

STO
SLOVENSKA
TURISTIČNA
ORGANIZACIJA

**I FEEL
SLOVENIA**

TRAJNOSTNO POROČILO

Slovenske turistične
organizacije

2020 in 2021



TRAJNOSTNO POROČILO

Slovenske turistične
organizacije

2020 in 2021

2020 in 2021

v številkah

15 ciljev

Združenih narodov do leta 2030 se sklada z našimi prioritetskimi trajnostnimi aktivnostmi.

4.003.682

prihodov domačih in tujih turistov v letu 2021.

90 %

vseh turističnih prihodov pokrivajo destinacije z znakom Slovenia Green.

14 let

delujemo kot zelena in zdrava pisarna, prijazna Sloveniji.

79 %

vseh sredstev je namenjenih za aktivnosti promocije Slovenije kot turistične destinacije.

192

nosilcev znaka Slovenia Green v marcu 2022.

42

zaposlenih v Slovenski turistični organizaciji v letu 2021.

100

meril vključenih v Zeleno shemo slovenskega turizma.

Zelena butičnost, manjši odtis, večja vrednost za vse

To je naša vizija. Razvijamo uravnotežen zelen butični turizem višje kakovosti, s kulturno identiteto in lokalnim karakterjem, ki sta smelo izražena. Hkrati si prizadevamo za manjši okoljski odtis, ki je v turizmu velik izziv. S tem ustvarjamo vrednost ter pospešujemo trajnostni razvoj, urejeno okolje, dobro počutje in cvetočo kulturo, s pozitivnimi učinki za vse.

V slovenskem turizmu smo se zavezali biti dobri in ponosni gostitelji ter skrbni upravitelji in varuhi naše narave, kulturne identitete in skupnosti. Vsa naša srčna in ambiciozna prizadevanja so namenjena ohranjanju in povečevanju zadovoljstva prebivalcev, motiviranosti podjetnikov, turističnih podjetij in destinacij ter navdušenosti obiskovalcev. Ob tem imamo zmeraj pred očmi naše zanamce.

Po tej poti zelenega turizma, ki smo ga postavili v jedro vseh naših aktivnosti, smo postali globalno prepoznavna turistična destinacija. STO je vse od ustanovitve v letu 1995 stremela k premišljenemu vrednotenju naravne dediščine in sonaravnemu razvoju. Ključno je bilo zavedanje, da trajnostnega, zelenega turizma ne moremo doseči s parcialnimi pristopi, ampak strateško in integrirano. Naj omenim nekaj ključnih gradnikov na naši poti.

V dialogu s turističnim gospodarstvom smo na Slovenskem turističnem forumu v letih 2009 in 2010 sklenili, da je trajnostni razvoj edina prava pot. Nismo ostali le pri besedah. STO je začela pri sebi, s projektom Pisarna, prijazna Sloveniji. Tudi slovensko turistično gospodarstvo je začelo v vse večji meri sprejemati svoj delež odgovornosti do podnebnih sprememb in okrepilo čut za družbeno odgovornost. Leta 2011 smo vsi ključni partnerji podpisali Deklaracijo o partnerstvu za trajnostni razvoj slovenskega turizma.

Strateške usmeritve in partnerstvo za trajnostni razvoj so bili ključna osnova, vendar premalo za trajnostni preboj. Leta 2014 smo oblikovali edinstveno orodje za trajnostni razvoj destinacij – Zeleno shemo slovenskega turizma, leto kasneje pa smo že izvedli pilotno fazo ter razglasili prve destinacije in ponudnike z znakom Slovenia Green. Sledil je dinamičen razvoj z zavidljivimi rezultati v mednarodnem merilu, ki jih razkrivamo v trajnostnem poročilu.

Kljub različnim trajnostnim izzivom in pretresom, kot je covid-19, ki so globoko zatresli turizem, nadaljujemo s svojo zeleno usmeritvijo, zapisano v Strategiji slovenskega turizma 2022–2028. Samo na ta način lahko ustvarjamo in povečujemo dodano vrednost za vse.

Tako smeje preobrazbe turizma v zeleno in mednarodne prepoznavnosti ne bi mogli doseči brez izjemno motivirane, srčne in kompetentne ekipe sodelavcev STO ter angažiranega sodelovanja vseh partnerjev. Vsem se najlepše zahvaljujem. Pred nami so novi izzivi in priložnosti. Prepričana sem, da bodo prihodnja trajnostna poročila STO pokazala, da skupaj zmoremo še več.



Ilona Stermecki, mag. mark. in prod.,
v. d. direktorice



vid



okus



tip



sluh



voh

PET

**čutil, s katerimi zaznavamo Slovenijo
in razvijamo trajnostni turizem, ki ceni
gospodarstvo, družbo in okolje.**

O trajnostnem poročanju

V Slovenski turistični organizaciji smo si načrtali pot trajnostnega turizma kot edino možno pot. Pri tem izhajamo iz lastnega delovanja in vplivanja na družbeno in naravno okolje, hkrati se zavedamo 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. Svoje upravljalvske, ekonomske, družbene in okoljske strateške pristope, aktivnosti in vplive predstavljamo v našem prvem trajnostnem poročilu, ki se nanaša na leti 2020 in 2021. Poročilo je pripravljeno v skladu z osnovno verzijo standardov GRI (Global Reporting Initiative).

Na pot priprave trajnostnega poročila smo vstopili že v letu 2020 in nadaljevali v letu 2021 z izvedbo delavnice za fokusno skupino, kjer smo identificirali naše ključne vplive (neposredne in posredne), definirali deležniške skupine in pripravili izhodišča za trajnostno poročilo. Vanj smo vključili področja, ki smo jih prepoznali kot bistvena za Slovensko turistično organizacijo in naše ključne deležnike. Poročanje je transparentno, verodostojno in vsebinsko uravnoteženo.

Za trajnostno poročanje je odgovorno najvišje vodstvo, ki sledi strategiji slovenskega turizma in v vsak del Slovenske turistične organizacije vključuje trajnostno zavedanje in delovanje. Pri pripravi trajnostnega poročila je sodelovalo več sodelavcev z različnih področij (navedeni v tabeli na strani 66).

Izvedbo trajnostnega poročila Slovenske turistične organizacije je vodila Alenka Malensek Breznik, vodja Službe za pravne, kadrovske in strokovno-tehnične zadeve, alenka.malensek-breznik@slovenia.info.

Vsebina

UPRAVLJAVSKI VIDIK 06

O Slovenski turistični organizaciji 07



30 EKONOMSKI VIDIK

31 Trajnostno poslovanje



36 DRUŽBENI VIDIK

Trajnostni odnosi do zaposlenih 37
Trajnostni odnosi z dobavitelji 41
Trajnostni odnosi do turistov in obiskovalcev 45
Trajnostni marketing in promocija 48



52 OKOLJSKI VIDIK

53 Zeleni koraki Slovenske turistične organizacije
57 Zelena shema slovenskega turizma



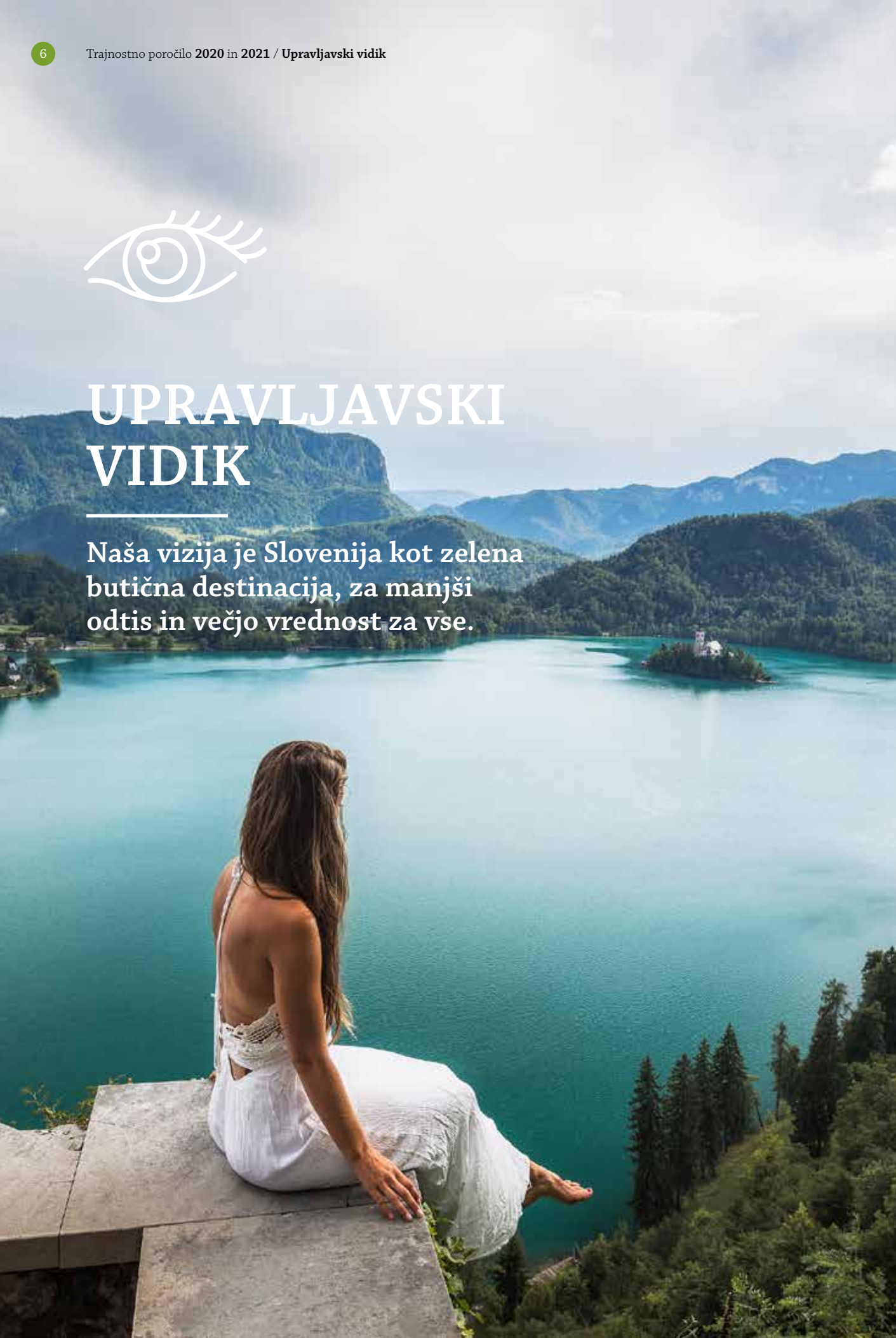
GRI kazalniki 62





UPRAVLJAVSKI VIDIK

Naša vizija je Slovenija kot zelena
butična destinacija, za manjši
odtis in večjo vrednost za vse.



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 tudi v Italiji, Avstriji in Nemčiji. Kot nacionalna turistična organizacija Slovenije je bila ustanovljena 29. 4. 1995 in je leta 2020 obeležila 25 let delovanja.

Organiziranost agencije

Organa agencije sta direktor agencije in petčlanski svet agencije. Poslovanje agencije in njenih organov urejajo 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.

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-pošta: info@slovenia.info
Spletna stran: www.slovenia.info
Odgovorna oseba: Ilona Stermecki, mag. mark. in prod., v. d. direktorice
Matična številka: 6889859000

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

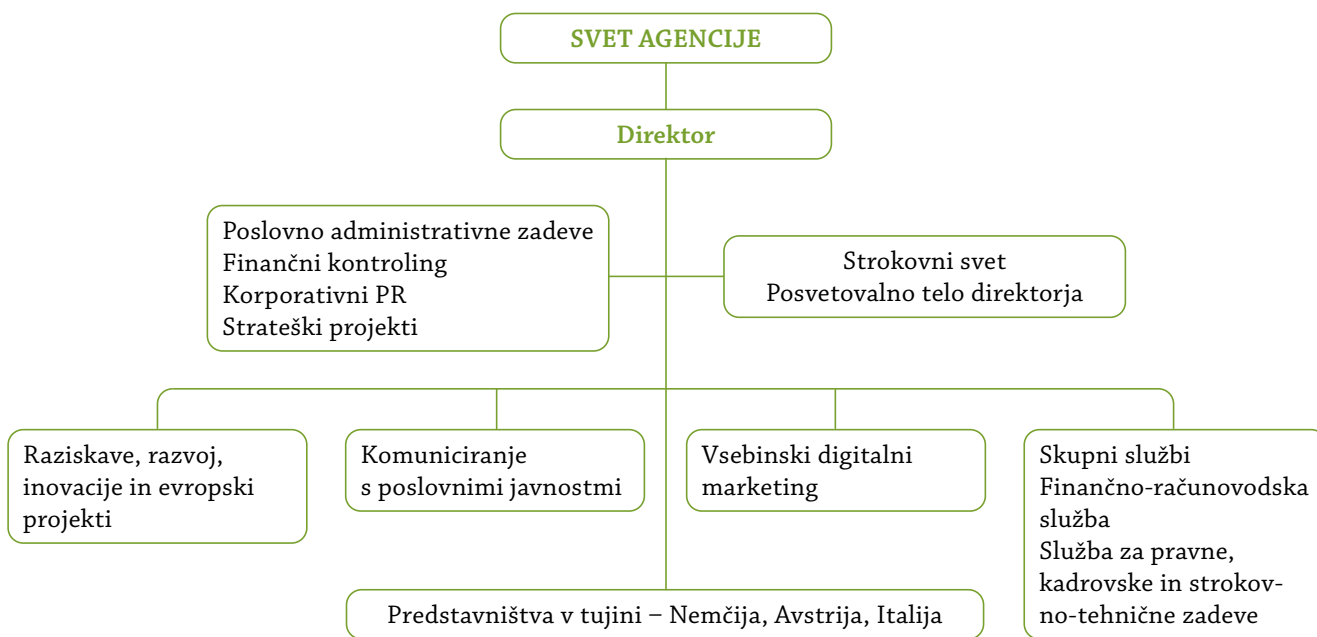
- Maruša Baus, predsednica sveta, predstavnica ustanovitelja, zaposlena na ministrstvu, pristojnem za turizem
- Ksenija Flegar, predstavnica ustanovitelja, zaposlena na ministrstvu, pristojnem za turizem
- Mojca Plaznik, predstavnica ustanovitelja, zaposlena na ministrstvu, pristojnem za turizem
- Andrej Prebil, član sveta, predstavnik Turistično gostinske zbornice Slovenije pri Gospodarski zbornici Slovenije
- Gregor Jamnik, član sveta, predstavnik turističnega gospodarstva

Od 6. 12. 2021 je v. d. direktorice Ilona Stermecki, mag. mark. in prod.
Med 1. 8. 2015 in 1. 12. 2021 je bila direktorica mag. Maja Pak.



Alenka Malenšek Breznik, vodja Službe za pravne, kadrovske in strokovno-tehnične zadeve

»K upravljanju trajnostnega razvoja pristopamo na celovit način. Pri poslovanju nas vodi skrb za okolje, družbo in gospodarski razvoj Slovenije. Delujemo na način dobrega gospodarja, z jasno strategijo in ciljno rabo sredstev za konkretne učinke v turizmu Slovenije. Še naprej se bomo zavzemali za družbeno odgovorno trženje in promocijo v turizmu ter spodbujanje okoljskega vedenja pri zaposlenih, slovenskem turističnem gospodarstvu, destinacijah, turistih in ostalih deležnikih. Kot prva zelena destinacija na svetu sledimo cilju postati 100-% zelena država.«



Organiziranost agencije v letu 2021

Dejavnosti

STO načrtuje in izvaja politike trženja celovite turistične ponudbe Slovenije, ki obsegajo naslednje aktivnosti:

- načrtovanje, priprava in izvajanje politik ter programov trženja in promocije celovite turistične ponudbe Slovenije kot turističnega območja in države Slovenije z uporabo sodobnih orodij tržnega komuniciranja;
- upravljanje trženjske znamke Slovenije kot turistične destinacije;
- vzpostavitev in upravljanje integralnega turistično-informacijskega sistema Slovenije;
- vzpostavitev in upravljanje mreže turističnih predstavništev v tujini;
- sodelovanje pri načrtovanju in izvajanju aktivnosti s partnerji na ravni turističnega območja in turističnih produktov, pomembnih na državni ravni, ter z drugimi deležniki, ki delujejo na področju trženja turistične ponudbe Slovenije;
- spremljanje, analiziranje in posredovanje tržnih informacij kot podpore za načrtovanje in trženje v turizmu;
- pospeševanje razvoja trajnostnega turizma in turističnih produktov, pomembnih na državni ravni;
- sodelovanje v mednarodnih institucijah ter razvojnih in promocijskih projektih na področju turizma.

Vizija

»Slovenija je globalna zelena butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi. Destinacija petzvezdičnih doživetij.«

Vizijo bomo uresničevali z zgodbo Slovenije kot destinacije in razvojnimi in trženjskimi aktivnostmi za posamezne turistične produkte in destinacije.

Poslanstvo

S svojim delovanjem si prizadevamo pozicionirati Slovenijo kot zeleno turistično destinacijo z jasno in prepoznavno identiteto, natančno določenimi primerjalnimi in prodajnimi prednostmi ter tako slovenskemu turističnemu sektorju konkretno pomagati pri trženju turistične ponudbe.

Vrednote

Kako delamo?



SRČNO



POVEZANO



INOVATIVNO



ZELENO



DIGITALNO



Park Škocjanske jame / foto: Jošt Gantar



Glamping ob reki Kolpi / foto: Jošt Gantar



Plečnikova Ljubljana / foto: Miran Kambič

Trajnostni turizem

Turizem je panoga, ki prispeva 10,3 % h globalnemu BDP in je v zadnjih letih presegala povprečno rast gospodarstva. Pred pandemijo je svetovni turizem zagotavljal vsako deseto delovno mesto, kar je globalno 330 milijonov delovnih mest. Turizem v Sloveniji, skupaj z vsemi povezanimi dejavnostmi, ustvarja 9,9 % BDP in zaposluje 6,5 % celotne delovne sile.

Ključni izzivi, s katerimi se sooča turizem na globalni ravni, so: zagotavljanje ustreznih turističnih ponudb vse leto in transportne povezave s poudarkom na zanesljivosti in razogljičenju, zagotavljanje kakovostnih delovnih mest, skupaj z razvojem turizma zagotavljanje in razvijanje dobrobiti lokalne skupnosti in kakovosti življenja njenih prebivalcev, zmanjšanje porabe virov in količine odpadkov, ohranjanje in dodajanje vrednosti naravni in kulturni dediščini, omogočanje dosegljivosti počitnic za vse, vzpostavitev učinkovite komunikacije med oblastmi, turisti in skupnostmi ter razvoj turizma kot orodja globalnega trajnostnega razvoja.

