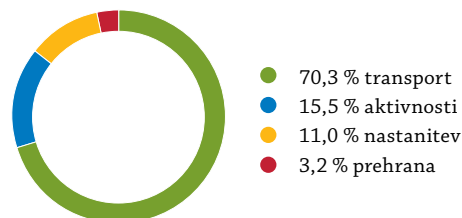
Zelene destinacije v okviru Zelene sheme slovenskega turizma se redno uvrščajo na seznam stotih najbolj trajnostnih destinacij na svetu TOP 100 Sustainable Destinations.

Merjenje in zmanjševanje ogljičnega odtisa slovenskega turizma

V okviru projekta Podnebne spremembe in trajnostni razvoj slovenskega turizma je nastal model ocene ogljičnega odtisa turizma turistov, ki prenočijo v Sloveniji na ravni države in občin. Analizirana so štiri področja turizma: prevoz, nastanitve, doživetja in prehranski sistemi. Rezultati so pokazali, da največji ogljični odtis predstavlja prevoz turistov. Najhitreje lahko učinke dosežemo z razogljičenjem nastanitve. Priporočila za razogljičenje slovenskega turizma so oblikovana v štirih hierarhično razporejenih strategijah zmanjševanja izpustov toplogrednih plinov: izogibanje, zmanjševanje, iskanje alternativ in šele kot zadnja možnost tudi izravnava.

Ciljni raziskovalni projekt Podnebne spremembe in trajnostni razvoj slovenskega turizma je nadalje vključeval analizo turističnih podnebnih kazalnikov – dosedanjih trendov in projekcij podnebnih sprememb. Temperature so in bodo višje, padavinski režim se spreminja. Najbolj

Graf: Ogljični odtis turizma v Sloveniji, izračunan v letu 2019 v okviru projekta Podnebne spremembe in trajnostni razvoj slovenskega turizma



izpostavljen je zimski turizem, na kar so opozarjale že pretekle podobne raziskave. Projekt je izpostavil tudi nujnost preišljenih lokalnih prilagoditvenih ukrepov turizma še za podaljšanje poletne sezone, povečanje pogostosti in intenzitete vročinskih valov, večjo pogostost suš in nevarnih ekstremnih dogodkov ter družbene spremembe pri vedenju turistov in tržne spremembe, ki jih bodo predvidoma doživljale Sloveniji konkurenčne turistične destinacije.



V založništvu Slovenske turistične organizacije je izšel vodnik po podnebnih spremembah za slovenski turizem, katerega avtorji so raziskovalci Fakultete za turizem UM v sodelovanju s klimatologi Biotehniške fakultete UL. Vodnik predstavlja krajši, razumljiv povzetek osrednjih ugotovitev in priporočil projekta Podnebne spremembe in trajnostni razvoj slovenskega turizma, ki prinaša podrobno analizo vplivov podnebnih sprememb glede na prihodnje projekcije, model izračuna ogljičnega odtisa slovenskega turizma, temeljito analizo možnih podnebnih ukrepov ter priporočila za državo, destinacije, ponudnike in posameznike.



STO je naš največji partner, s katerim odlično sodelujemo pri načrtovanju, pripravi in izvedbi številnih aktivnosti na promocijsko-prodajnem področju. Ključno prispeva pri usmeritvi v trajnostni razvoj zdraviliškega turizma, kar dokazujejo številni trajnostni znaki, ki so jih slovenska naravna zdravilišča prejela v zadnjih letih in so kot eni največjih turističnih ponudnikov v Sloveniji prav s pomočjo STO stopila na trajnostni vlak.

Iztok Altbauer, direktor, Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč



Kazalniki poročanja v skladu s standardi GRI

Izjava o uporabi: Slovenska turistična organizacija je poročala v skladu s standardi GRI za obdobje 1. 1. 2022 in 31. 12. 2023.

GRI 1 v rabi: Temelji 2021

Ustrezni panožni standardi GRI: V obdobju priprave tega poročila ni sprejetih panožnih standardov GRI za turistično panogo.