Soočanje s temi izzivi nas spodbuja k razvoju novih, inovativnih načinov razvoja turizma, ki vključujejo ozaveščanje turistov o odgovornih potovalnih odločitvah, večje kooperacije in sodelovanje s ključnimi deležniki. V Slovenski turistični organizaciji smo leta 2017 skupaj s partnerji iz vseh sektorjev turističnega gospodarstva sprejeli Deklaracijo o partnerstvu za trajnostno rast slovenskega turizma, kjer smo se zavezali trajnostnemu turizmu in zastavili strateške ukrepe za njegovo doseganje. Posvečamo se večjemu vključevanju lokalnih skupnosti v razvoj turizma in turizem gradimo na ravni makro in vodilnih destinacij, ki omogočajo boljše upravljanje in gradnjo lokalnega turističnega okolja. Veliko pozornosti posvečamo izobraževanju deležnikov slovenskega turističnega gospodarstva in jih vključujemo v širše trajnostne projekte za varstvo voda, zmanjšano količino odpadkov idr.

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

(UNWTO)

**Področja prioritarnih trajnostnih aktivnosti Slovenske turistične organizacije
glede na trajnostne cilje Združenih narodov do leta 2030**

- Lastna dejavnost
- Posredni vplivi

Trajnostni cilj	Trajnostne aktivnosti	Trajnostni cilj	Trajnostne aktivnosti
	● 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		● Energetska učinkovitost delovanja STO in slovenskega turističnega gospodarstva ● Trajnostna mobilnost zaposlenih STO in razvoj trajnostne mobilnosti v turističnih destinacijah ● Ogljični odtis STO, destinacij in ponudnikov
	● Izobraževanje zaposlenih v Slovenski turistični organizaciji, slovenskega turističnega gospodarstva in 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		● Ekonomska učinkovitost slovenskega turističnega gospodarstva ● Ustvarjanje spodbudnega okolja za zaposlovanje in razvoj turističnega kadra v slovenskem turizmu ● Donosnost naložb v slovenski turizem
	● 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 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
	● Spodbujanje ohranjanja naravnih izvirov zdraviliških vod in ozaveščanje o pomenu njihove vrednosti za turizem ● Promocija uporabe pitne vode iz vodovodnega omrežja za turiste med slovenskimi turističnimi ponudniki ● Prizadevanje za ohranjanje in upravljanje z naravnim vodnim bogastvom na nacionalni in lokalni ravni		● Ekonomski prispevek turizma k bruto domačemu proizvodu ● Večanje dodane vrednosti na zaposlenega v turistični industriji
			● 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 ● Izločanje plastike za enkratno uporabo iz slovenskega turizma ● Širjenje delovanja Zelene sheme slovenskega gospodarstva

Trajnostni cilj	Trajnostne aktivnosti	Trajnostni cilj	Trajnostne aktivnosti
	• Učinkovita raba energije STO in slovenskega turističnega gospodarstva • 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 • Spodbujanje uporabe vode iz pipe med zaposlenimi v STO in med turisti oziroma v slovenskem turističnem gospodarstvu • Ločeno zbiranje odpadkov STO in pri turističnih ponudnikih • Digitalizacija tiskovin za turistično promocijo • Spodbujanje vključevanja v Zeleno shemo slovenskega turizma		• Ozaveščanje o naravnem vodnem bogastvu in spodbujanje upravljanja z njim • Razvoj in promocija produkta Sonce in morje
	• Učinkovita raba energije STO in slovenskega turističnega gospodarstva • 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		• 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
			• Razpisi STO za sofinanciranje investicij slovenskega turističnega gospodarstva • Razvoj destinacijskega managementa • Povezovanje STO z globalno mrežo za trajnostne standarde v turizmu Global Sustainable Tourism Council (GSTC)

Izzivi in priložnosti slovenskega turizma

Izziv	Priložnost
1. Upravljanje turizma	Razvoj novih produktov izven sezone in na manj znanih destinacijah; investicije v novo infrastrukturo in upravljanje turizma na destinacijah.
2. Umirjanje rasti turizma	Krepitev trajnostnih rešitev in nišnega trženja ter večji fokus na razvoju in managementu.
3. Povečana rast obiskov destinacij in pritiski na kakovost izkušnje	Re-fokus – od marketinga k managementu; razvoj destinacijskega managementa s poudarkom na izkušnji, doživetju in kakovosti storitev.
4. Tehnološko inoviranje in pametna uporaba podatkov	Izboljšanje managementa dohodka in ugleda, v podporo marketinškim aktivnostim in uporabniški izkušnji.
5. Kakovost okolja in življenja – »liveability«	Nova definicija uspeha, ki v osredje postavlja trajnostni razvoj in lokalno, na način, ki prinaša koristi lokalnemu okolju.
6. Pomanjkanje kadra v slovenskem turističnem gospodarstvu	Preoblikovanje modela kadrovske politike in vzpostavitev spodbudnega okolja za izobraževanje in zaposlitev v poklicih, povezanih s turizmom.

Ključna tveganja

Turizem ima velik okoljski, kulturni, politični in ekonomski vpliv, hkrati pa na turizem vpliva več dejavnikov, ki pomenijo tudi morebitna tveganja. V Slovenski turistični organizaciji 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 izredne zdravstvene dogodke, podnebna, geopolitična in gospodarska tveganja.



Zdravstvena tveganja



Podnebna tveganja



Geopolitična tveganja



Gospodarska tveganja

Izredni zdravstveni dogodki

Pandemija oziroma epidemija v letih 2020 in 2021 je pokazala, kako ranljiv je turizem, predvsem z vidika mednarodnih potovanj. Izredni zdravstveni dogodki lahko privedejo do odpovedi rezervacij, zapiranja turističnih nastanitev in ponudbe, odliv kadrov, omejevanja gibanja in potovanj znotraj države in med državami, okrnjene dobavne verige idr. Tudi pri Slovenski turistični organizaciji smo se v letu 2020, ob začetku pandemije zaradi covid-19, soočili z vrsto sprememb in izzivov prilagajanja. Nanje smo se odzvali hitro in prilagodili naše aktivnosti. Usmerili smo se na domači trg in bližnje trge, razvili virtualne platforme za poslovne dogodke, nove oblike izobraževanja in obveščanja za deležnike v turizmu ter ostali zvesti vrednotam znamke I Feel Slovenia in viziji Slovenije kot zelene butične destinacije. Trajnostne prakse slovenskega turizma smo nadgradili z odgovornimi potovalnimi standardi slovenskega turizma in znakom Green & Safe. Naša hitra prilagoditev se je izkazala kot dragoceni kapital za ponovni zagon turizma, ko bo konkurenca na trgu velika. Dodatno podporo gospodarstvu smo zagotovili z več razpisi za sofinanciranje promocije in razvoja (za turistične agencije, turistične vodnike, vodilne destinacije).

Podnebna tveganja

Podnebne spremembe ter prilagajanje nanje so ena osrednjih tem svetovne politike in gospodarstva. Pogostejši ekstremni vremenski pojavi, spremembe podnebja, degradacija okolja z onesnaženostjo zraka, vode in tal, sušna obdobja in pomanjkanje vode, izguba pomembne biodiverzitete 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. To pomeni krajše obdobje smučarskih dni, predvsem na smučiščih z nižjo nadmorsko višino. Ponudbo je zato treba prilagajati vse daljšemu obdobju brez snega. Mnogi ponudniki to že počnejo. V Slovenski turistični organizaciji veliko pozornosti posvečamo trajnostnemu razvoju turizma, tudi z Zeleno shemo slovenskega turizma, kjer pozornost dajemo ohranjanju naravnega okolja in razvijamo 5-zvezdična doživetja z visoko dodano vrednostjo. Prav tako z različnimi projekti in razpisi slovensko turistično gospodarstvo spodbujamo k trajnostni rasti in ponudbi, z upoštevanjem razvoja turizma v skladu s kazalniki varovanja naravnega in družbenega okolja.

Geopolitična tveganja

Mednarodni ali notranje 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 ene najvarnejših držav sveta za potovanje, vendar pa lahko hitro spreminjajoče se razmere na svetu močno vplivajo tako na varnost bivanja kot na pripravljenost in možnosti potovanja. Zato v Slovenski turistični organizaciji prepoznavamo tudi ta tveganja kot ene ključnih in jih bomo tudi v prihodnje upoštevali pri pripravi načrtov odzivanja na tveganja.

Gospodarska tveganja

Gospodarsko stanje in kupna moč prebivalstva in turistov je eno pomembnih tveganj, ki jih prepoznavamo, saj vplivajo na razpoloženje in finančne zmožnosti za potovanje. Gospodarske krize, višanje cen energentov in surovin ter težave pri dobavnih verigah pomembno vplivajo tudi na turistično gospodarstvo in njegovo zmožnost delovanja, zagotavljanja kakovostne ponudbe, ustreznega kadra, zmožnosti za investicije in razvoj ter ustvarjanje dodane vrednosti. V Slovenski turistični organizaciji 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 omogočimo 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.

Strategija slovenskega turizma

Slovenska turistična organizacija si od začetka delovanja prizadeva za razvoj butičnega, nemnožičnega turizma, ki prinaša pozitivne družbene in ekonomske učinke. Partnerje s sistemskimi rešitvami spodbujamo k ohranjanju okolja, ki v turizmu predstavlja ključno vrednoto. Dejstvo je, da brez načrtnega trajnostnega razvoja Slovenija dolgoročno ne more zagovarjati vrednosti za lokalno prebivalstvo, turistično gospodarstvo in gosta.

Že v letu 2012 smo se ob pripravi nacionalne strategije turizma z vsemi ključnimi partnerji slovenskega turizma zavezali, da bo turizem v Sloveniji v celoti temeljil na trajnostnem razvoju. Soudeleženci in sooblikovalci slovenskega turizma smo v zadnjih nekaj letih dosegli izjemno široko soglasje o tem, da mora postati ves turistični razvoj trajosten. To pomeni okolju prijazen, zaščitniški do nacionalne in lokalne kulture ter usmerjen v vzdrževanje socialnega ravnotežja v smislu blaginje za vsakega posameznika, družbo in državo. Zato intenzivno razvijamo trajnostni turizem, za kar smo bili večkrat mednarodno nagrajeni. Prizadevamo si za razvoj in trženje po načelih povezanosti, digitalizacije in inovativnosti.

Izvajamo ukrepe za trajnostni razvoj slovenskega turizma ter razvijamo in promoviramo Zeleno shemo slovenskega turizma, ki predstavlja nacionalni program in certifikacijsko shemo, ki pod krovno znamko Slovenia Green združuje prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji, destinacijam in ponudnikom ponuja konkretna orodja za oceno in izboljšanje trajnostnega delovanja ter ga z znamko Slovenia Green tudi promovira.

V letu 2020 je bila ena ključnih aktivnosti, kot odgovor na pandemijo bolezni covid-19, priprava odgovornih potovalnih standardov z znakom Green & Safe. Slednji predstavljajo zavezo odgovornemu, zelenemu in varnemu turizmu, z njim označujemo in poudarjamo visoke higienske standarde in protokole ter trajnostna priporočila za turistične ponudnike in destinacije. V ta namen smo pripravili priročnik za odgovorno, varno in trajnostno poslovanje ponudnikov in destinacij, ki ga bomo redno posodabljali in nadgrajevali.

Leta 2012 smo se z vsemi ključnimi partnerji zavezali, da bo slovenski turizem v celoti temeljil na trajnostnem razvoju.



Najbolj pereča vprašanja s področja trajnostnega razvoja pogumno obravnavamo in jih bomo v obliki merljivih ciljev vrednotili tudi v prihodnjih letih. V pripravi je načrt, ki se loteva izzivov:

- zmanjšanje odpadkov s poudarkom na plastiki za enkratno uporabo,
- večanje deleža lokalnih in sezonskih jedi v hotelski in gostinski ponudbi,
- krepitev sodelovanja med deležniki pri načrtovanju turizma, s poudarkom na prebivalcih.

100 %

**vključenih destinacij v
Zeleno shemo slovenskega
turizma je naš cilj.**

Cilje snujemo na nacionalni ravni, in sicer tako, da celotno turistično gospodarstvo motiviramo in nagradujemo. V letu 2021 so destinacije, ki so v okviru Zelene sheme slovenskega turizma pridobile znak Slovenia Green, pokrivalo skoraj 90 % vseh turističnih prihodov. V prihodnjem strateškem obdobju nadalje sledimo cilju postati 100-% zelena država.

V skladu s svojimi vrednotami delovanja krepimo in razvijamo področje trajnostnega razvoja, vključno z zdravjem in blaginjo države, 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« spodbujamo trajnostni razvoj turizma tudi na evropski ravni. V letu 2020 je bil na pobudo Slovenske turistične organizacije v okviru Evropske potovalne komisije (European Travel Commission) ustvarjen okvir za vzpostavitev Evropske zelene sheme.

**Naša zaveza je
trajnostni turizem.**

Okolju prijazen, zaščitniški do nacionalne in lokalne kulture ter usmerjen v vzdrževanje socialnega ravnotežja v smislu blaginje za vsakega posameznika, družbo in državo.

Delovanje in cilji Slovenske turistične organizacije izhajajo iz usmeritev Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 in temeljnih usmeritev Strategije razvoja Slovenske turistične organizacije za obdobje 2016–2020. V letu 2021 smo kot eden ključnih deležnikov soustvarjalno pristopili k oblikovanju nacionalne Strategije slovenskega turizma 2022–2028, katere naročnik je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo (MGRT).

Predstavljamo razvojne cilje preteklosti strategije slovenskega turizma v letih 2017–2021 in njihovo realizacijo. Pandemija covid-19 je leta 2020 zaustavila uresničevanje s strategijo zastavljenih turističnih ciljev in terjala osredotočenje na krizne ukrepe, zato je upoštevana realizacija ciljev do leta 2019.

Razvojni cilji 2021	Realizacija 2019	% realizacije
Priliv iz naslova izvoza potovanj: 3,7–4 milijarde EUR	2,75 milijarde EUR	69–74
5–5,5 milijona turističnih obiskov	6,2 milijona	113–125
16–18 milijonov nočitev	15,8 milijona	88–99
Povprečna dolžina bivanja 3,1–3,4 dneva	2,5 dneva	74–82
18.000–22.000 novih sob, od tega v hotelskem sektorju 8.500 prenovljenih in 6.500 novih sob	+ 10.227 glede na 2015, od tega rast v hotelih le + 0,3 %	47–57
Povečanje zaposlovanja za polni delovni čas v turističnem sektorju na 12.000 zaposlenih	11.086 (delovne ure, sektor I55 – gostinska dejavnost)	92

Med turističnimi politikami je Slovenija v preteklem strateškem obdobju najbolj uspešno izvajala trženjsko, najslabše pa politiko razvoja kadrov in usmerjanja naložb v nastanitve in drugo turistično infrastrukturo. Slednja elementa pa sta bistvena za doseganje višje dodane vrednosti in trajnostne konkurenčnosti v turistični dejavnosti, zato bomo v novem strateškem obdobju veliko pozornosti namenili razvoju kadrov in ustvarjanju spodbudnega okolja za izobraževanje in zaposlovanje v poklicih, povezanih s turizmom.

Ključni cilji Slovenske turistične organizacije:

- Povečanje prepoznavnosti in ugleda Slovenije kot turistične destinacije pod znamko I feel Slovenia.
- Trajnostna rast s krepitvijo prihodov in prenočitev skozi vse leto (365 dni slovenskega turizma).
- Geografska razpršitev tokov po vsej Sloveniji (tudi s podporo udejanjanja koncepta štirih makro destinacij).
- Povečanje porabe (podaljšanje povprečne dobe bivanja in porabe ter krepitev produktov z višjo dodano vrednostjo).
- Osredotočanje na zahtevnega obiskovalca, ki išče kakovostna, raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi.

Leti 2020 in 2021 je močno zaznamovala pandemija covid-19, zaradi katere je bil turizem ena najbolj ogroženih gospodarskih panog. Slovenski turizem se je soočil z največjo krizo doslej. V Sloveniji so turistični prihodi leta 2020 glede na leto 2019 upadli za 70 %, kar Slovenijo uvršča med bolj prizadete države. V letu 2021 smo zato spremenili način trženja in se usmerili na domači trg. Izkoristili smo priložnost in kapital, ki ga ima Slovenija kot uveljavljena trajnostna destinacija, ter se usmerili v digitalno in trajnostno transformacijo slovenskega turizma. Oblikovali smo Načrt okrevanja in odpornosti slovenskega turizma 2020–2023, ki je podlaga za novo turistično strategijo, katere obdobje bo sovpadlo z dobo okrevanja in zajema 5 stebrov:

- zagotavljanje varne, trajnostne in atraktivne izkušnje,
- ublažitev posledic krize in prilagoditev poslovanja,
- razumevanje potrošnikov in nova segmentacija,
- maksimiranje uporabe digitalne tehnologije,
- grajenje odnosov s turisti in lokalnimi skupnostmi.

365

**dni slovenskega turizma
je eden izmed ciljev
Slovenske turistične
organizacije.**

**Naš največji kapital je
zelena in trajnostno
usmerjena Slovenija.**

Načrt okrevanja in odpornosti slovenskega turizma 2020–2023



Nova realnost

Zagotavljanje varne, trajnostne in atraktivne izkušnje

- Oblikovanje in uvedba varnostnih standardov Green & Safe
- Realizacija vizije trajnostnega razvoja
- Re-design doživetij



Re-set turizma

Ublažitev posledic krize in prilagoditev poslovanja

- Vladni paketi pomoči
- Vključitev v Nacionalni načrt okrevanja in odpornosti
- Prilagoditve poslovanja podjetij



Turisti po covidu-19

Razumevanje potrošnikov in nova segmentacija

- Nova segmentacija turistov
- Raziskave



Turizem 5.0

Maksimiranje uporabe digitalne tehnologije

- Digitalizacija poslovanja
- Digitalne platforme za učinkovitejšo trženje
- Upravljanje turističnih tokov

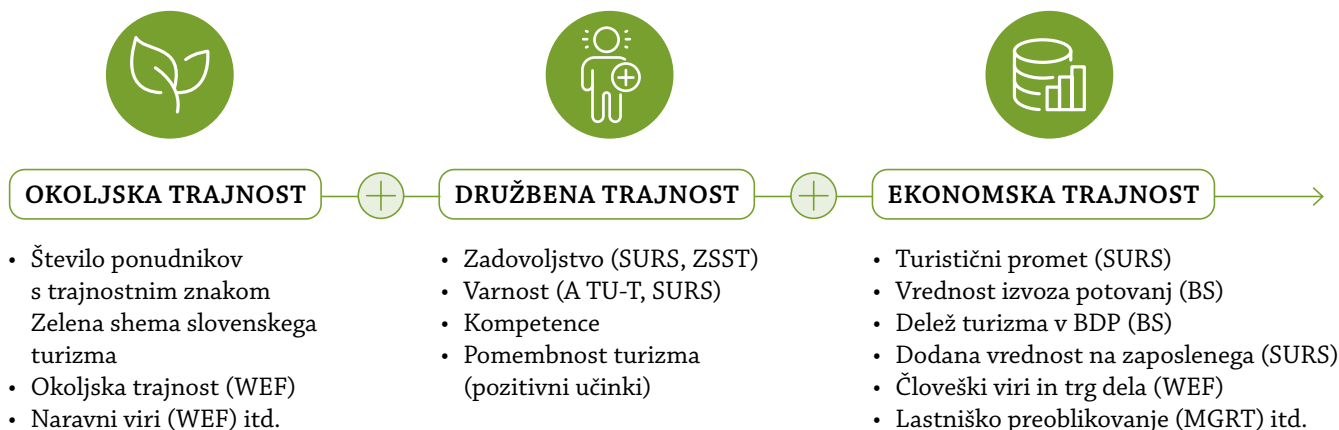


Marketing

Grajenje odnosov s turisti in lokalnimi skupnostmi

- Prilagojene vsebine, kanali in pozicioniranje
- Bližnji trgi
- Kampanja Moja Slovenija
- Povezovanje deležnikov

Uravnoteženi kazalniki trajnostnega turizma v novi realnosti



Strateški pristop pri trženju slovenskega turizma

Jasno in preprosto razumljivo komuniciranje posebnosti in edinstvenosti države je eden temeljnih pogojev za uspešnost na turističnem trgu. V skladu s strateškim pristopom smo v podporo slovenskemu turizmu vzpostavili štiri tržno logične »turistične izkustveno-produktne grozde oziroma makro destinacije«. Osnovane so na geografsko zaokroženih enotah, ki si delijo enako ali podobno ponudbo oziroma produkte in so prepoznavne na globalni ravni. Slovenska turistična organizacija skrbi za koordinacijo makro destinacij.

V okviru makro destinacij deluje 35 vodilnih destinacij, ki so ključni subjekti slovenskega turizma na destinacijski ravni. Gre za destinacije, ki so vodilne glede na obseg prenočitev v posamezni makro destinaciji, in njihov vpliv na ustvarjanje podobe/prepoznavnosti makro destinacije in s tem Slovenije – praviloma je opredeljenih od šest do deset vodilnih destinacij na makro destinacijo. S ciljem, da so informacije o destinacijskih zavodih na voljo tudi zainteresiranim poslovnim javnostim, jih s soglasjem destinacij objavljamo v okviru poslovnih strani osrednjega slovenskega turističnega portala Slovenia.info: <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/vodilne-destinacije>.

V sodelovanju z destinacijami, produktnimi združenji in ponudniki izpostavljamo ključne produkte slovenskega turizma in intenzivno sodelujemo z vsemi institucijami s področja turizma, kot so Turistično gostinska zbornica Slovenije, Obrtna zbornica Slovenije, Turistična zveza Slovenije, Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč, Zavod kongresno turistični urad in GIZ Slovenia Outdoor, prav tako z drugimi institucijami, resornim in drugimi ministrstvi, veleposlaništvu v tujini in drugimi s turizmom povezanimi institucijami.

4

makro destinacije

35

vodilnih destinacij

- Termalna Panonska Slovenija
- Osrednja Slovenija in Ljubljana
- Mediterska in Kraška Slovenija
- Alpska Slovenija



Na nacionalni ravni je identificiranih deset vodilnih turističnih produktov, ki so opredeljeni kot nosilni v posameznih izkustvenih makro destinacijah:

- Počitnice v gorah in »outdoor«
- Poslovna srečanja in dogodki
- Zdravje in dobro počutje
- Doživetja narave
- Gastronomija
- Kultura
- Sonce in morje
- Športni turizem
- Krožna potovanja
- Turizem na podežελju

Za posamezni produkt smo v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 opredelili tudi vizijo in ključne ukrepe.

Trajnost in turistični produkti

Ključne produkte slovenskega turizma povezujemo z naravnimi danostmi in kulturno dediščino za kakovostno doživetje Slovenije in njenih destinacij, zato razvijamo in spodbujamo inovativne 5-zvezdične in trajnostne pristope ter stremimo k ohranjanju naravnega okolja in kulturne dediščine.

Butični turizem

Slovenski turizem sledi skupni viziji Slovenije kot zelene butične destinacije. Osnovo vizije predstavljajo visokokakovostna, razlikovalna, avtentična, zelena doživetja, z lokalnim karakterjem, izredno dodelanim pristopom in storitvijo ter z močno izraženo izkustveno in osebno noto. Produkti butičnega turizma se izražajo in spodbujajo preko znamke kakovosti Edinstvena doživetja Slovenije ter pozivov za prejem priznanj sejalec in snovalec.

V luči večje osredotočenosti na okrevanje in ponovno rast slovenskega turizma smo v letu 2021 prenovili in združili obstoječe pozive za 5-zvezdična doživetja ter Snovalec in Sejalec v en poziv. Zaradi nujnosti po osredotočenosti na visokokakovostna doživetja z močnim trženjskim potencialom se poziv za edinstvena doživetja Slovenije usmerja na doživetja, ki so že uveljavljena na trgu, in ki bodo v najkrajšem možnem času lahko prinesla dodano vrednost slovenskemu turizmu.

Edinstvena doživetja Slovenije sledijo opredeljenemu konceptu in izpolnjujejo 10 sklopov kriterijev 5-zvezdičnosti. Z vključitvijo v izbrano zbirko, ki se trži pod znamko kakovosti Slovenia Unique Experiences (SUE) podpirajo zgodbo zelene butične Slovenije in znamke I feel Slovenia. Strokovna komisija doživetja oceni po obstoječih kriterijih, najprej spletno in nato še terensko. Terensko komisija oceni le doživetja, ki so prejela skupno oceno najmanj 8,0. Doživetja, ki se uvrstijo v zbirko Slovenia Unique Experiences, strokovna komisija dodatno presoja z izkušnjo doživetja v praksi v naslednjih elementih: trajnost, avtentičnost, edinstvenost, inovativnost ter tržni potencial doživetja. Naziv sejalec prejme doživetje z najvišjo skupno oceno, naslednji dve doživetji po seštevku povprečne ocene pa prejmeta naziv sejalec finalist. Sejalec in največ dva finalista prejmejo tudi finančna sredstva, namenjena aktivnostim trženja ter aktivnostim produktne ali procesne digitalizacije.

Več kot desetletje spodbujamo inovativnost v slovenskem turizmu ter podpiramo razvoj inovativnih produktov in inventivnih projektov. Do leta 2020 smo inovativnost v turizmu spodbujali preko pozivov Sejalec in Snovalec, ki smo ju v letu 2021 združili s pozivom za Edinstvena doživetja Slovenije.

Priznanje sejalec smo podelili za ustvarjalne in inovativne dosežke v slovenskem turizmu tistim inovacijam, ki so že uresničene in uspešno prispevajo k večji prepoznavnosti turistične ponudbe Slovenije. S podelitvijo priznanja snovalec pa smo podprli uresničevanje ustvarjalnih, inventivnih in inovativnih idej s področja turizma tistih, ki za uresničitev turističnih zamisli iščejo potrditev, da so na pravi poti. Nagrajenci so prejeli finančno, promocijsko in strokovno podporo.



**Edinstvena doživetja
Slovenije (Slovenia
Unique Experiences)**



SNOVALEC

Slovenska turistična organizacija



Svetovna naravna in kulturna dediščina UNESCO

Slovenija je bogata z biseri naravne in kulturne dediščine. Nekateri izmed njih predstavljajo pomemben kamenček v mozaiku svetovne dediščine človeštva in sodijo pod okrilje UNESCO. Slovenija se pojavlja tudi v drugih programih UNESCO, in sicer v svetovni mreži biosfernih območij, svetovni mreži geoparkov, na UNESCOVEM seznamu pisne kulturne dediščine Spomin sveta in na Seznamu mednarodno pomembnih mokrišč.

Na UNESCOVEM seznamu svetovne dediščine so naslednje slovenske znamenitosti:

- naravne znamenitosti: Škocjanske jame, gozdna rezervata Pragozd Krokar in Snežnik-Ždrocle,
- kulturne znamenitosti: Idrija – nekdanji rudnik živega srebra Antonijev rov, Ljubljansko barje – koliščarji,
- nesnovna kulturna dediščina: Škofjeloški pasijon, obhodi kurentov, klekljanje čipk v Sloveniji, suhozidna gradnja,
- biosferna območja: Julijske Alpe, Kras, Kozjansko in Obsotelje, rezervat reke Mure,
- geoparki: čezmejni geopark Karavanke/Karawanken, geopark Idrija,
- Spomin sveta – pisna kulturna dediščina: Supraseljski kodeks – starocerkvenoslovanski rokopis v cirilici,
- mednarodno pomembna mokrišča: Cerknisko jezero, Sečoveljske soline, Park Škocjanske jame.

18

slovenskih znamenitosti
je vključenih na seznam
UNESCO.



Škocjanske jame / foto: Jošt Gantar



Rudnik živega srebra Idrija / foto: Marko Šinkovec



Ljubljansko barje / foto: Jošt Gantar



Škofjeloški pasijon / foto: Jure Nastran



Suhozidna gradnja, Živi muzej Krasa / foto: Borut Lozej



Klekljanje čipk v Sloveniji / foto: Marco Coppo



Pot miru, Javorca / foto: Jošt Gantar



Kurenti / foto: Marko Pigac

Evropske destinacije odličnosti

Projekt Evropske destinacije odličnosti (European Destinations of Excellence) spodbuja razvoj trajnostnega turizma v Evropi in v ospredje postavlja manjše, a zanimive destinacije, ki ponujajo pristna doživetja in omogočajo odkrivanje bogate lokalne turistične ponudbe. V mrežo se vsaki dve leti vključijo nove destinacije – zmagovalke, ki se lahko pohvalijo z najbogatejšo turistično ponudbo glede na tematiko, spreminjajočo z vsakim razpisom. V preteklosti so bile izbrane destinacije z raznolikih področij, kot so gastronomija, kulturni turizem, turizem dobrega počutja idr.

Namen mreže Evropskih destinacij odličnosti je povečati prepoznavnost nastajajočih evropskih destinacij, olajšati izmenjavo dobrih praks po vsej Evropi in spodbujati sodelovanje med izbranimi destinacijami, ki se nahajajo v 27 državah članicah EU in državah kandidatkah. Njihova ključna značilnost je zavezanost socialni, kulturni in okoljski trajnosti. Destinacije iz Slovenije so se za naziv evropske destinacije odličnosti prvič potegoval v letu 2008. Do zdaj je naziv odličnosti prejelo osem slovenskih destinacij, petnajst pa se jih je uvrstilo v finale izbora. Naziv odličnosti so do sedaj prejele destinacije Koper, Podčetrtek, Soča, Goriška Brda, Kolpa, Solčavsko, Idrija in Laško. Do vključno leta 2019 je nacionalni izbor organizirala STO, od takrat naprej izbor neposredno izvaja Evropska komisija, ki na ravni EU izbere eno destinacijo odličnosti. Eden od devetih izbranih posameznikov, ambasadorjev projekta EDEN, je prof. dr. Janez Bogataj, slovenski etnolog in umetnostni zgodovinar. Glavni cilj ambasadorjev je spodbuditi javno osveščenost trajnostnega razvoja turizma in njegova promocija.



8

**slovenskih destinacij
je že prejelo naziv
odličnosti.**

I FEEL SLOVENIA

Krovna turistična
blagovna znamka
Slovenije je
I feel Slovenia.



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

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



Green & Safe označuje visoke higienne standarde in protokole ter trajnostna priporočila za turistične ponudnike in destinacije.



Slovenia Unique Experiences je oznaka za edinstvena 5-zvezdična doživetja. Nosilec znaka zagotavlja, da je njegova ponudba lokalna, avtentična, edinstvena, izkustvena, butična, trajnostno zelena in premium kakovosti.

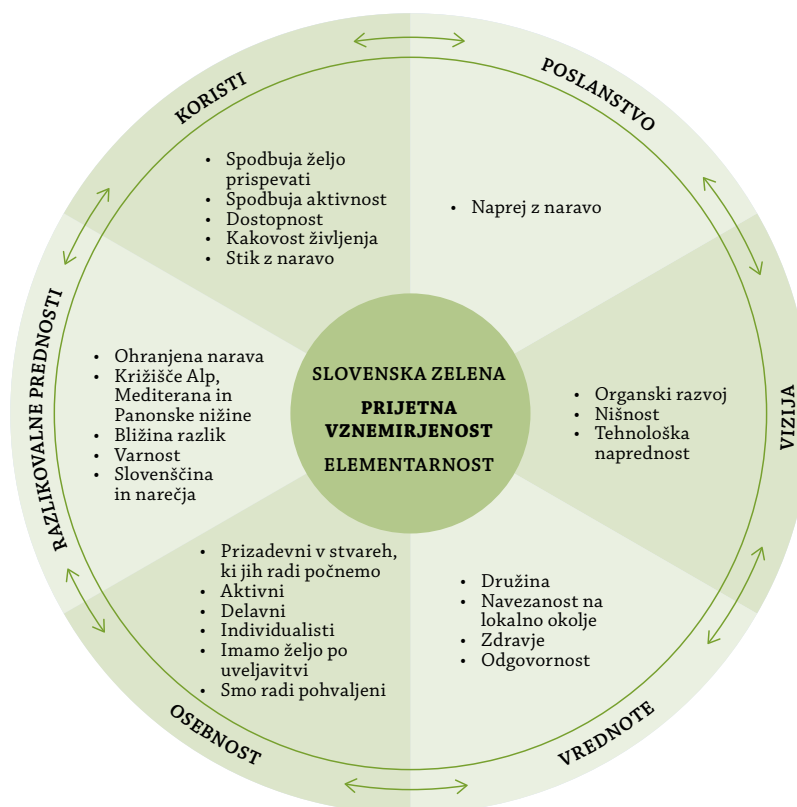
#myway

Za komunikacijo na tujih trgih kot osnovno komunikacijsko sporočilo uporabljamo »I feel Slovenia – MY WAY«.

Moja Slovenija

Na domačem trgu uporabljamo »Zdaj je čas. Moja Slovenija«.

Jedro in poslanstvo
turistične znamke I feel
Slovenia



Članstvo v združenjih

Slovenska turistična organizacija je aktivna članica Market Intelligence Committee v okviru Evropske potovalne komisije (European Travel Commission (ETC)), kar nam je omogočilo neposreden vpliv na 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 2017–2021.

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, ki delujejo na naših ključnih trgih in s pomočjo katerih lahko razvijamo svoje kompetence in širimo povezave. Med drugim 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.

S področja 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.

Trajnostni odnosi z deležniki

Ključne deležnike identificiramo na podlagi vplivov, ki jih imajo za slovenski turizem in Slovensko turistično organizacijo ter odnose z njimi razvijamo z vidika obojestranskih interesov. Prepoznani so ključni deležniki:

- zaposleni v Slovenski turistični organizaciji,
- vladni organi, kot so Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Ministrstvo za okolje in prostor, Ministrstvo za infrastrukturo in drugi,
- vodilne destinacije (35 destinacij),
- slovensko turistično gospodarstvo in vodilni subjekti turističnega gospodarstva, kot so razna produktna in panožna združenja (npr. Turistično gostinska zbornica Slovenije, Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč, Združenje zgodovinskih mest Slovenije, Skupnost občin Slovenije idr.),
- turisti,
- lokalno prebivalstvo,
- mednarodne organizacije, kot so Virtuoso, certificirani potovalni specialisti za Slovenijo (IFS Akademija), Evropska potovalna komisija in Green Destinations,
- domači in tuji mediji, vplivneži, ambasadorji, nevladne organizacije, strokovne organizacije.

Ker se zavedamo pomena partnerskega sodelovanja za razvoj trajnostnega turizma, med slovenskim turističnim gospodarstvom vsako leto izvajamo anketo o zadovoljstvu z delom Slovenske turistične organizacije, ki nam služi kot pokazatelj uspešnosti našega dela. V letu 2020 je bilo na splošno z našim delom zadovoljnih 78 % respondentov, v letu 2021 pa 81 %. Med pozitivnimi vtisi sodelovanja izstopajo predvsem kakovost podanih informacij, proaktivnost, odzivnost in prilagodljivost ter profesionalnost zaposlenih.

EUROPEAN
TRAVEL
COMMISSION



REPUBLIKA SLOVENIJA
STATISTIČNI URAD



Österreichischer
Verein für Touristik
oevt.info



81 %

respondentov je bilo
v letu 2021 z našim
delom na splošno
zadovoljnih.



Slovenski paviljon na svetovni razstavi EXPO v Dubaju

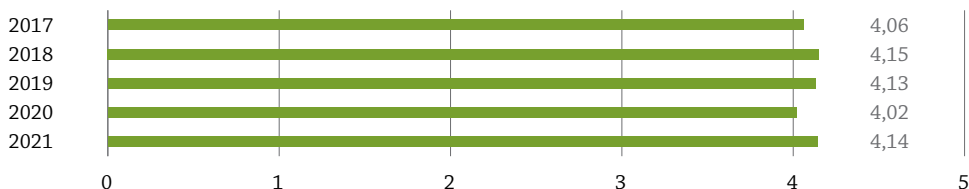


Turistični sejem

Splošno zadovoljstvo slovenskega turističnega gospodarstva z delom Slovenske turistične organizacije na 5-stopenjski lestvici v letih 2017–2021

4,14

je stopnja zadovoljstva slovenskega turističnega gospodarstva z delom STO v letu 2021.



193

respondentov je sodelovalo v anketi za matriko bistvenosti.

Matrika bistvenosti

Na podlagi stebrov, ki so pomembni za Slovensko turistično organizacijo, in deležniških skupin smo definirali ključne kategorije, ki so osnova za merjenje pomembnosti različnih vidikov za Slovensko turistično organizacijo in njene deležnike. Za prvo matriko bistvenosti smo decembra 2021 najprej izvedli strokovno delavnico, na kateri smo definirali ključne vsebine tako za Slovensko turistično organizacijo kot deležnike. Med 21. 2. in 7. 3. 2022 smo elektronsko anketirali ključne deležnike (brez turistov in lokalnega prebivalstva). Sodelovalo je 193 respondentov.