LP = letno poročilo, TP = trajnostno poročilo

Razkritje		Stran v LP	Stran v TP	Opustitev
Št. kazal.	Ime kazalnika			Opuščene zahteve Razlog Pojasnilo
Splošna razkritja				
2-1	Podatki o organizaciji		9	Siva celica označuje, da razlogi za opustitev niso dopustni za to razkritje ali da sklicna številka panožnega standarda GRI ni na voljo.
2-2	Subjekti, vključeni v poročanje organizacije o trajnostnem poslovanju		7, 81	
2-3	Obdobje poročanja, pogostost in kontaktna točka		7	
2-4	Preoblikovanje informacij		7	
2-5	Zunanja preveritev poročanja		7	
2-6	Dejavnosti, vrednostna veriga in druga poslovna razmerja		10	
2-7	Zaposleni		39-43	
2-8	Delavci, ki niso zaposleni		/	Ni bistveno
2-9	Struktura in sestava vodenja in upravljanja		9-10	
2-10	Imenovanje in izbor najvišjega organa vodenja in upravljanja		9	
2-11	Predsednik najvišjega organa vodenja in upravljanja		9	
2-12	Vloga najvišjega organa upravljanja pri nadzoru obvladovanja vplivov		5-6, 23	
2-13	Delegiranje odgovornosti za obvladovanje vplivov		24, 81	
2-14	Vloga najvišjega organa upravljanja pri trajnostnem poročanju		7	
2-15	Nasprotja interesov		/	Ni bistveno

Razkritje		Stran v LP	Stran v TP	Opustitev		
Št. kazal.	Ime kazalnika			Opuščene zahteve	Razlog	Pojasnilo
2-16	Komuniciranje kritičnih pomislekov		15, 54			
2-17	Kolektivno znanje najvišjega organa upravljanja		9			
2-18	Ocena uspešnosti najvišjega organa upravljanja	143-144				
2-19	Politike nagrajevanja	143				
2-20	Postopek določanja nagrad	143				
2-21	Letno skupno razmerje nadomestil		/		Ni bistveno	
2-22	Izjava o strategiji trajnostnega razvoja		11, 13-14			
2-23	Zaveze v skladu s politikami organizacije		14			
2-24	Vključevanje zavez, skladne s politikami organizacije		14			
2-25	Procesi za odpravljanje negativnih vplivov		24-25			
2-26	Mehanizmi za iskanje nasvetov in sporočanje pomislekov		40, 45, 54			
2-27	Skladnost z zakonodajo in predpisi		9, 40			
2-28	Članstvo v združenjih		37			
2-29	Pristop k vključevanju deležnikov		33-34			
2-30	Kolektivne pogodbe		40			
Pomembne teme						
3-1	Postopek določanja pomembnih tem		33-34	Siva celica označuje, da razlogi za opustitev niso dopustni za to razkritje ali da sklicna številka panožnega standarda GRI ni na voljo.		
3-2	Seznam pomembnih tem		34			
3-3	Upravljanje pomembnih tem		11, 13, 39, 41, 45, 47, 61			
Ekonomska uspešnost						
201-1	Neposredno ustvarjena in razdeljena ekonomska vrednost		20-21			
201-2	Finančne posledice in druga tveganja in priložnosti zaradi podnebnih sprememb		23, 24			
201-3	Načrt dodatnega pokojninskega zavarovanja in druge dodatne bonitete		41			
201-4	Prejeta finančna pomoč s strani države		21			

Razkritje		Stran v LP	Stran v TP	Opustitev		
Št. kazal.	Ime kazalnika			Opuščene zahteve	Razlog	Pojasnilo
Prisotnost na trgu						
202-1	Razmerje standardne osnovne ravni plač v primerjavi z minimalno plačo v državi		40			
202-2	Delež najvišjega vodstva iz lokalnega okolja		/		Ni bistveno	
Posredni gospodarski vplivi						
203-1	Podpora infrastrukturnim naložbam in storitvam		21			
203-2	Pomembni posredni ekonomski vplivi		21, 28-31, 45			
Prakse nabave						
204-1	Delež nakupov od lokalnih dobaviteljev		47-48			
Preprečevanje korupcije						
205-1	Dejavnosti s tveganji, povezanimi s korupcijo	143-144				
205-2	Komuniciranje o politikah in postopkih za boj proti korupciji	143-144				
205-3	Dogodki korupcije in sprejeti ukrepi		/			Ni bilo ugotovljenih dogodkov korupcije.
Protikonkurenčno vedenje						
206-1	Pravni postopki zaradi protikonkurenčnega vedenja ter kartelnih in monopolnih praks		/			Ni bilo pravnih postopkov protikonkurenčnega vedenja ter kartelnih in monopolnih praks
Davki						
207-1	Pristop k davkom		/		Ni bistveno	
207-2	Upravljanje davkov, kontrola in obvladovanje tveganj v zvezi z davki		/		Ni bistveno	
207-3	Vključevanje deležnikov in obvladovanje skrbi v zvezi z davki		/		Ni bistveno	
207-4	Poročanje po posameznih državah		/		Ni bistveno	