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

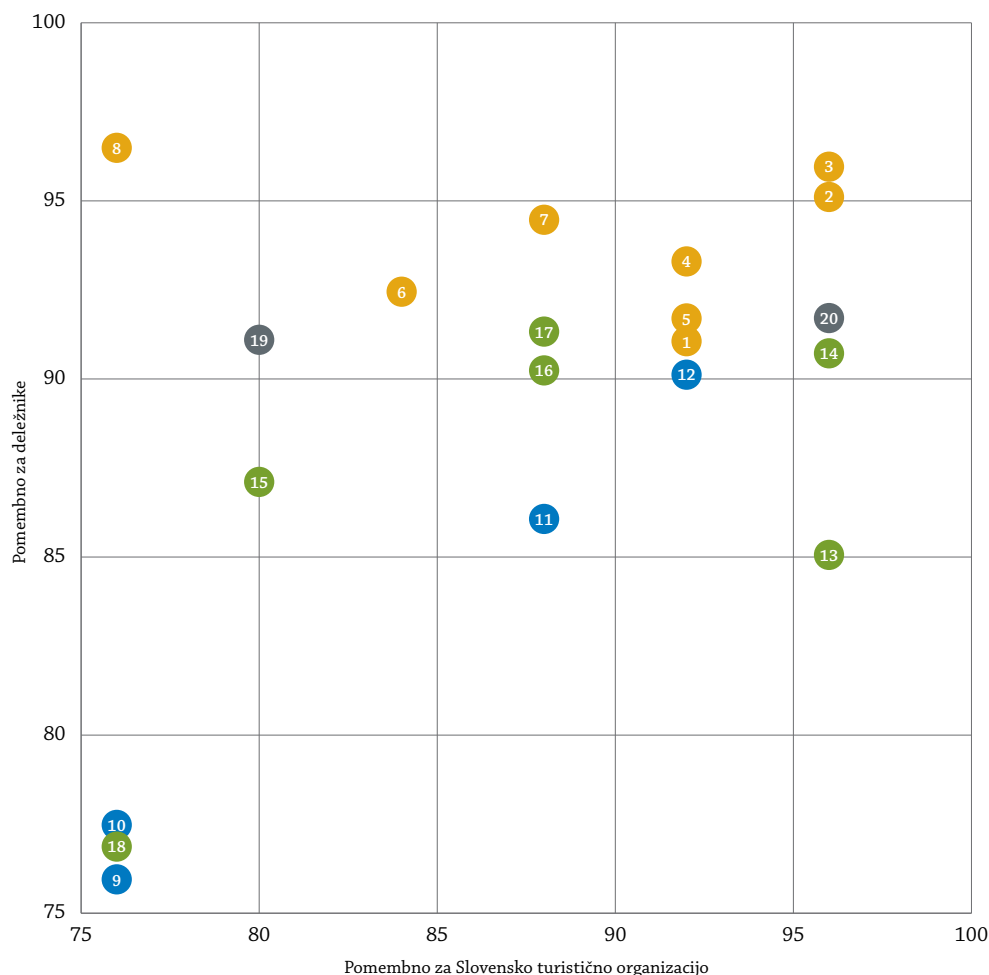
Na področju naravnega okolja Slovenska turistična organizacija daje večji pomen brezogljičnosti, deležniki pa ohranjanju biotske raznovrstnosti. Oboji poudarjajo zmanjšanje plastike za enkratno uporabo v slovenskem turističnem gospodarstvu in destinacijah.

Z vidika 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 STO.

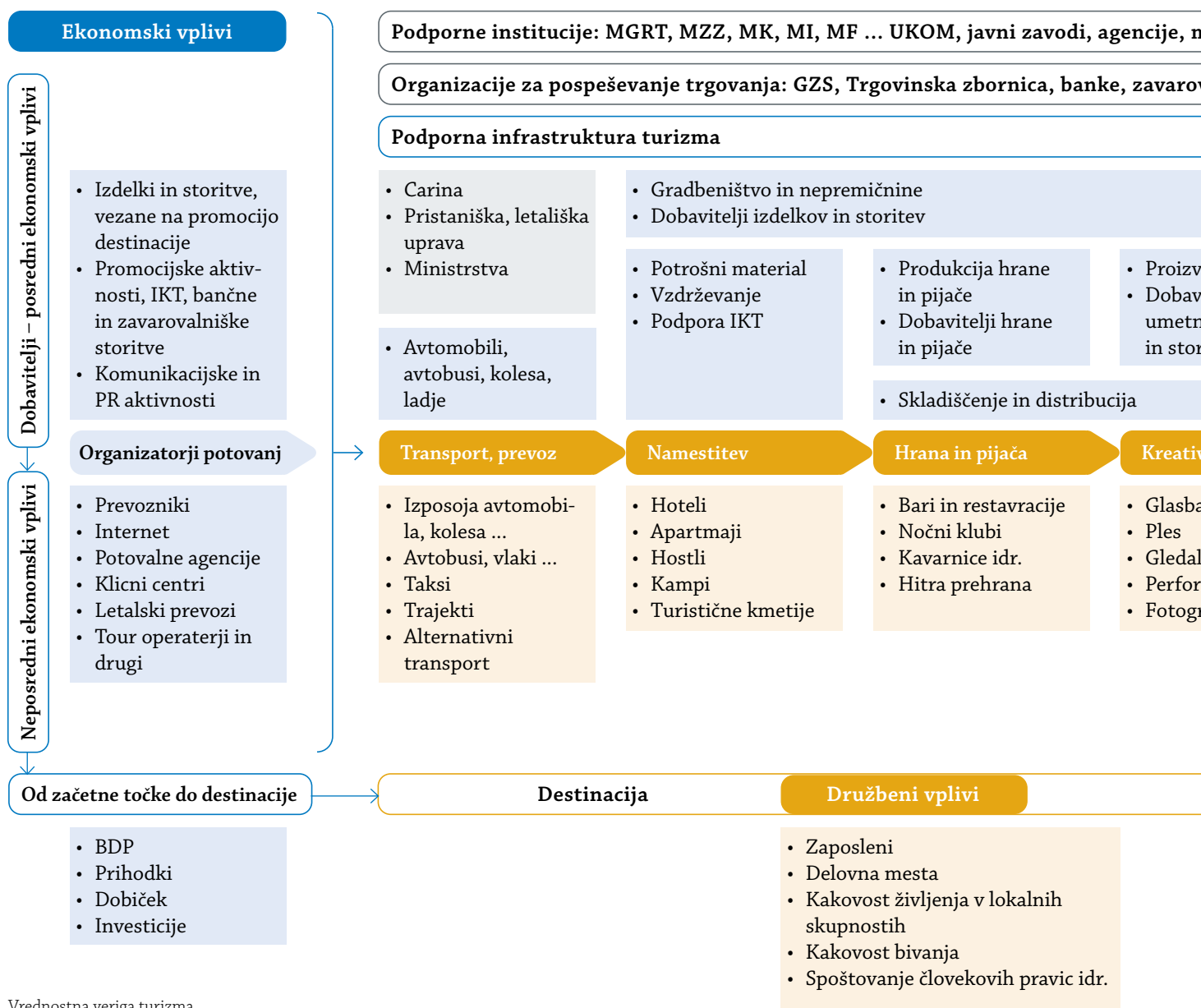
Matrika bistvenosti

Št.	Področje
Upravljanje Slovenske turistične organizacije	
1	STO, njeno vodstvo in zaposleni imajo visok strokovni ugled.
2	V svoje dejavnosti tesno vključujemo deležnike (turistično gospodarstvo in druge).
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.

Št.	Področje
Naravno okolje	
13	Delujemo v smeri brezogljičnosti (turistične dejavnosti, mobilnosti idr.).
14	Prizadevamo si za zmanjšanje plastike za enkratno uporabo v slovenskem turističnem gospodarstvu in destinacijah.
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.

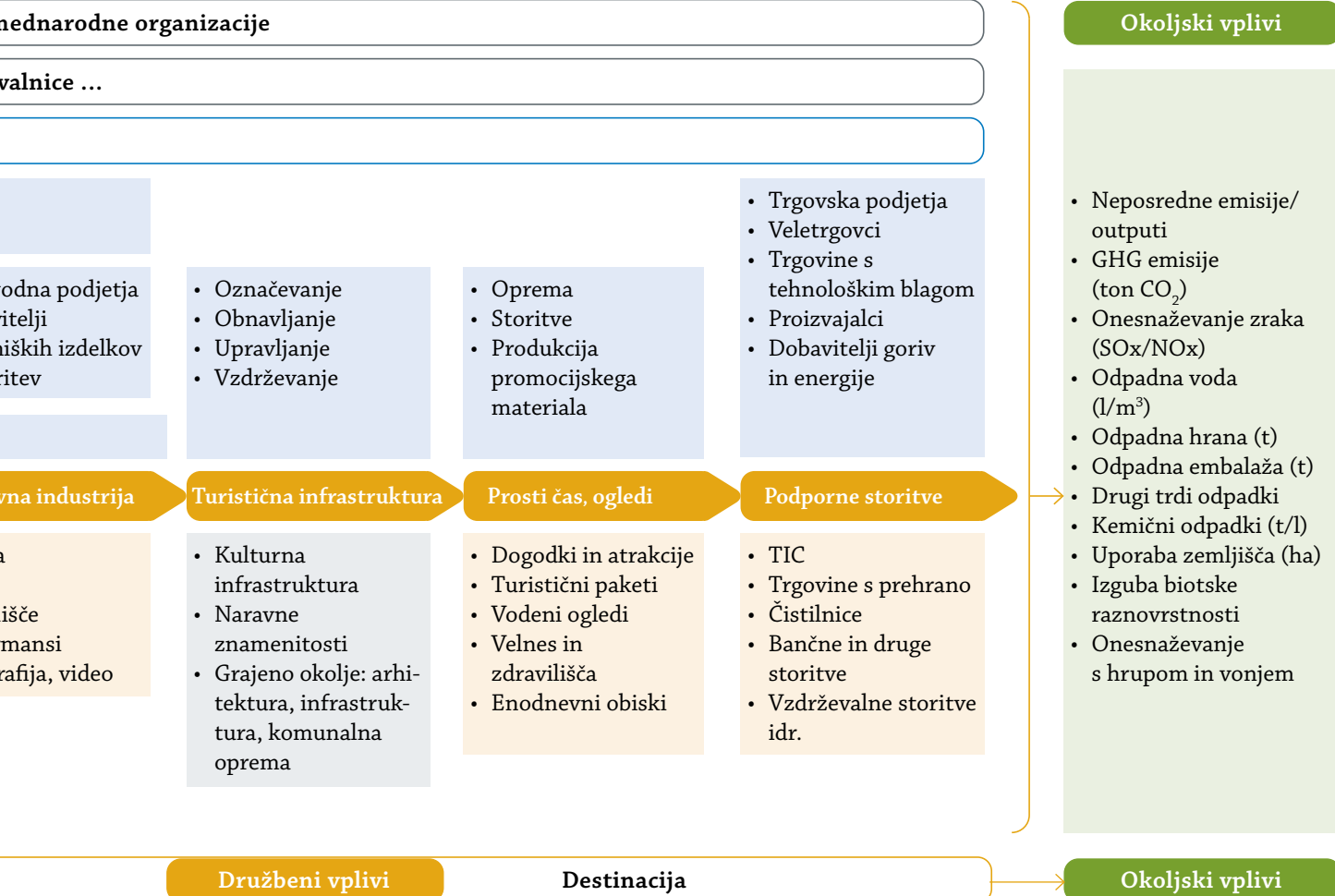


Trajnostni vplivi in meddeležniški odnosi v turizmu



Vrednostna veriga turizma

Turistična panoga ob ključnih akterjih turistične dejavnosti združuje razvejan sistem deležnikov iz številnih dejavnosti. Shema prikazuje izjemno kompleksnost ekonomskih, družbenih in okoljskih vplivov turizma.



Cilji v odnosu do ključnih deležnikov

Cilji v odnosu do ključnih deležnikov do leta 2028 in komunikacijska orodja

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

Deležnik	Cilji	Komunikacijska orodja
Turisti 	14,4 milijona vseh prenočitev 4,7 milijona prihodov vseh gostov 3 dni povprečna doba bivanja vseh turistov 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 Vzpostavitev nacionalnega informacijskega središča za merjenje učinkov turizma Vzpostavitev sistema za upravljanje turističnih tokov Ponuditi mobilno aplikacijo za izbiro zelene destinacije s čim nižjim ogljičnim odtisom namesto aplikacije načrtovanja potovanj Ustvarjanje trajnostne in butične ponudbe za 5-zvezdična doživetja Slovenija kot prva izbira za trajnostne počitnice	Slovenski turistični portal www.slovenia.info Mesečni novičnik Oglaševalske kampanje Družbeni mediji in komuniciranje prek platform za sporočanje Prireditve in dogodki Promocijske publikacije (tiskane in digitalne) Anketa o zadovoljstvu
Lokalno prebivalstvo 	Vključevanje lokalnih virov v turistično ponudbo posamezne destinacije Vključevanje naravne in kulturne dediščine v turistično ponudbo destinacije Povezovanje turizma s kmetijstvom in gospodarstvom v lokalnem okolju Krepitev sodelovanja prebivalcev pri načrtovanju turizma v destinaciji	Slovenski turistični portal www.slovenia.info Mesečni novičnik Prireditve in dogodki 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 Vključevanje dobrih praks slovenskega trajnostnega turizma v mednarodnem merilu – Slovenija kot zgled trajnostnega turizma Trudili se bomo povečati študijske ture turističnih organizatorjev in turističnih agentov, tako da bomo zmanjšali ogljični odtis za 20–30 %, in sicer z uporabo lokalnih prevozov, vozil, pogostitev po principu 0 km itd.	Slovenski turistični portal www.slovenia.info Mesečni novičnik Virtualni dogodki Feel Sloveni@ 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 % Povečanje vložka v globalne digitalne kampanje za 30 % Razširitev večkanalnih kampanj vsaj za 10 % Sprememba in posodobitev komunikacijskih kanalov za vsaj 20 % Število objav na družbenih omrežjih: povečanje števila objav za 20 % in krepitev komuniciranja v skladu s trendi – avdio vsebine, ASMR video vsebine, »real time« video vsebine idr. 20 % študijskih potovanj za novinarje na temo trajnosti, z minimalnim ogljičnim odtisom Povečanje povezovanja in promocije s strani ambasadorjev in deležnikov v turizmu Vključevanje dobrih praks slovenskega trajnostnega turizma v mednarodnem merilu – Slovenija kot zgled trajnostnega turizma	Slovenski turistični portal www.slovenia.info Mesečni novičnik Oglaševalske kampanje (digitalne kampanje) Družbeni mediji Študijska potovanja za novinarje Prireditve in dogodki, sejmi Novinarske konference Sporočila za javnost Oddaje in podcasti Virtualni dogodki Feel Sloveni@ Promocijske publikacije (tiskane in digitalne)

Vrednotenje doseganja izbranih ciljev in kazalnikov Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021, za katere je bila pristojna Slovenska turistična organizacija, samostojno ali v sodelovanju z drugimi vladnimi organi (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Ministrstvo za kmetijstvo, destinacije idr.).

Politike/ukrepi/aktivnosti	Cilji	Kazalniki	Partnerji
Uvedba nacionalne kulinarčne znamke in krepitev sistema regijskih/lokalnih kulinarčnih znamk	Okrepiti krovno promocijo kulinarike in dosegati sinergijo z regijsko/lokalno ravno	Število aktivnosti po vrstah promocijskih aktivnosti, indeksi glede na predhodno leto	Gostinski ponudniki
Vzpostavitev trajnostnega modela upravljanja z obiskom	Pridobiti analizo nosilnih zmogljivosti turističnih destinacij v Sloveniji in vzpostavitev modelov upravljanja	Da/Ne	Pristojna ministrstva
Izdelava načrta za vključevanje dediščine UNESCO v turizem	Izkoristiti potencial UNESCO za valorizacijo kulturne in naravne dediščine s turizmom	Da/Ne	Pristojna ministrstva
Spodbujanje zelenih mednarodnih povezav	Izboljšati zeleno dimenzijo turizma z eko znaki, znaki eko kakovosti, s sodelovanjem v mednarodnih zelenih mrežah in organizacijah	Število novih eko znakov (skupaj in po vrstah), število novih članstev v zelenih pobudah, število zelenih nagrad	
Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev	Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev	Da/Ne	Lokalne turistične organizacije (LTO), občine
Spremljanje zadovoljstva prebivalcev z razvojem turizma	Spremljanje zadovoljstva prebivalcev	Da/Ne	LTO, občine
Aktivno upravljanje Zelene sheme slovenskega turizma	Aktivno izvajanje politike trajnostnega razvoja turizma	Število novih certificiranih destinacij in ponudnikov	Green Destinations, GoodPlace, LTO, turistični ponudniki
Zeleni monitoring novih kategorij ponudnikov Zelene sheme slovenskega turizma	Vzpostavitev modela za certificiranje novih kategorij ponudnikov	Število novih certificiranih ponudnikov po kategorijah	Green Destinations, GoodPlace, LTO, turistični ponudniki
Pospeševanje oblikovanja zelenih produktov in njihova komercializacija	Razvoj zelenih produktov	Število tržno oblikovanih zelenih produktov, ki izpolnjujejo merila Zelene sheme slovenskega turizma	LTO, turistična podjetja, MGRT
Razvojne produktne aktivnosti in promocija kulinarike pod znamko Taste Slovenia s krepitvijo vertikalne povezave do regijskih/lokalnih kulinarčnih znamk	Okrepiti krovno promocijo kulinarike in dosegati sinergije z regijsko/lokalno ravno	Število aktivnosti po vrstah promocijskih aktivnosti, indeksi glede na predhodno leto	Gostinski ponudniki

Raven uresničevanja ciljev:

- 0 Nerealiziran 1 Ne, pripravljalne študije 2 Ne, posamezni primeri 3 Da, zadovoljivo 4 Da, v veliki meri 5 Da, v celoti

Ocena in evalvacija

- 5** Dosežen je bil velik napredek na vseh ravneh, od certificiranja lokalnih proizvodov do rasti prepoznavnosti vrhunskih kulinarčnih doživetij in znamk.
Vzpostavljena je bila samostojna spletna stran www.tasteslovenia.info.
Slovenija je pridobila status evropske gastronomske regije 2021.
Prihod ekskluzivnega vodnika Michelin v letu 2020 in Michelinove zvezdice za več slovenskih restavracij.
Na destinacijski ravni se uspešno razvijajo certificirane kolektivne blagovne znamke, kot npr. Bohinjsko, Dobrote Dolenjske, Okusi Rogle, Geopark Idrija, Jeruzalem, Okusiti Laško, Bled – local selection, S haloških bregov, Sevnica, Okusi Radovljice, Iz Doline Soče idr.
- 2** Zaključena sta bila dva raziskovalna projekta, ki sta proučevala modele in izdelala okvirne analize nosilne zmogljivosti na primeru nekaterih destinacij. Implementacija modelov upravljanja obiska in večletno spremljanje sistemsko še ni vzpostavljeno.
V letu 2020 je bila pripravljena metodologija in izveden izračun nosilne zmogljivosti za najbolj obremenjene naravne vrednote, s ciljem varovanja narave, zmanjšanja pritiskov in reguliranja obiska ter boljše kakovosti doživljanja. Nekateri novi pristopi na teh območjih so nasprotni konceptu dvigovanja vrednosti slovenske turistične ponudbe.
- 3** Načrt ni bil izdelan, je pa sistemsko urejeno umeščanje dediščine na UNESCOV seznam.
UNESCOVA dediščina je predstavljena na portalu www.slovenia.info, načrtnejših trženjskih kampanj, povezanih z UNESCOVO dediščino, ni zaslediti.
Brez vključevanja v trajnostne turistične produkte potencial UNESCO ni izkoriščen.
- 5** Slovenija je v obdobju 2017–2021 načrtno pridobivala eko znake, se vključevala v mednarodne zelene pobude in pridobila pomembne mednarodne zelene nagrade.
Na letni ravni MGRT objavlja Javni razpis za spodbujanje uvedbe okoljskih znakov, ki se izvaja vsako leto.
Število subvencij okoljskih znakov se letno povečuje.
- 4** Utečen je profesionalni sistem anketiranja zadovoljstva tujih turistov, ki ga v sodelovanju s STO izvaja SURS.
Zadovoljstvo spremljajo tudi posamezne destinacije kot del Zelene sheme slovenskega turizma v fazi pridobivanja oz. obnove certifikata.
Anketiranje tujih turistov je redno in natančno, vendar občasno, kar ne zadostuje za hitro prilagajanje trgu/turistom. Potreba po večji sistematičnosti in rednem spremljanju.
- 3** Zadovoljstvo prebivalcev spremljajo zgolj posamezne destinacije kot del Zelene sheme slovenskega turizma v fazi pridobivanja oz. obnove certifikata, a še ni enotnega pristopa.
- 5** Razvita in delujoča certifikacijska shema Zelena shema slovenskega turizma.
- 5** Vzpostavljen in delujoč kompleksni model certificiranja destinacij, parkov, nastanitev, agencij, kulinarike, plaž in atrakcij. STO z upravljavci sheme zagotavlja razvoj in standarde novih kategorij ponudnikov.
- 3** Opredeljene so smernice za razvoj zelenih produktov, kar je podprto z različnimi razpisi za razvoj produktov. Uveden je koncept 5-zvezdičnih doživetij in Slovenia Unique Experience, vendar je njihova tržna uspešnost trenutno nizka.
Ni jasnih povezav med posameznimi shemami, kar lahko pomeni neučinkovitost ukrepov.
- 5** Gastronomija, vključno z blagovno znamko Taste Slovenia, je primer uspešne prakse razvoja produktov in ustreznega medresorskega in vertikalnega povezovanja.

EKONOMSKI VIDIK

Cenimo okuse, ki jih ohranjajo
in razvijajo lokalni ponudniki,
zato spodbujamo okušanje
Slovenije s polno žlico.



Trajnostno poslovanje

Slovenska turistična organizacija pridobiva vire za delovanje iz finančnih sredstev Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, lastnih virov iz naslova prodaje blaga in storitev ter promocijske takse. V letu 2020 so prihodki iz sredstev javnih financ predstavljali 71 %, v letu 2021 76 % v celotni strukturi sredstev. Prihodki iz lastnih virov so v letu 2020 predstavljali 3 % v strukturi celotnih prihodkov, v letu 2021 pa 1 %. Prihodki iz naslova promocijske takse so v letu 2020 predstavljali 26 % iz celotne strukture prihodkov, v letu 2021 23 %.

Največ sredstev je namenjenih za izvajanje aktivnosti promocije Slovenije kot turistične destinacije in so v letu 2020 predstavljala 83 % virov, leta 2021 pa 79 %. Preostali del sredstev je namenjen zagotavljanju konkurenčnega podporne okolja, kar je v letu 2020 predstavljalo 17 %, v letu 2021 pa 21 % vseh sredstev.

71 %

so znašali prihodki iz sredstev javnih financ v letu 2020 v strukturi prihodkov.

76 %

so znašali prihodki iz sredstev javnih financ v letu 2021 v strukturi prihodkov.

83 %

sredstev je bilo namenjenih izvajanju aktivnosti promocije Slovenije kot turistične destinacije v letu 2020.

79 %

sredstev je bilo namenjenih izvajanju aktivnosti promocije Slovenije kot turistične destinacije v letu 2021.

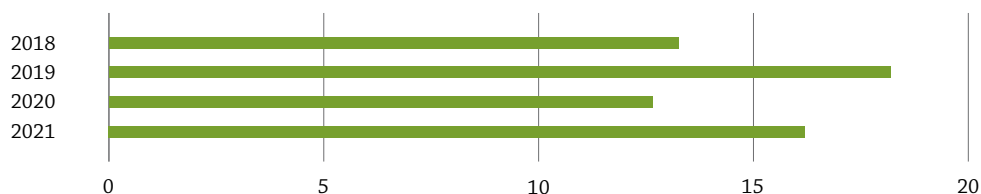
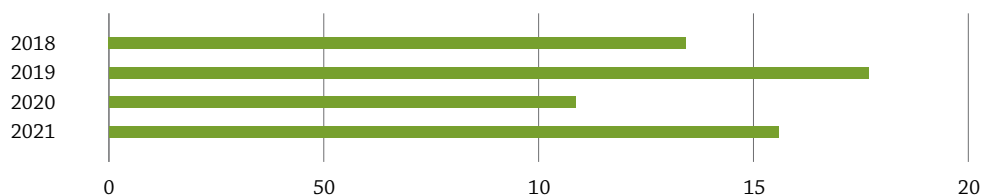


Ana Gračanin,
vodja Finančno računovodske službe

»Z digitalizacijo procesov v finančno-računovodski službi Slovenske turistične organizacije poenostavljamo posamezne segmente dela, prihranimo čas in denar. Z brezpapirnim poslovanjem skrbimo za okolje. Digitalizacija v finančno računovodski službi bistveno zmanjšuje napake in nam daje pomembne informacije v realnem času.«

Prihodki in odhodki določenih uporabnikov po načelu denarnega toka v letih 2018–2021 (v evrih)

	2018	2019	2020	2021	Indeks 2021/2020
Skupaj prihodki	13.250.496	18.194.450	12.650.142	16.198.211	128 %
Prejeta sredstva iz proračuna za delovanje STO	2.328.101	2.365.269	2.353.488	2.445.998	104 %
Prejeta sredstva iz proračuna za programe	10.154.988	9.649.979	6.599.692	9.814.969	149 %
Prejeta druga sredstva – lastni viri	767.408	841.975	318.584	191.988	60 %
Promocijska taksa		5.337.227	3.378.378	3.745.256	111 %
Skupaj odhodki	13.429.916	17.668.994	10.862.524	15.585.342	143 %
Odhodki za delovanje	2.328.268	2.370.634	2.329.950	2.436.497	105 %
Odhodki za dogovorjene programe	11.101.648	15.298.360	8.532.574	13.148.845	154 %

Prihodki STO v letih 2018–2021 (v mio EUR)**Odhodki STO v letih 2018–2021 (v mio EUR)****Realizacija financiranja programov Slovenske turistične organizacije**

V Slovenski turistični organizaciji smo se od razglasitve epidemije marca 2020 na aktualne razmere in krizno situacijo odzvali s takojšnjimi ukrepi in prilagoditvami promocijskih ter razvojnih aktivnosti. Aktivnosti smo načrtovali in izvajali v prilagojenem formatu in obsegu, kot so na primer prilagoditve in nadgradnje razpisov za sofinanciranje promocije za podjetja, destinacije, agencije, izvedba webinarjev kot alternativno orodje klasičnim poslovnim dogodkom v živo, izvedba digitalne komunikacije #StayHome in nadgradnja prilagojene digitalne kampanje »MyWay« za ciljne skupine prvenstveno na bližnjih trgih, izvedba izobraževanj v okviru Akademije za trženje v turizmu ter Digitalne akademije idr.

Zaradi izvajanja prilagojenih, nadomestnih oziroma tudi nekaterih odpovedanih promocijskih in razvojnih aktivnosti je bila finančna realizacija nižja oziroma je bilo črpanje programskih sredstev manjše od predvidenih 10.350.000 EUR. Posledica nižjega deleža finančne realizacije programa je tudi dejstvo, da so bila sredstva iz naslova promocijske takse v letu 2020 realizirana v višini 3.378.378 EUR, kar je približno 60 % višje od načrto-

Realizacija financiranja programov Slovenske turistične organizacije v letih 2018–2021 (v evrih)

Program STO	2018	2019	2020	2021	Indeks 2021/2020
Tržno komuniciranje – promocija Slovenije kot turistične destinacije: promocija razvoja turističnih produktov, splošna promocija, sofinanciranje trženjskih aktivnosti	8.355.388	13.012.944	6.678.412	11.076.430	166 %
Trženjska infrastruktura - zagotavljanje konkurenčnega podpornega okolja: raziskave in razvoj, podpora trženju	1.854.607	2.285.416	1.854.163	2.072.414	112 %
Skupaj	10.209.995	15.298.361	8.532.575	13.148.844	154 %

vanega. Navedeno je posledica odprtja nastanitev v Sloveniji v poletnih mesecih ter uvedba in možnost unovčitve turističnih bonov.

Posledice pandemije covida-19 so zaznamovale tudi leto 2021, posledično je bilo prilagojeno tudi izvajanje aktivnosti. Poudarek je bil na aktivnostih za učinkovitejši razvoj in trženje slovenskega turizma za čim hitrejše okrevanje in izgradnjo odpornejšega turizma v prihodnosti. Promocijsko razvojne aktivnosti smo prilagajali razmeram in spremembam na domačem in tujih trgih. Aktivnosti so se izvajale prilagojeno tako po obsegu kot po vsebini ter dinamiki, zato planirana finančna sredstva za izvajanje programov v višini 14.750.000 EUR za leto 2021 niso bila v celoti realizirana (predvsem iz naslova promocijske takse). Nižja finančna realizacija oziroma manjše črpanje programskih sredstev je posledica izvajanja prilagojenih, nadomestnih oziroma tudi nekaterih odpovedanih promocijskih in razvojnih aktivnosti. Sredstva iz naslova promocijske takse so bila realizirana v višini 3.745.256 EUR. Zaradi obveznosti izvajanja aktivnosti v skladu s predpisi o postopkih javnega naročanja do zaključka poslovnega leta ni bilo mogoče angažirati finančnih sredstev v celotni dodatni razpoložljivi višini.

Javni razpisi in pozivi za sofinanciranje

Decembra 2019 smo prvič objavili javni razpis za sofinanciranje aktivnosti promocije slovenske turistične ponudbe v podporo slovenskim turističnim podjetjem. S tem smo turističnim podjetjem ponudili možnost sofinanciranja manjših promocijskih projektov na tujih trgih in izvedbo projektov na domačem trgu. Februarja 2020 smo objavili nov razpis, vendar smo zaradi drastičnih sprememb turističnih tokov zaradi covida-19 marca 2020 prilagodili eno ključnih meril javnega razpisa, to je promocijo turističnih produktov izven glavne turistične sezone na način, da so lahko turistična podjetja prejela določen delež točk za doseganje kriterijev, četudi so prijavitelji svoje promocijske aktivnosti do 40 % vrednosti izvajali znotraj glavne turistične sezone. Pred tem je prijavitelj prejel točke le, če je izvajal vse promocijske aktivnosti izven glavne sezone, skladno z usmeritvami Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021.

Prvotno smo v letu 2020 za podporo slovenskim turističnim podjetjem namenili 800.000 EUR sredstev, ki smo jih marca 2020 ob nastopu pandemije covida-19 in popolni zaustavitvi turističnih tokov znižali na 715.000 EUR. Na ta način smo podprli 19 projektov. Javni razpis za sofinanciranje promocije slovenske turistične ponudbe v letu 2020 je bil najprej namenjen promociji zgolj na tujih trgih, kasneje smo razpis prilagodili tako, da je omogočil večjo fleksibilnost in koriščenje sredstev tudi za aktivnosti na domačem trgu. Turistična podjetja so se v letu 2020 soočala z nenehnimi spremembami na tujih trgih in tveganji zaradi slabših epidemioloških slik, kar jim je onemogočalo taktično načrtovanje promocije in nastopa na tujih trgih. Končni znesek angažiranih sredstev v letu 2020 je znašal 615.830,81 EUR, realizacija pa 305.546,74 EUR oziroma 49,62 %, saj se je del sredstev zaradi epidemioloških razmer iz leta 2020 prenesel tudi v leto 2021.

19

projektov slovenskih podjetij smo podprli v letu 2020.

1.223

vodenih turističnih ogledov smo omogočili preko javnega poziva v podporo licenciranim turističnim vodnikom v letu 2020.

Izvedli smo tudi izredni ukrep v podporo licenciranim turističnim vodnikom, ki so utrpeli veliko poslovno škodo zaradi posledic pandemije bolezni covid-19. Slovenski turistični vodniki so izvajali vodenja pretežno za tuje goste, zaradi drastičnega upada tujih gostov pa se je obseg njihovih aktivnosti izničil. S ciljem premoščanja popolnega upada naročil po turističnem vodenju, ohranjanja kakovosti izvajanja turističnega vodenja in spodbujanja povpraševanja med domačimi gosti, ob vzporednem koriščenju turističnih bonov kot dodatni ponudbi, smo izvedli javni poziv v podporo poslovnim subjektom, ki izvajajo storitve turističnega vodenja v Sloveniji. Preko javnega poziva smo izdali 48 naročilnic poslovnim subjektom, podprli 67 turističnih vodnikov in omogočili izvedbo 1.223 vodenih turističnih ogledov.

92-%

realizacija na Javnem razpisu za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2021

Tudi v letu 2021 smo deležnikom v turizmu zagotovili podporo v obliki razpisov za sofinanciranje. V luči covida-19 smo objavili Javni razpis za spodbujanje trženjskih aktivnosti receptivnih organizatorjev potovanj in turističnih agentov na tujih trgih, namenjen spodbujanju ponovnega zagona in okrepitvi internacionalizacije slovenske turistične ponudbe. Na razpis se je uspešno prijavilo več kot 20 receptivnih turističnih organizatorjev in turističnih agentov. Porabili so sredstva v vrednosti 838.987 EUR, od sicer prvotno razpoložljivih 1.700.000 EUR. V marcu 2021 smo objavili Javni razpis za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2021 v vrednosti 1.200.000 EUR. Prijavilo se je 34 vodilnih destinacij, ki so skupaj koristile sredstva v višini 1.060.827 EUR, to je več kot 92-% realizacija. Objavili smo tudi Javni poziv poslovnim subjektom, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja v Sloveniji. Skupaj smo prejeli in pregledali 205 vlog, ob tem je bilo aktivnih 147 vodnikov oziroma agencij z več vodniki. Razpoložljiva sredstva so vodniki porabili v vrednosti 527.062 EUR.

Javni razpisi in pozivi Slovenske turistične organizacije za sofinanciranje turističnega gospodarstva ter razpoložljiva in porabljena sredstva v letih 2020 in 2021 (v evrih)

Razpis	2020			2021		
	Razpoložljiva sredstva	Porabljena sredstva	Število projektov	Razpoložljiva sredstva	Porabljena sredstva	Število projektov
Javni razpis za sofinanciranje promocije slovenske turistične ponudbe	715.000,00	305.546,74	19	/	/	/
Javni poziv poslovnim subjektom, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja v Sloveniji	146.000	113.425,30	48	/	/	/
Javni razpis za spodbujanje trženjskih aktivnosti receptivnih organizatorjev potovanj in turističnih agentov na tujih trgih	/	/	/	1.700.000	838.987	20
Javni razpis za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji	/	/	/	1.200.000	1.060.827	34
Javni poziv poslovnim subjektom, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja v Sloveniji	/	/	/	600.000	527.062	147



Poletje v Posavju, Galerija Božidar Jakac / foto: Andrej Tarfila



Kolesarjenje pri samostanu Olimje / foto: Amadeja Knez



Ljubljana, turistično vodenje / foto: Andrej Tarfila

DRUŽBENI VIDIK

Povezujemo ljudi, naravo
in kulturo za nove dotike življenja.
Za srčno Slovenijo.



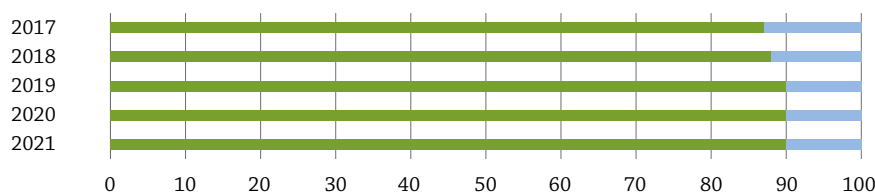
Trajnostni odnosi do zaposlenih

Zaposleni smo srce Slovenske turistične organizacije. Smo ključni deležniki za prepoznavnost Slovenije kot zelene destinacije na svetovnem zemljevidu turističnih destinacij. V skladu z našimi vrednotami smo srčni, povezani, delujemo zeleno, smo inovativni in usmerjeni v digitalno. Te vrednote poudarjamo tudi znotraj organizacije, zato nam je pomembno pravo razmerje med delom in zasebnim življenjem. Preko različnih delavnic, izobraževanj, timskih srečanj in aktivnosti gradimo svoje kompetence in zavest o družbeni odgovornosti ter trajnostnem delovanju. Redno preverjamo razpoloženje zaposlenih in v skladu z rezultati izvajamo aktivnosti, ki dvigujejo pozitivno organizacijsko energijo. Tudi v času epidemije covid-19 smo poskrbeli za spodbujanje k zdravemu načinu življenja in rednemu gibanju ter skrbi za duševno zdravje.

Zaposleni v Slovenski turistični organizaciji v letih 2017–2021

	2017	2018	2019	2020	2021
Število zaposlenih	39	41	43	42	42
Zaposleni za nedoločen čas	87 %	85 %	88 %	88 %	88 %
Zaposleni za določen čas	13 %	15 %	12 %	12 %	12 %
Delež zaposlenih glede na starost, od 27 do 40 let	51 %	51 %	47 %	47 %	43 %
Delež zaposlenih glede na starost, od 41 do 55 let	46 %	44 %	47 %	47 %	52 %
Delež zaposlenih glede na starost, 56 let in več	3 %	5 %	6 %	6 %	5 %
Novo zaposleni	15 %	7 %	16 %	2 %	5 %
Fluktuacija	5 %	2 %	7 %	5 %	5 %

Zaposleni po spolu v Slovenski turistični organizaciji v letih 2017–2021 (v %)



● Ženske
● Moški



Alenka Kramžar Dolinar, vodja kadrov

»Razvoj kadrov in vseživljenjsko učenje je stalnica zaposlenih. STO je v procesu vzpostavljanja kompetenčnega modela. Kompetence opredeljujejo razvojne korake na karierni poti in so v pomoč pri odkrivanju razvojnih usmeritev za zaposlene, kar nas pripelje k večji učinkovitosti organizacije kot celote. Trajnost rešitev se izraža v nenehnem razvoju kompetenc, osebnostni rasti posameznika in skrbi za družbo in okolje.«

Bolniške odsotnosti in starševski dopust med zaposlenimi v letih 2017 in 2021

	2017	2018	2019	2020	2021
Bolniške odsotnosti	3 %	3 %	6 %	4 %	3 %
Starševski dopust	9 %	4 %	5 %	1 %	0 %

Zaposlenim nudimo možnost dela s skrajšanim delovnim časom zaradi starševstva. To možnost sta v letu 2020 izkoristila dva zaposlena, v letu 2021 pa eden.