Razkritje		Stran v LP	Stran v TP	Opustitev		
Št. kazal.	Ime kazalnika			Opuščene zahteve	Razlog	Pojasnilo
Materiali						
301-1	Uporabljeni materiali		66			
301-2	Uporabljeni reciklirani vhodni materiali		66			
301-3	Vrnjeni/predelani proizvodi in njihovi embalažni materiali		66			
Energija						
302-1	Poraba energije v organizaciji		64-65			
302-2	Poraba energije izven organizacije		65			
302-3	Energetska intenzivnost		/		Ni bistveno	
302-4	Zmanjšanje porabe energije		64-65			
302-5	Zmanjšanje energetske potrebe za izdelke in storitve		64-65			
Voda in odpadne vode						
303-1	Odnos do vode kot skupnega vira		65			
303-2	Upravljanje vplivov, povezanih z odvajanjem vode		15, 65			
303-3	Odvzem vode		/		Ni bistveno	
303-4	Izpust vode		/		Ni podatka	
303-5	Poraba vode		65			
Biotska raznovrstnost						
304-1	Obrati v lasti, najemu, upravljanju, ki se nahajajo na ali v bližini zaščitene območij ali na območjih z veliko biotsko raznovrstnostjo zunaj zaščitene območij		/		Ni bistveno	STO svojih poslovnih prostorov nima na zaščitene območju ali območju z veliko biotsko raznovrstnostjo.
304-2	Pomembni vplivi dejavnosti, proizvodov in storitev na biotsko raznovrstnost		17, 69-71			
304-3	Habitati, zaščiteni ali obnovljeni		/		Ni bistveno	STO neposredno ne vpliva na zaščitene habitate.

Razkritje		Stran v LP	Stran v TP	Opustitev		
Št. kazal.	Ime kazalnika			Opuščene zahteve	Razlog	Pojasnilo
304-4	Nacionalni seznam zaščitene vrste, na katere vplivajo poslovne aktivnosti		/		Ni bistveno	STO neposredno s svojimi aktivnostmi ne vpliva na zaščitene vrste.
Emisije						
305-1	Neposredne (Obseg 1) emisije toplogrednih plinov		65, 71			
305-2	Energetski posredne (Obseg 2) emisije toplogrednih plinov		65, 71			
305-3	Druge posredne (Obseg 3) emisije toplogrednih plinov		/		Ni podatka	
305-4	Intenzivnost emisij toplogrednih plinov		65			
305-5	Zmanjšanje emisij toplogrednih plinov		65			
305-6	Emisije snovi, ki uničujejo ozon (ODS)		/		Ni bistveno	
305-7	Dušikovi oksidi (NO _x), žvepovi oksidi (SO _x) in drugo		/		Ni bistveno	
Odpadki						
306-1	Ustvarjanje odpadkov in znatni vplivi v zvezi z odpadki		66-67			
306-2	Obvladovanje znatnih vplivov v zvezi z odpadki		16, 66-67			
306-3	Ustvarjeni odpadki		/		Ni podatka	Poslovni prostori STO so del večje poslovne stavbe z več poslovnimi uporabniki.
306-4	Odpadki, preusmerjeni iz odlaganja		/		Ni podatka	
306-5	Odloženi odpadki		/		Ni podatka	
Okoljska ocena dobaviteljev						
308-1	Novi dobavitelji, ki so bili pregledani po okoljskih merilih		47-48			
308-2	Negativni vplivi na okolje v dobavni verigi in sprejeti ukrepi		47-48			