V Slovenski turistični organizaciji deluje sindikat SI-JUS Slovenske turistične organizacije, ki ga zastopa sindikalna zaupnica Tanja Mlakar. Sindikat deluje v okviru sindikata Sindikata javnih uslužbencev Slovenije – SI-JUS (www.si-jus.si). Med Slovensko turistično organizacijo in sindikatom je bila 5. 9. 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. Delujemo po načelu enakih možnosti in zavračamo vse oblike diskriminacije.

Družini prijazno podjetje in Družbeno odgovoren delodajalec

Zavedamo se pomembnosti usklajevanja poklicnega in zasebnega življenja, ki pomembno prispeva k motivaciji zaposlenih in povečuje delovno produktivnost, zato smo že leta 2010 pridobili osnovni certifikat Družini prijazno podjetje oziroma organizacija, s čimer smo nadgradili naše družbeno poslovanje. Maja 2017 pa smo postali organizacija s polnim certifikatom Družini prijazno podjetje.

S certifikatom dokazujemo, da želimo v skladu s svojo trajnostno usmeritvijo na vseh področjih delovati odgovorno. Zavedamo se, da trajnostni razvoj turizma vključuje okoljsko, podnebno, ekonomsko in družbeno odgovornost. Začenjamo pri sebi in delujemo odgovorno do zaposlenih.

Znotraj organizacije smo določili petnajst ukrepov, katerih cilj je izboljšanje upravljanja delovnih procesov ter kakovosti delovnega okolja za boljše usklajevanje poklicnega in družinskega življenja zaposlenih. Ukrepi zajemajo področje delovnega časa, organizacije dela, delovnega mesta, politike informiranja in komuniciranja, veščin vodstva, storitev za družine in nagrajevanja dosežkov. Nad izvajanjem sprejetih ukrepov bdi posebna projektna skupina.

Septembra 2020 smo vzpostavili tim za družbeno odgovornost, ki deluje v enakiasedbi kot tim za usklajevanje poklicnega in družinskega življenja. Sestava članov tima je reprezentativna po spolu, skrbstvenih obveznostih, starosti, tudi po različnih funkcijah in sektorjih zaposlenih v organizaciji. Del tima je tudi sindikalna zaupnica.

Zaposlenim omogočamo fleksibilen delovni čas, ki ga koristi 98 % vseh zaposlenih. Prav tako večina koristi možnost izmeničnega dela od doma. Zaposleni z otroki, ki obiskujejo prvo triado, imajo ob prvem šolskem dnevu otroka prost delovni dan. Tistim zaposlenim, ki otroka uvajajo v vrtec, pa se prvi teden uvajanja omogoči fleksibilen delavnik z zmanjšano časovno prisotnostjo. Za otroke zaposlenih, ki so stari do 15 let, vsako leto pripravimo obdarovanje v času Dedka Mraza.

Polni certifikat Družini prijazno podjetje smo decembra 2020 nadgradili s certifikatom Družbeno odgovoren delodajalec, in sicer za področje organizacijskega upravljanja. Z zastavljenimi aktivnostmi preverjamo in izboljšujemo družbeno odgovorno upravljanje organizacije, pri čemer je velik poudarek na odgovornosti do zaposlenih. Z uporabo načel trajnostnega razvoja se lotimo družbenih in okoljskih izzivov ter izvajamo 9 trajnostnih in 21 temeljnih ukrepov, ki zmanjšujejo negativne in povečujejo pozitivne vplive na gospodarstvo, družbo in okolje.

15

ukrepov za boljše usklajevanje poklicnega in družinskega življenja zaposlenih

30

ukrepov za organizacijsko upravljanje in trajnost

Izobraževanje in usposabljanje zaposlenih

Zaposlene redno usposabljammo in skrbimo za razvoj njihovih kompetenc na različnih področjih, tako strokovnih kot širših družbenih, ki jim omogočajo učinkovito soočanje z vsakodnevni situacijami v poklicnem in zasebnem življenju.

V razvoj kompetenc zaposlenih redno vključujemo delovno specifične kompetence, kot so učenje tujih jezikov, računalniška usposabljanja, področje javnih naročil in korupcijska tveganja, varstvo osebnih podatkov, javno nastopanje idr. Prav tako v izobraževalne vsebine vključujemo teme, ki zaposlenim pomagajo pri soočanju in obvladovanju stresa na delovnem mestu, o različnih tipih osebnosti in ustvarjanju dobrih odnosov, generacijskem sodelovanju, izboljšanju komunikacije v timu in krepitvi organizacijske energije. Pri vodstvenem kadru razvijamo kompetence, ki jim pomagajo pri vodstvenih nalogah, kot je na primer sodobno in vitko vodenje organizacije.

V letu 2021 sta se odgovorni zaposleni tima Družbeno odgovoren delodajalec udeležili usposabljanja za pripravo trajnostnega poročila po standardih GRI, za fokusno skupino Slovenske turistične organizacije pa smo organizirali prilagojeno delavnico s področja trajnostnega razvoja Slovenske turistične organizacije, kjer smo identificirali neposredne in posredne vplive naše organizacije, definirali ključne deležnike in bistvene vsebine.

50

ur v povprečju so se zaposleni v STO izobraževali v letu 2021.

Povprečno število ur usposabljanja na zaposlenega v letih 2017–2021

	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečno število ur	50	85	40	58	50

Varnost in zdravje na delovnem mestu

Zavedamo se, da je varno delovno okolje in skrb za zdravje na delovnem mestu pomemben del za učinkovito in spodbudno delo. Ker je delovno mesto pretežno sedeče in poteka za računalnikom, skrbimo za ergonomijo delovnega okolja, npr. da so računalniški monitorji in druga oprema (podloge za miško, ergonomske miške, spletne kamere idr.), ki jih zaposleni uporabljajo pri svojem delu, ustrezni oziroma takšni, ki zmanjšujejo modro svetlobo in vključujejo tehnologijo za zmanjšano naprežanje oči in primerno držo telesa, rok, hkrati pa so energetske učinkovite. Zaposlenim omogočamo uporabo počival za noge ter jih na različne načine spodbujamo k telovadbi na delovnem mestu. Uporabljajo lahko pitnik s prečiščeno vodo. Zaposlene smo v delavnicah seznanili tudi s tveganji, povezanimi z njihovim delovnim mestom in delovnim okoljem, ki lahko privedejo do funkcionalnih okvar, bolezni ali invalidnosti, ter jim predstavili uporabo sprostitvene tehnike.

Tudi v času epidemije, ko je delo potekalo v večji meri od doma, smo poskrbeli, da smo zaposlene ozaveščali in spodbujali k skrbi za zdravje, zdravi prehrani, skrbi za duševno zdravje in zdravo spanje, posredovali smo jim vaje za razteg in krepitev. Izvedli smo skupinsko delavnico na temo obvladovanja stresa »Kako izgraditi čustveno, telesno in mentalno odpornost na stres«, kreiran je bil tudi nov kanal v virtualnem okolju Microsoft Teams s posnetki telovadbe za njihovo izvajanje. V sodelovanju s fizioterapevtko in kineziologinjo smo pripravili delavnico za zdravo sedenje in razgibavanje.

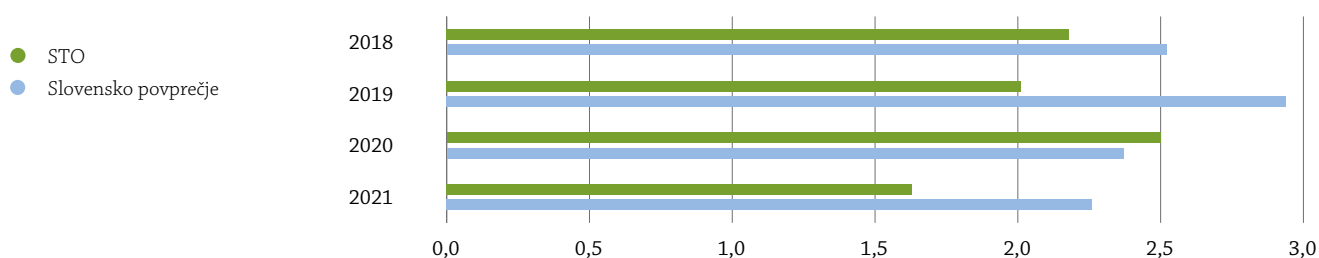
Zaposlenim omogočamo uporabo službenega kolesa, ki ga redno servisiramo, tistim zaposlenim, ki za prihod na delo ali službene poti uporabljajo javni prevoz, pa je na voljo službena Urbana za javni promet v Ljubljani.

Poškodb zaposlenih na delovnem mestu v letih 2020 in 2021 nismo imeli, število teh je bilo tudi pred tem zaradi narave dela zanemarljivo, in še to so bile le lažje poškodbe.

Organizacijska energija

V letu 2018 smo pristopili k merjenju organizacijske energije v okviru projekta Organizacijska energija, ki je delo večletnega razvojnega partnerstva 16 organizacij. S sodelovanjem v projektu Slovenska turistična organizacija krepi 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 doseženega enotnega indeksa Slovenske turistične organizacije v letih 2018–2021 v primerjavi s slovenskim povprečjem



Enotni indeks izraža razmerje med kakovostnima energijama (energija produktivnosti in energija udobja) in nekovostnima energijama (energija malodušja in energija razjedanja).

Leta 2020 je bil dosežen enotni indeks organizacijske energije 2,50, kar nas je uvrstilo med dobitnike certifikata Dobra organizacijska energija 2020. V letu 2021 smo dosegli enotni indeks organizacijske energije 1,63, kar je tudi manj od slovenskega povprečja, ki je bilo v letu 2021 2,26. Padec indeksa v primerjavi z letom 2020 je posledica različnih faktorjev, med drugim tudi epidemije bolezni covid-19.



V letu 2020 smo prejeli certifikat Dobra organizacijska energija.

Vrednosti organizacijske energije Slovenske turistične organizacije v primerjavi z optimalno vrednostjo v letih 2018–2021 in primerjava s slovenskim povprečjem

Vrste energije, izmerjene v točkah	Energija produktivnosti	Energija udobja	Energija malodušja	Energija razjedanja
Vrednosti STO 2021	66	64	41	38
Optimalno stanje	80	70	do 25	do 25
Odstopanje od optimalnega stanja	-14	-6	-16	-13
Slovenija 2020	70	71	27	33
Vrednosti STO 2020	76	66	29	28
Vrednosti STO 2019	69	66	29	28
Vrednosti STO 2018	68	70	29	30

Energija produktivnosti = zmogljivosti so sproščene in usmerjene k doseganju ključnih ciljev

Energija udobja = zadovoljstvo, vendar ni dovolj živahnosti za izvajanje pomembnih sprememb

Energija malodušja = miselna lenobnost, nezanimanje

Energija razjedanja = veliko energije za reševanje notranjih težav in neproduktivne dejavnosti

V letu 2021 je zaznati padec energije produktivnosti in povečanje energije malodušja in razjedanja, kar je lahko posledica epidemije covid-19 in povečanja dela na daljavo ter prilagoditve izvajanja določenih aktivnosti. Vodstvo Slovenske turistične organizacije aktivno išče rešitve, da se organizacijska energija v letu 2022 izboljša. Med drugim bomo izvajali ukrepe, kot so redno izvajanje letnih razgovorov, nadaljevali bomo s fokusnimi usposabljanji na temo komunikacije, antistresa, psihološke varnosti, krepitve miselnosti rasti, odpornosti in vključevali zaposlene ter krepili pripadnost.

Trajnostni odnosi z dobavitelji

Naša zaveza je trajnostni turizem, zato v javna naročila vključujemo zelene oziroma trajnostne zahteve, ki jih postopoma povečujemo. Sprejete imamo tudi lastne smernice za izbiro dobaviteljev, kjer v merila vključujemo tudi trajnostni vidik. Na ta način v večji meri podpiramo tiste ponudnike, ki v svojo ponudbo vključujejo trajnostne izdelke, storitve in sledijo smernicam trajnostnega razvoja, ter lokalne ponudnike in izvajalce storitev. Merila in zahteve redno prilagajamo glede na trajnostne smernice nacionalnih in svetovnih shem. Hkrati spodbujamo slovensko turistično gospodarstvo k vključevanju v Zeleno shemo slovenskega turizma, s katero lahko bistveno vplivamo na povečanje deleža okolju prijaznejših in trajnostnih izdelkov, storitev in ponudbe v slovenskem turizmu.

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

80 %

vseh hladilnikov, pomivalnih strojev in sesalnikov na sejnih in borzih je uvrščenih v najvišji energijski razred.



Hibridni pogon je ena od kategorij za najem osebnih vozil za potrebe STO.



Mag. Maja Pak, vodja sektorja Raziskave, razvoj, inovacije in evropski projekti

»Trajnostna preobrazba je prihodnost Slovenije in Evrope, zato bomo še naprej delovali kot motor trajnostne transformacije v širšem prostoru, hkrati pa razvijali orodja, ki partnerjem olajšajo stopanje po trajnostni poti. Zato gradimo in nadgrajujemo zeleno zgodbo slovenskega turizma, tudi z našimi dobavitelji. Z letom 2022 smo vstopili v pomembno novo razvojno obdobje slovenskega turizma. Za merjenje učinkov turizma bomo vzpostavili inovativno holistično orodje za trajnostni in digitalni prehod – Nacionalno zeleno informacijsko središče in sistem za merjenje turističnih tokov za geografsko porazdeljeni razvoj turizma.«

Trajnostna merila in področja, ki so vključena v izbiro dobaviteljev in upravičencev do sredstev v letih 2018–2021 oziroma zajemajo tudi obdobje do leta 2025.

Merila vsako leto nadgrajujemo in povečujemo zahtevnost za trajnostna ravnanja.

Naziv naročila/poziva/razpisa	Trajnostna zahteva oziroma merilo
Javni poziv za organizatorje mednarodnih športnih prireditev, organizirane v Sloveniji v letih 2021 in 2022	Trajnostni vidik športnega dogodka: Merilo vključuje osveščanje in prizadevanje organizatorja športnega dogodka o nujnosti varovanja okolja pred in med dogodkom in skrb za izvedbo t. i. »zelene« športne prireditve (npr. slogan zelenega delovanja za osveščanje, objave organizatorja o pomenu trajnostnega razvoja v povezavi z znakom IFS, zmanjševanje uporabe in neustreznega odlaganja nerazgradljivih in škodljivih odpadkov – med tekmovalci, obiskovalci, gostinskimi delavci itd.).
Soorganizacija Slovenske turistične borze (SIW) 2019	Najmanj 15 % uporabljenih živil mora biti pridelanih oz. predelanih na ekološki način. Najmanj 15 % uporabljenih živil mora biti pridelanih iz shem kakovosti. Ponudnik mora pri izbiri živil upoštevati sezonske koledarje za zelenjavo in sadje.
Zbiranje ponudb za gostitelja Zelenega dne slovenskega turizma 2021	Pogoj za sodelovanje v postopku: prijavitelj mora imeti pridobljen znak Slovenia Green Destination. Prijavitelj se je v letu 2021 prijavil k izpolnjevanju prostovoljnega gastronomskega modula na platformi Slovenia Green. Prijavitelj ima na območju destinacije vsaj enega ponudnika z znakom Slovenia Green Cuisine. Prijavitelj tudi sicer organizira različne dogodke, na katerih izpostavlja trajnostno gastronomijo, ter razvija in spodbuja prodajna gastronomska doživetja.
Izvedba skupinskih predstavitev slovenskega turističnega gospodarstva na mednarodnih turističnih sejmih in borzah ter dogodkih v Sloveniji v obdobju od 1. 9. 2021 do 31. 12. 2023	Delež hladilnikov, ki so uvrščeni v najvišji energijski razred, dostopen na trgu, znaša najmanj 80 % vseh artiklov. Delež pomivalnih strojev, ki so uvrščeni v najvišji energijski razred, dostopen na trgu, znaša najmanj 80 % vseh artiklov. Delež sesalnikov, ki so uvrščeni v najvišji energijski razred, dostopen na trgu, znaša najmanj 80 % vseh artiklov. Delež univerzalnih čistil, ki ustrezajo kriterijem glede strupenosti za vodno okolje in zahtevam za pridobitev znaka za okolje EU za čistila za trdne površine glede izločenih ali prepovedanih sestavin, znaša glede na prostornino vseh artiklov univerzalnih čistil najmanj 30 %.
Izbira izvajalca za izvedbo predstavitev slovenskih jedi na sejmih in borzah v tujini/ doma in ostalih promocijskih pogostitvah v tujini/doma od 1. 1. 2022 do 31. 12. 2025	Delež ekoloških živil mora znašati najmanj 12 % števila vseh artiklov glede na celotno predvideno količino živil, izraženo v kilogramih. Upoštevati je treba sezonski koledar za zelenjavo in sadje.
Dobava promocijskih izdelkov z znamko I feel Slovenia za promocijo Slovenije 2018–2021	Tekstilni izdelki: delež ekološkega bombaža ali drugih naravnih vlaken, pridelanih na ekološki način, znaša 10 % uporabljenih tekstilnih materialov. Živila: delež ekoloških živil znaša glede na število vseh artiklov živil ali celotne predvidene količine živil najmanj 15 %; delež živil, ki izpolnjujejo posamezno, več ali vse zahteve iz sheme kakovosti, zaradi česar so ta živila okoljsko manj obremenjujoča, znaša glede na število vseh artiklov živil ali celotne predvidene količine živil najmanj 15 %.
Najem osebnih vozil za potrebe STO za leto 2021	Med kategorijami osebnih vozil za najem so osebna vozila na hibridni pogon.



Ljubelj / foto: Andrej Virč



Turistično vodenje v Ljubljani / foto: Andrej Tarfila

Naziv naročila/poziva/razpisa

Javna naročila za nakup papirja

Javna razpisa za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letih 2020 in 2021



Javni razpis Za sofinanciranje promocije slovenske turistične ponudbe v letu 2020



Javna poziva poslovnim subjektom, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja v Sloveniji v letih 2020 in 2021

Trajnostna zahteva oziroma merilo

Papir, ki ga nabavljamo, ima oznake Green range, Paper from Khanna ali certifikate ISO 9706, ISO 14001.

Promocija trajnostno naravnane turistične ponudbe:

Prijavitelj ima pridobljen znak Slovenia Green Destination ali trži promocijske aktivnosti na območju Slovenia Green Park in izvaja promocijske aktivnosti z vidno izpostavitvijo elementov trajnostnega turizma znotraj promocijskih sporočil, ki v prvi vrsti poudarjajo okoljsko usmeritev promoviranega turističnega produkta v povezavi z varovanjem okolja in ohranjanjem naravnih danosti, neokrnjene narave, zelenih doživetij in drugih pozitivnih okoljskih učinkov na vodilni destinaciji.