Razkritje		Stran v LP	Stran v TP	Opustitev		
Št. kazal.	Ime kazalnika			Opuščene zahteve	Razlog	Pojasnilo
Zaposlovanje						
401-1	Novi zaposleni in fluktuacija zaposlenih		39			
401-2	Ugodnosti, ki so določene za delavce, zaposlene s polnim delovnim časom, in niso predvidene za delavce, zaposlene za določen čas oziroma s krajšim delovnim časom		40-41			Vsi zaposleni so deležni enakih ugodnosti.
401-3	Starševski dopust		40			
Odnosi med poslovođstvom in zaposlenimi						
402-1	Minimalni roki za izdajo obvestil v zvezi z operativnimi spremembami		40			
Varnost in zdravje pri delu						
403-1	Sistem upravljanja varnosti in zdravja pri delu		43			
403-2	Identifikacija nevarnosti, ocena tveganja in nesreč	143				
403-3	Zdravstvene službe medicine dela		43			
403-4	Sodelovanje delavcev, posvetovanje in obveščanje o zdravju in varnosti pri delu		43			
403-5	Usposabljanje delavcev s področja varnosti in zdravja pri delu		43			
403-6	Promocija zdravja delavcev		43			
403-7	Preprečevanje in ublažitev vplivov na zdravje in varnost pri delu, ki so neposredno povezani s poslovnimi odnosi		43			
403-8	Sistem vodenja zdravja in varstva pri delu za delavce		43			
403-9	Poškodbe pri delu		43			
403-10	Poklicne bolezni		/			Ni identificiranih poklicnih bolezni.
Usposabljanje in izobraževanje						
404-1	Povprečno število ur usposabljanja na leto na zaposlenega		42			
404-2	Programi za nadgradnjo znanj zaposlenih in programi, ki podpirajo nadaljnjo zaposljivost zaposlenih		42			

Razkritje		Stran v LP	Stran v TP	Opuščene zahteve	Opustitev	Pojasnilo
Št. kazal.	Ime kazalnika				Razlog	
404-3	Odstotek zaposlenih, ki prejema redne preglede njihove uspešnosti in poklicnega napredovanja		/		Ni podatka	
Raznolikost in enake možnosti						
405-1	Raznolikost organov upravljanja in zaposlenih		39			
405-2	Razmerje osnovne plače in nagrad ženskih in moških		/			Kot javni uslužbenci smo vključeni v sistem plač v javnem sektorju.
Nediskriminacija						
406-1	Primeri diskriminacije in izvedeni korektivni ukrepi		/			Ni bilo ugotovljenih primerov diskriminacije.
Svoboda združevanja in kolektivnih pogajanj						
407-1	Dejavnosti in dobavitelji, pri katerih je morda prisotno tveganje za pravico do združevanja in kolektivnih pogajanj		47			
Otroško delo						
408-1	Dejavnosti in dobavitelji, izpostavljeni znatnemu tveganju za incidente otroškega dela		47			
Prisilno ali obvezno delo						
409-1	Dejavnosti in dobavitelji, izpostavljeni znatnemu tveganju za incidente prisilnega ali obveznega dela		47			
Varnostne prakse						
410-1	Varnostniki, usposobljeni glede politik in postopkov varovanja človekovih pravic		/			STO nima lastnih varnostnikov.

Razkritje		Stran v LP	Stran v TP	Opustitev		
Št. kazal.	Ime kazalnika			Opuščene zahteve	Razlog	Pojasnilo
Pravice domorodcev						
411-1	Primeri kršitev pravic domorodcev		/		Ni bistveno	
Lokalne skupnosti						
413-1	Dejavnosti z vključevanjem lokalne skupnosti, vpliv		13-14, 15-17, 28-31			
413-2	Dejavnosti s pomembnimi dejanskimi in potencialnimi negativnimi vplivi na lokalne skupnosti		13-14, 15-17			
Družbena ocena dobaviteljev						
414-1	Novi dobavitelji, ki so bili ocenjeni glede na družbena merila		47, 48			
414-2	Negativni družbeni vplivi v dobavni verigi in sprejeti ukrepi		49-51			
Javne usmeritve						
415-1	Politične donacije		/		Ni bistveno	
Zdravje in varnost kupcev						
416-1	Ocena vplivov kategorij izdelkov in storitev na zdravje in varnost		58			
416-2	Primeri neupoštevanja v zvezi z vplivi izdelkov ali storitev na zdravje in varnost		/		Ni podatka	
Marketing in označevanje						
417-1	Zahteve glede informacij in označevanja izdelkov in storitev		48			
417-2	Primeri neupoštevanja v zvezi z informacijami in označevanjem izdelkov in storitev		/			Ni bilo primerov neupoštevanja.
417-3	Primeri neupoštevanja v zvezi z marketinškimi sporočili		/			Ni bilo primerov neupoštevanja.