Prijavitelj je v postopku pridobivanja znaka Slovenia Green Destination – je že oddal poročilo in zahtevek za presojo skladno s 7. korakom postopka pridobivanja znaka Slovenia Green Destination, opredeljenim v Priročniku za pridobitev, obnovo in vzdrževanje znaka Slovenia Green Slovenske turistične organizacije, in izvaja promocijske aktivnosti z vidno izpostavitvijo elementov trajnostnega turizma znotraj promocijskih sporočil, ki v prvi vrsti poudarjajo okoljsko usmeritev promoviranega turističnega produkta v povezavi z varovanjem okolja in ohranjanjem naravnih danosti, neokrnjene narave, zelenih doživetij in drugih pozitivnih okoljskih učinkov na vodilni destinaciji.

Drugi trajnostno naravnani elementi, ki izpostavljajo okoljsko usmeritev promoviranega turističnega produkta, v povezavi z varovanjem okolja in ohranjanjem naravnih danosti, neokrnjene narave, zelenih doživetij in drugih pozitivnih okoljskih učinkov na vodilni destinaciji.

Skladnost s Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021

Promocija trajnostno naravnanih turističnih produktov

Prijavitelj izvaja promocijske aktivnosti z vidno izpostavitvijo elementov trajnostnega turizma, ki ga opredeljuje: znak Slovenia Green Destination ali Slovenia Green Park (destinacija ali park), v katerem trži svoj turistični produkt in znak Slovenia Green Accommodation ali Slovenia Green Travel Agency (ponudnik ali agencija), ali drugi pridobljen okoljski znak (Green Globe, Green Key, EMAS, Eco Camping, Bio Hotels, EU Ecolabel, Travelife, World of Glamping Green) in druge trajnostno naravnane elemente znotraj promocijskih sporočil, ki v prvi vrsti poudarjajo okoljsko usmeritev promoviranega turističnega produkta v povezavi z varovanjem okolja in ohranjanjem naravnih danosti, neokrnjene narave, zelenih doživetij in drugih pozitivnih okoljskih učinkov.

Prijavitelj izvaja promocijske aktivnosti z delno izpostavitvijo elementov trajnostnega turizma, ki ga opredeljujejo: drugi trajnostno naravnani elementi, ki izpostavljajo okoljsko usmeritev promoviranega turističnega produkta, v povezavi z varovanjem okolja in ohranjanjem naravnih danosti, neokrnjene narave, zelenih doživetij in drugih pozitivnih okoljskih učinkov.

Prijavitelj je lahko sam ustvaril posebno doživetje, ki sledi opredeljenim kriterijem in se v največji možni meri približa konceptu 5-zvezdičnih doživetij, vendar pa ni nositelj znaka Slovenia Unique Experiences, v katerega je lahko vključil zelene, trajnostne elemente.



Praznična Ljubljana / foto: Nina Kurnik



Dolina Soče / foto: Jošt Gantar



Chef Tomaž Kavčič z gosti / foto: Ciril Jazbec

Trajnostni odnosi do turistov in obiskovalcev

Leto 2020 zaradi nenadnega in nepričakovanega izbruha epidemije covid-19 odstopa od vseh trendov, zato velja za leto izrednih razmer. Zaradi epidemije se je število prihodov turistov v letu 2020 v primerjavi z letom 2019 dramatično zmanjšalo, in sicer za 51 %, število prenočitev pa je upadlo za 42 %. Število tujih turistov se je zmanjšalo za kar 74 %, njihove prenočitve pa za 71 %. S tem se Slovenija uvršča med bolj prizadete evropske države.

Vrednost izvoza potovanj se je v letu 2020 v primerjavi s predhodnim letom znižala za 61,8 % in je znašala 1,05 mrd EUR. Kljub temu pa so destinacije, ki ponujajo aktivnosti za preživljanje prostega časa v naravi in razne športne aktivnosti beležile uspešno poletno sezono. V času epidemije so bile torej v ospredju destinacije, ki omogočajo stik z naravo. Turisti so si v letu 2020 želeli varnih potovanj, blizu doma in stran od množic. V poletni sezoni je bilo zaznati visoko povpraševanje po prenočitvah na turističnih kmetijah, v glampingih in butičnih nastanitvah.

Tudi leto 2021 je zaznamovala epidemija bolezni covid-19, vendar so bili prihodi in prenočitve turistov boljši kot leto pred tem. Tako v letu 2020 kot v letu 2021 so prevladovali domači turisti, kar je posledica omejitev potovanj zaradi pandemije in epidemije covid-19 in tudi turističnih bonov, ki so spodbujali domači turizem.

51 %

manj prihodov turistov v letu 2020 v primerjavi z letom 2019

74 %

manj tujih turistov v letu 2020 v primerjavi z letom 2019

42 %

manj prenočitev turistov v letu 2020 v primerjavi z letom 2019

71 %

manj prenočitev tujih turistov v letu 2020 v primerjavi z letom 2019



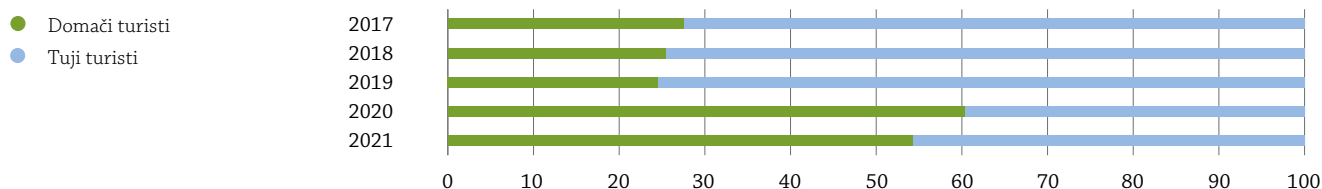
Mag. Livija Kovač Kostantinovič,
vodja korporativnega PR

»Slovenijo pozicioniramo kot zeleno in raznoliko butično srednjeevropsko turistično destinacijo dobrega počutja s prepoznavno in uspešno zeleno turistično znamko z močnim čustvenim nabojem, ki komunicira kakovostno in individualno izkušnjo gosta v Sloveniji. Zgodba trajnostnega turizma temelji na neokrnjeni naravi in naravnih danostih. Zgodba zelene butične destinacije pa utrjuje znamko Slovenije in slovenskega turizma I feel Slovenia. Z različnimi projekti turiste in obiskovalce spodbujamo k trajnostnim potovalnim navadam. Z vizijo trajnostne destinacije za zahtevne obiskovalce smo na pravi poti, zato vizija ostaja nespremenjena tudi v prihodnje.«

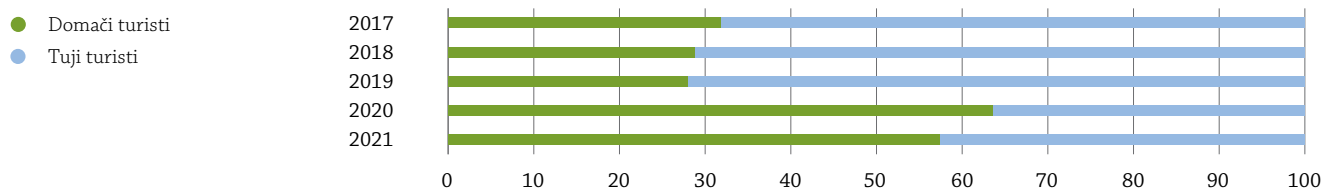
Prihodi in prenočitve domačih in tujih turistov v letih 2017–2021

	2017	2018	2019	2020	2021	Indeks 2021/2020
Prihodi turistov	5.503.283	5.933.267	6.229.573	3.065.085	4.003.682	130,62 %
Delež domačih turistov	27,49 %	25,42 %	24,52 %	60,32 %	54,23 %	89,90 %
Delež tujih turistov	72,51 %	74,58 %	75,48 %	39,68 %	45,77 %	115,35 %
Prenočitve turistov	14.208.554	15.694.705	15.775.331	9.204.374	11.251.158	122,24 %
Delež domačih turistov	31,83 %	28,79 %	27,92 %	63,56 %	57,39 %	90,29 %
Delež tujih turistov	68,17 %	71,21 %	72,08 %	36,44 %	42,61 %	116,93 %
Povprečno število dni bivanja	2,6	2,6	2,5	3,0	2,8	93,33 %

Prihodi domačih in tujih turistov v letih 2017–2021 (v %)



Prenočitve domačih in tujih turistov v letih 2017–2021 (v %)



S sistematičnim načrtovanjem, razvojnimi in promocijskimi aktivnostmi ter sodobnim pristopom k pozicioniranju Slovenije na globalnem turističnem zemljevidu smo v zadnjih letih povečali prepoznavnost in ugled Slovenije kot avtentične, k trajnosti zavezane butične destinacije za 5-zvezdična doživetja. Z aktivnostmi, ki temeljijo na varnosti, odgovornosti in trajnosti, povečujemo zaupanje gostov, da je Slovenija zelena in varna turistična destinacija.

Turizem med in po obdobju covid-19 je in bo drugačen, kot smo ga poznali v preteklosti. Spremembe v vedenju in vrednotah turistov so že opazne. Turizem se je omejil na bližnje destinacije, poudarek je na personaliziranih doživetjih. Na pomembnosti so pridobili zagotavljanje varnosti in zdravja ter turistična ponudba in produkti, ki temeljijo na stiku z naravo. Za turiste vse pomembnejša postaja usmerjenost v trajnostni razvoj, ključnega pomena sta tudi digitalizacija ter zagotavljanje zaupanja vrednih informacij na področju načrtovanja potovanj in varnosti ter spodbujanja odgovornega vedenja turistov.



Logarska dolina / foto: Jacob Riglin



Poslovna srečanja, prihod v hotel / foto: Mitja Kobal



Garden Village na Bledu / foto: Ciril Jazbec

Na našem osrednjem spletnem portalu www.slovenia.info in v različnih publikacijah 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), izpostavljamo zelene turistične destinacije, znamenitosti in ponudnike, 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 in ponujamo druge vsebine, ki spodbujajo k odgovornim in trajnostnim potovalnim navadam.

V prihodnje bomo krepili percepcijo o Sloveniji kot turistični destinaciji za zahtevnega gosta, ki išče trajnostno turistično ponudbo in varno izkušnjo. To bomo udeleževali z nadaljnjim razvojem Zelene sheme slovenskega turizma, implementacijo varnostnih standardov in uporabo znamke Green & Safe ter spodbujanjem oblikovanja edinstvenih doživetij.

**www.slovenia.info –
naš osrednji spletni
portal**

2,8

**je bilo povprečno
število dni bivanja
turistov v letu 2021.**

Trajnostni marketing in promocija

Oblikovali smo formulo razvoja trajnostnega turizma, ki ponuja odgovor na globalne turistične izzive in omogoča trajnostni konkurenčni razvoj slovenskega turizma, obenem pa pooseblja bistvo delovanja Slovenske turistične organizacije.

Spremenjene potovalne navade zaradi pandemije so zahtevale drugačne prioritete trge slovenskega turizma. Naš fokus v letih 2020 in 2021 so bili domači in bližnji trgi.

Tuji trgi: Italija, Avstrija, Nemčija, Združeno kraljestvo, Francija, Ruska federacija
Rastoči perspektivni trgi: države Beneluksa, Hrvaška, Srbija, Madžarska, Švica, Danska, Finska, Češka, Poljska, Slovaška
Oddaljeni trgi: Južna Koreja, Kitajska, ZDA, države skupine GCC, Izrael

Formula trajnostnega marketinga



Digitalizacija

Med našimi prednostnimi nalogami je digitalna transformacija trženja, tako v komuniciranju s končnimi turisti kot s poslovnimi javnostmi. Razvili smo najsodobnejše digitalne kanale, orodja in vsebine za komuniciranje in promocijo. Število sledilcev družbenih omrežij se je povečalo od 700.000 v letu 2017 na 1,8 mio v letu 2021. V začetku aprila 2022 smo objavili Strategijo digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026, ki predstavlja usklajen in strukturiran strateški pristop in povezovanje najrazličnejših deležnikov s področja turizma in digitalizacije.

0,7 mio

sledilcev na družbenih omrežjih
leta 2017

1,8 mio

sledilcev na družbenih omrežjih
leta 2021

Družbena omrežja v letu 2021: Facebook, Twitter, Instagram, Poslovni Twitter, Vkontakte, Pinterest, WeChat, Welbo, TikTok



V letu 2020 smo razvili virtualne platforme, preko katerih bomo v času okrevanja krepili odnose s tujimi poslovnimi javnostmi:

- **Feel Sloveni@ Webinarji:** alternativna oblika predstavitve slovenske turistične ponudbe in slovenskega turizma za predstavnike turističnih agencij in organizatorjev potovanj.
- **Feel Sloveni@ On-line treningi:** spletna izobraževalna platforma za tuje B2B uporabnike, kot so tuji organizatorji potovanj in turistične agencije celotnega sveta, oziroma spletni izobraževalni kanal za posredovanje poglobljenih informacij v privlačni, igrivi obliki (pristop igrifikacije) in stroškovno učinkovita alternativa osebnim stikom.
- **Virtualni dogodki Feel Sloveni@ Business Date:** prenos turistične delavnice (workshop) v virtualno okolje. Gre za vnaprej dogovorjene individualne video sestanke med tujimi organizatorji potovanj in turističnimi agencijami ter slovenskimi turističnimi ponudniki, ki so obogateni s privlačnimi video vsebinami.

V letu 2020 smo vzpostavili spletno Akademijo za trženje v turizmu, ki je poleg že obstoječe Digitalne akademije uvedla še Management akademijo z aktualnimi vsebinami s področja managementa, trajnosti in trženja. Akademijo smo vzpostavili z namenom krepitve kompetenc ključnih partnerjev slovenskega turizma na ponudbeni in destinacijski ravni za učinkovitejše soočanje s posledicami pandemije covid-19 in izgradnjo odpornejšega turizma v luči digitalnega in trajnostnega prehoda.

Partnerstva

Sklepamo partnerstva z različnimi globalnimi mediji, med katerimi sta tudi National Geographic in BBC, ter organiziramo študijska potovanja za medije. Povezujemo se in v trajnostne zgodbe Slovenije vključujemo vrhunske posameznike, ambasadorje slovenskega trajnostnega turizma, kot so Ana Roš, Tina Maze, Luka Dončić, Primož Roglič, Tadej Pogačar, Janja Garnbret in drugi.

Organiziramo in sklepamo globalna partnerstva pri B2B in drugih dogodkih, Slovenijo kot trajnostno destinacijo predstavljamo v okviru različnih domačih in mednarodnih športnih dogodkov, na mednarodnih sejnih in borzah idr.

V koprodukciji med STO in RTV SLO se predvaja zelo gledana TV oddaja Na lepše. Gre za osrednjo turistično oddajo, ki nas spomni, kako velika je Slovenija in koliko razlogov za odhod na lepše imamo samo par korakov stran od domačega praga. Tedensko iščemo aktualne novosti, skrite destinacije in neznane produkte. Oddaja je popoln pregled vsega, kar želimo posredovati o domačem turizmu, vsem, ki turizem živijo in delajo. Ker iskreno verjamemo, da smo turizem ljudje.



Samo Surina, vodja sektorja Vsebinski digitalni marketing

»V ospredju naših promocijskih aktivnosti sta trajnostni pristop in zelena filozofija. Večji del promocijskih in marketinških aktivnosti je izvedenih v digitalni obliki z izpostavitvijo ključnih komunikacijskih sporočil slovenskega turizma, ki so vselej jasna in usmerjena v trajnostno dožemanje destinacije. Z inovativnimi marketinškimi pristopi postavljamo nove mejnike v panogi, kar dokazujejo številna priznanja in nagrade v mednarodnem merilu. Digitalna sedanost prinaša številne priložnosti, pa tudi izzive, na katere se bomo uspešno odzivali z usklajenim strateškim pristopom, oblikovanim v Strategiji digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026. Na petih ključnih področjih strategije je bilo oblikovanih 17 ukrepov, ki bodo izvajani v celotnem strateškem obdobju do leta 2026. Naša vizija je, da Slovenija postane vzorčni primer pametne destinacije, ki krepi in spodbuja razvoj trajnostnih, butičnih, personaliziranih in inovativnih doživetij.«

Trajnostni dogodki

Dogodke (sejmi, delavnice, konference), tako doma kot v tujini, izvajamo skladno s trajnostnimi smernicami, ki jih bomo v prihodnje še nadgrajevali. Poseben poudarek bo na sejmskih borznih predstavitev z novo trajnostno stojnico slovenskega turizma.

V okviru raznih strokovnih dogodkov slovenskega turizma izpostavljam aktualne trajnostne teme in izzive globalnega in slovenskega turizma. Med njimi sta pomembnejša dva, Dnevi slovenskega turizma in Zeleni dan slovenskega turizma.

V letu 2021 smo za organizatorje pripravili tudi smernice za izvedbo zelenih dogodkov, ki vključujejo naslednja področja: načrtovanje in komunikacija, lokacija in prevoz, trdni odpadki, ravnanje z vodo, energija in ogljični odtis, ponudba hrane in pijače ter vključevanje lokalne skupnosti.

Dnevi slovenskega turizma

V okviru Dnevov slovenskega turizma 2021 so bile na okrogli mizi obravnavane priložnosti digitalizacije in trajnostne transformacije ter izzivi kadra, investicij in ciljnih skupin slovenskega turizma. S podpisom zaveze »Manj plastike, več trajnosti« je bila lansirana iniciativa za izločitev plastike za enkratno uporabo iz slovenskega turizma.

Zeleni dan slovenskega turizma

Gre za osrednji dogodek trajnostnega turizma v Sloveniji, ki ob svetovnem dnevu biodiverzitete poteka pod okriljem Slovenske turistične organizacije in Konzorcija Slovenia Green. Na dogodku se zberejo predstavniki turističnih destinacij in turističnih ponudnikov, ki delujejo v smeri trajnostnega razvoja v okviru Zelene sheme slovenskega turizma. Sestavljen je iz slavnostnega dela, kjer podelimo priznanja nosilcem znaka Slovenia Green, in strokovnega dela, ki v ospredje postavlja aktualne izzive na področju trajnosti in turizma. V letu 2021 je bil Zeleni dan v spletni različici organiziran 20. maja, ob svetovnem dnevu čebel. Posvečen je bil trajnostni gastronomiji, saj smo gostinskim ponudnikom prvič podelili znake Slovenia Green Cuisine. Ob tej priložnosti je bila razglašena tudi prva destinacija s platinastim znakom Slovenia Green Destination, in sicer Bohinj. V letu 2021 se je Zeleni dan prvič pridružil iniciativi Evropski zeleni teden (European Ecotourism Week), posvečeni prizadevanjem za ničelno onesnaževanje.

Kot medijski podporniki smo v letu 2021 sodelovali na konferenci Agrobiznisa, kjer so se iskali potenciali za preboj turizma na podeželju. Predstavljeni so bili primeri dobre prakse in nove ideje na področju povezovanja gostincev, kmetij ter regionalnih in lokalnih organizacij.