Razkritje		Stran v LP	Stran v TP	Opustitev		
Št. kazal.	Ime kazalnika			Opuščene zahteve	Razlog	Pojasnilo
Zasebnost strank						
418-1	Utemeljene pritožbe glede kršitev zasebnosti strank in izgub podatkov o strankah		/			Ni bilo ugotovljenih kršitev.

Odgovorne osebe za pripravo trajnostnega poročila STO

Ime in priimek	Delovno mesto	Področje poročanja	E-naslov
Alenka Malenšek Breznik	vodja Službe za pravne, kadrovske in tehnične zadeve	podatki o javni agenciji, strategija, poslovanje, družini prijazno podjetje, družbeno odgovoren delodajalec, zelena pisarna, družbeno odgovorni projekti, podnebni ukrepi, Glasgowska deklaracija	alenka.malensek-breznik@slovenia.info
Barbara Zmrzlikar	vodja sektorja Raziskave in razvoj	strategija, Zelena shema slovenskega turizma, odnos do okolja, odnosi s poslovnimi partnerji, iniciiranje trajnostnih zvez	barbara.zmrzlikar@slovenia.info
Ana Savšek	vodja sektorja Vsebinski digitalni marketing	strategija, trajnostno komuniciranje, zaveza k trajnostnim standardom oglaševalske stroke, odnosi s poslovnimi partnerji	ana.savsek@slovenia.info
Karmen Novarlič	vodja sektorja Komuniciranje s poslovnimi javnostmi	strategija, pomembni dogodki v 2022 in 2023, trajnostno komuniciranje, odnosi s poslovnimi partnerji	karmen.novarlic@slovenia.info
Maša Klemenčič	koordinatorica Zelene sheme slovenskega turizma v sektorju Raziskave in razvoj	Zelena shema slovenskega turizma, trajnostni razvoj, odnos do okolja, ogljični odtis turista	masa.klemencic@slovenia.info
Ana Jemec Špik	vodja podatkovne analitike in informacijskega središča za turizem	statistike, analize, ocenjevanje turističnih tokov, ocenjevanje ogljičnega odtisa	ana.jemecspik@slovenia.info
Alenka Kramžar Dolinar	vodja kadrov v Službi za pravne, kadrovske in tehnične zadeve	človeški viri, usposabljanje zaposlenih, varnost pri delu, promocija zdravja, družini prijazno podjetje, družbeno odgovoren delodajalec, organizacijska energija, zelena pisarna, ogljični odtis poslovanja	alenka.kramzar-dolinar@slovenia.info
Matjaž Princl	vodja informatike in spletnih rešitev v Službi za pravne, kadrovske in tehnične zadeve	upravljanje spletnih rešitev in informacijske varnosti, ogljični odtis poslovanja	matjaz.princl@slovenia.info
Livija Kovač Kostantinovič	vodja odnosov z domačimi javnostmi	trajnostno komuniciranje v Sloveniji, odnosi s poslovnimi partnerji, zaveza k trajnostnim standardom oglaševalske stroke	livija.kovackostantinovic@slovenia.info
Martina Gojkosek	vodja korporativnega komuniciranja	trajnostno komuniciranje doma in v tujini, odnosi s poslovnimi partnerji, zaveza k trajnostnim standardom oglaševalske stroke	martina.gojkosek@slovenia.info
Maša Puklavec Polutnik	vodja odnosov s tujimi javnostmi v sektorju Vsebinski digitalni marketing	trajnostno komuniciranje v tujini, zaveza k trajnostnim standardom oglaševalske stroke	masa.puklavecpolutnik@slovenia.info
Ana Gračanin	vodja Finančno računovodske službe	poslovanje, finančni kazalniki	ana.gracanin@slovenia.info

Izdala in založila:	Slovenska turistična organizacija
Strokovno vsebinski koncept, izvedba:	Fit media d.o.o.
Oblikovanje:	Metka Vehovar Piano, Fit media d.o.o.
Fotografije:	arhiv Slovenske turistične organizacije
Tisk:	Birografika Bori d.o.o.
Naklada:	150 izvodov
Junij 2024	

STO
SLOVENSKA
TURISTIČNA
ORGANIZACIJA

I FEEL
SLOVENIA



Terme Olimia, foto: Žiga Župan, Sportida d.o.o.