Promocijski izdelki

V letu 2021 je bil na področju produkcije promocijskega materiala poudarek na ustvarjanju vrhunskih vsebin pri produkciji tiskanih publikacij na krovni ravni in izdelavi interaktivnih digitalnih publikacij z namenom doseganja širšega kroga uporabnikov. Skladno s stanjem zalog tiskanih publikacij je bil tisk novih izdaj minimiziran in usmerjen k potrebam konkretnih promocijskih akcij.

Pri produkciji promocijskih izdelkov z znamko I feel Slovenia smo tudi v letu 2021 sledili trendom tako na področju sodobnega oblikovanja kot uporabe trajnostnih materialov. Promocijski izdelki podpirajo zgodbo zelene, aktivne in zdrave Slovenije in so oblikovani skladno s kreativno rešitvijo I feel Slovenia – My Way. Poudarek je bil na pripravi kolekcije privlačnih promocijskih artiklov za poslovno javnost na temo kulinarike, tudi v podporo produktu gastronomija, ki je bil v povezavi s podelitvijo naziva evropska gastronomska regija 2021 ključna komunikacijska tema leta.



Prvič so bili podeljeni znaki Slovenia Green Cuisine.



Promocijske majice / foto: Alex Štokelj

Zelene nagrade

K povečanju prepoznavnosti in ugleda Slovenije kot odlične turistične destinacije so pomembno prispevala tudi priznanja in nagrade, ki jih je prejela Slovenska turistična organizacija, ter mednarodne nagrade in priznanja, ki so jih prejele slovenske turistične destinacije in mesta.

Ključne nagrade s področja trajnostnega razvoja v letu 2021:

- Svetovna turistična organizacija (UNWTO) je v izboru Best Tourism Villages by UNWTO nagradila Radovljico in Solčavo.
- V sodelovanju s partnerji Green Destinations Foundation, Zavodom tovarna trajnostnega turizma GoodPlace, Turizmom Bohinj in petimi nosilci znaka Slovenia Green iz Bohinja smo se uvrstili na 3. mesto najboljših Družbeno odgovornih sinergij v kategoriji malih in srednje velikih organizacij.
- Na virtualnem dogodku Global Green Destinations Days 2021 se je na seznam 100 najbolj trajnostnih destinacij (Top 100 Destination Sustainability Stories) uvrstilo sedem slovenskih, in sicer Bohinj, Logarska dolina – Solčavsko, Rogla – Pohorje, Ljubljana, Miren Kras, dolina Soče in Ajdovščina.
- Srebrno priznanje The Golden City Gate za komunikacijsko platformo Odgovornih potovalnih standardov Green & Safe.
- Conde Nast Traveller je Slovenijo uvrstil na seznam desetih najbolj trajnostnih destinacij na svetu in jo priporočil za obisk v letu 2021.

Ključne nagrade s področja trajnostnega razvoja v letu 2020:

- Med prejemniki nagrad Destination of Sustainable Cultural Tourism v organizaciji Evropske mreže za kulturni turizem (ECTN) sta bila turistični produkt Turizem v zidanicah s prvim mestom v kategoriji vinski turizem in Topilnica Hg Rudnika živega srebra Idrija z drugim mestom v kategoriji industrijska dediščina.
- Italijanska revija Weekend Premium je v sklopu nagrad Weekend Premium Awards 2020 Sloveniji podelila nagrado v kategoriji Green in Europe za razvoj in promocijo trajnostnega turizma.
- Na virtualnem dogodku Global Green Destinations Days 2020 se je na seznam 100 najbolj trajnostnih destinacij (Sustainable Destinations Top 100) uvrstilo tudi devet slovenskih, in sicer Bled, Brda, Dolina Soče, Kočevsko, Ljubljana, Logarska dolina – Solčavsko, Miren Kras, Podčetrtek in Rogaška Slatina.
- Bronasto priznanje The Golden City Gate za promocijski film »Slovenia Green. The story of green Slovenia« v kategoriji ekološkega turizma.
- Nagrada Sustainable Top 100 Destination Awards v kategoriji Best of Europe 2020 za uvajanje trajnostnih modelov v turizmu na nacionalni ravni.
- Združenje Virtuoso, ki velja za vodilno globalno združenje na področju luksuzne in butične potovalne in turistične industrije, vse bolj poudarja tudi razvoj zelenega, trajnostnega turizma. Slovenska turistična organizacija je med štirimi izbranimi nacionalnimi turističnimi organizacijami iz Evrope, ki so bile sprejete v skupnost Sustainability Community.

Za leto 2022 je revija Condé Nast Traveller Slovenijo uvrstila med 12 najbolj trajnostnih destinacij.



Mag. Karmen Novarlič, vodja sektorja
Komuniciranje s poslovnimi javnostmi

»Stremimo k nadgradnji komuniciranja s poslovnimi javnostmi ter pospešujemo trajnostni in digitalni razvoj vseh poslovnih aktivnosti, s poudarkom na zelenih dogodkih. Začrtali bomo nove zelene usmeritve za izvedbo unikatnih trajnostnih dogodkov vse od načrta in komunikacije do transporta, ravnanja z odpadki in zmanjševanja ogljičnega odtisa, lokalno pridelane hrane, večje vključenosti lokalnega prebivalstva idr. Nadaljevali bomo z digitalizacijo poslovnih dogodkov, predvsem tam, kjer so bile od začetka pandemije covida-19 dalje pretrgane vezi. Stimulirali bomo program spletnih treningov My way of escaping to Slovenia, ki je namenjen izobraževanju in certificiranju tujih ekspertov oziroma specialistov o Sloveniji. Letno bomo povečali število certificiranih tujih turističnih organizatorjev in agentov za 15 %.«

9

slovenskih destinacij je bilo med 100 najbolj trajnostnimi destinacijami v letu 2020.



STO in turistične destinacije redno prejemamo priznanja in nagrade na področju trajnostnega turizma.

OKOLJSKI VIDIK

Prizadevamo si za ohranjanje naravnega okolja, ki prinaša sprostitev in dobro počutje, vonj po svežini.



Zeleni koraki Slovenske turistične organizacije

V Slovenski turistični organizaciji smo leta 2008 sprejeli odločitev za trajnostno delovanje na slehernem koraku poslovanja. Zavezanost k delovanju s čim nižjim ogljičnim odtisom smo zasnovali v projektu, ki smo ga poimenovali Pisarna, prijazna Sloveniji. Kasneje se je zeleni zavezi pridružila še zaveza zdravemu okolju za zaposlene in nastala je Zelena in zdrava pisarna, prijazna Sloveniji. Zaveza trajnostnemu razvoju in trženju slovenskega turizma je zaveza našega kolektiva za dosledno prilagoditev okolju prijaznejšemu poslovanju in zaveza biti drugim dober zgled pri varovanju okolja. Pri tem upoštevamo naslednja področja delovanja in vpliva naše organizacije, ki zajema tako delo v pisarnah kot tudi od doma, službene poti idr.: snovni tok in nastajanje odpadkov, raba energije, ravnanje z vodo, mobilnost, dobro počutje in zdravje na delovnem mestu. Za ozaveščanje in spodbujanje k izvajanju ukrepov uporabljamo različna spodbudna sporočila in nalepke. Za izboljšanje trajnostnega poslovanja naše organizacije smo že v letu 2008 vzpostavili Eko tim, ki skrbi za ozaveščenost in aktivacijo zaposlenih za bolj trajnostno delovanje.

Snovni tok in nastajanje odpadkov

Pri upravljanju s snovmi in ravnanju z odpadki 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, 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.
- Za pitje na delovnem mestu uporabljamo lončke za večkratno uporabo ali lončke iz alternativnih materialov.
- Gostom na dogodkih/sestankih strežemo vodo iz pipe iz steklenih vrčev in kozarcev.
- Delujemo v skladu z Zavezo za izločanje plastike za enkratno uporabo iz slovenskega turizma do konca leta 2022.
- Manj tiskamo in uporabljamo tudi še uporaben odpadni papir. Izogibamo se barvnemu tiskanju in uporabimo 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.
- Električno in elektronsko opremo (EEO) najamemo, 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 izpuste toplogrednih plinov.



Nataša Hočevár, vodja razvoja v sektorju Raziskave, razvoj, inovacije in evropski projekti

»STO-jevcí čutimo Slovenijo. Poslovno in osebno smo predani filozofiji trajnosti: Slovenija je zelena, Slovenija deluje zeleno, Slovenija promovira zeleno. Ne želimo biti del problema, ampak rešitve. Naš moto je »walk the talk«. Že 14 let snujemo rešitve za zmanjšanje ogljičnega odtisa pri delu, uporabljamo trajnostni transport, doma vrtnarimo, kompostiramo, se družbeno aktiviramo, udeležujemo principe krožnega gospodarstva in zanje navdušujemo lokalno okolje.«

Zaposleni ločujemo odpadke in uporabljamo reciklabilne izdelke za enkratno uporabo.



124

kg CO₂ se mesečno sprosti v zrak zaradi delovanja prenosnih računalnikov.



42,3

litra vode se dnevno porabi na zaposlenega v stavbi GZS.

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 (na primer papirja ali lesa) ali izdelke za večkratno uporabo.
- Ločujemo odpadni pisarniški papir in karton.
- Odpadne cigaretnne ogorke odlagamo v koš za navadne odpadke in nikakor ne v naravo.
- OEEO zbiramo ločeno in oddajamo 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.

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, iz katerih na sestankih postrežemo vodo iz pipe.

Raba energije

Prizadevamo si za učinkovito rabo energije v naših poslovnih prostorih, zato z različnimi ukrepi zmanjšujemo rabo energije. Zaradi delovanja prenosnih računalnikov za naše delo, ki je pretežno pisarniško, se v zrak mesečno sprosti približno 124 kg CO₂ in nastane približno 0,24 g radioaktivnih odpadkov. Pri poslovanju uporabljamo tudi monitorje, tiskalnike, strežnike, mrežna stikala in diskovno polje. V tej skupini so največji potrošniki energije strežniki, ki smo jih v letu 2020 nadomestili z novimi, precej zmogljivejšimi in manj energijsko potratnimi. Zaradi večje zmogljivosti smo zmanjšali število fizičnih strežnikov s pet na dva, kar bo v prihodnje vsekakor zmanjšalo porabo energije.

Za zmanjšano rabo energije:

- Pred nakupom nove EEO preverimo njihovo energetske 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.

Ravnanje z vodo

Zavedamo se, da je voda 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 225 in 250 m³ pitne vode. V povprečju je to 42,3 l vode na zaposlenega na dan. Podatek vsebuje tudi porabo vode v kuhinji.

Kot dobri oskrbniki skrbimo za to, da preprečimo ali zaustavimo kakršnokoli uhajanje vode iz vodnega sistema v stavbi in smo pozorni na morebitno nenadzorovano iztekanje vode v sanitarijah in kuhinji. Prav tako skrbimo za redno čistočo v pisarnah, kar zmanjša porabo vode za čiščenje trdovratnejših madežev. Ker je voda iz vodnega sistema pitna, za pitje uporabljamo vodo iz pipe.

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.



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. Letalskega ponudnika za naša daljša službena potovanja izbiramo 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 in dodatne garderobne omare za oblačila. Vodstvo spodbuja skupno uporabo avtomobila (car sharing) med zaposlenimi. To možnost koristi šest zaposlenih. Pet zaposlenih prihaja na delo s kolesom ali skirojem ali peš, dva zaposlena z javnim prevozom, 30 zaposlenih z osebnim avtomobilom, od tega dva z okolju prijaznejšim vozilom. Vodje predstavništev v tujini (Italija, Avstrija in Nemčija) večino službenih poti opravljajo z javnim prevozom oziroma izberejo javni prevoz, ko je le-ta na razpolago za načrtovano službeno pot. Vodstvo si prizadeva, da bi na različne načine spodbudilo večjo uporabo alternativnih načinov prevoza na delo.

Število zaposlenih glede na način prihoda na delo v letu 2021



Za službene poti po Ljubljani imamo na voljo službeno kolo, ki ga je v letih 2019 in 2020 za krajše službene poti uporabilo 75 % zaposlenih. Službeno kolo redno vzdržujemo. Prav tako lahko zaposleni za javni prevoz po Ljubljani koristijo službeno Urbano.

Način službenih poti v letu 2021	Število zaposlenih
Službeni avtomobil	32
Službeno kolo	5
Službena Urbana za javni prevoz po Ljubljani	8



Dobro počutje in zdravje na delovnem mestu

Na delovnem mestu mora biti poskrbljeno za varnost in zdravje. Poleg tehničnih rešitev so zelo pomembne »mehke« dejavnosti, kot so komuniciranje o zdravstvenih tveganjih na delovnem mestu. Za spodbudno delovno okolje, dobro počutje in zdravje zaposlenih:

- Skrbimo za kakovost zraka v pisarnah (pravilno in redno prezračevanje pisarn, redno vzdrževanje sistema mehanskega prezračevanja, rastline, ki čistijo zrak v prostoru, uporaba manj agresivnih čistilnih sredstev idr.).
- Omogočamo socialno vključenost zaposlenih (zaposleni imajo možnost izražanja, možnost gibljivega delovnega časa in dela od doma, spodbujamo inovativnost idr.).
- Spodbujamo telovadbo na delovnem mestu.
- Skrbimo za varnost na delovnem mestu (naravna osvetljenost, varno delovanje EEO, uporaba ergonomske opreme idr.).

Prezračevanje s klimatskimi napravami je na GZS urejeno tako, da imamo 100-% dovod svežega zraka brez primešavanja odpadnega zraka. V okviru GZS deluje tudi interna inovacijska dejavnost MISLImo, ki je namenjena razvoju in izboljšavam pri delovanju GZS in v okviru katere lahko vsak zaposleni odda zamisli, usmerjene k izboljšavam. Za vsako dobro zamisel zaposleni dobi tudi nagrado.

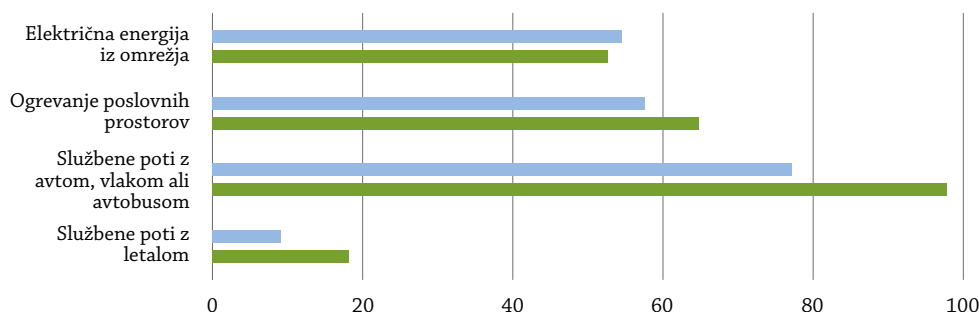
Ogljični odtis Slovenske turistične organizacije

Največji ogljični 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 2021 nekoliko več kot leto pred tem. Zaradi dejavnosti na Expo 2020 smo večkrat potovali tudi v Dubaj. Naši poslovni prostori so del zgradbe Gospodarske zbornice Slovenije, zato na izbiro energentov nimamo samostojnega vpliva. V prihodnje si bomo prizadevali za zmanjšanje ogljičnega odtisa z učinkovito rabo energije, za nakup okolju prijaznejših službenih vozil in spodbujanje trajnostne mobilnosti med zaposlenimi ter za izravnavo ogljičnega odtisa naših letov in drugih dejavnosti.

Ogljični odtis Slovenske turistične organizacije v letih 2020 in 2021 (v tonah CO₂e)
Ogljični odtis je izračunan s pomočjo spletnih kalkulatorjev Umanotera, Atmosfair, Calculator Carbonfootprint.

Področje	2020	2021
	ton CO ₂ e	ton CO ₂ e
Električna energija iz omrežja	54,60	52,64
Ogrevanje poslovnih prostorov	57,55	64,83
Službene poti z avtom, vlakom ali avtobusom	77,24	97,86
Službene poti z letalom	9,13	18,23
Skupaj	198,52	233,56

● 2020
● 2021



Zelena shema slovenskega turizma

Zavedamo se širšega vpliva, ki ga imamo kot nacionalna organizacija na slovensko turistično gospodarstvo, zato smo s partnerjem Zavod tovarna trajnostnega turizma GoodPlace in široko strokovno skupino ekspertov s področja trajnosti leta 2015 vzpostavili nacionalni program in certifikacijsko shemo za pospeševanje uvajanja trajnostnih poslovnih modelov v turizmu, poimenovano Zelena shema slovenskega turizma (ZSST). Deluje na dveh ravneh – na ravni destinacij oziroma občin in na ravni posameznih turističnih ponudnikov ter pod krovno komunikacijsko znamko Slovenia Green:

- združuje vsa prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji,
- destinacijam in ponudnikom ponuja konkretna orodja za oceno in izboljšanje trajnostnega delovanja,
- z znamko Slovenia Green to zeleno delovanje tudi promovira.

Osnovna filozofija projekta izhaja iz dejstva, da Slovenija je zelena (zelena dejstva - odstotek zavarovane narave, gozdov idr.), Slovenija deluje zeleno (razvoj destinacij in ponudnikov v skladu z ZSST) in Slovenija promovira zeleno (poslanstvo Slovenske turistične organizacije). Letno je za izvajanje ZSST namenjenih približno 30.000 EUR, neposredno in posredno promocijo pa bi lahko merili v več milijonih evrov, saj Slovenska turistična organizacija Slovenijo na vsakem koraku izpostavlja kot trajnostno destinacijo s trajnostno ponudbo, kar temelji prav na ZSST. Slovenski turizem z ZSST deluje kot motor trajnostnega delovanja več panog slovenskega gospodarstva, saj je dejavnost močno interdisciplinarna. Tako ima shema velik pomen za državo, turistično gospodarstvo, gosta in ne nazadnje za lokalno prebivalstvo. V okviru Evropske turistične komisije (ETC) pa si prizadevamo za vzpostavitev Evropske zelene sheme. Na pobudo Slovenije je že bila sprejeta odločitev za vzpostavitev evropskih nacionalnih modelov spodbujanja trajnostnega razvoja turizma na osnovi Zelene sheme slovenskega turizma. Na naslednji skupščini ETC, ki bo leta 2022 v Sloveniji, bomo formalno začeli s pripravo novih kazalnikov uspešnosti evropskega turizma.

Slovenia Green je certifikacijski program in znamka kakovosti, s katero označujemo izpolnjevanje zahtev, ki jih za destinacije in ponudnike opredeljuje ZSST. Na krovni ravni slovenskega turizma se Slovenia Green uporablja za komuniciranje prizadevanj, ki jih izvajamo v okviru sheme, in za promocijo zelenih destinacij in ponudnikov. Znamko lahko uporabljajo zgolj tiste destinacije in ponudniki, ki so vstopili v ZSST in izpolnili pogoje za pridobitev znamke. Program temelji na merljivih kazalnikih in je mednarodno primerljiv.

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 predstavlja željo, da v shemo vstopijo vse t. i. vodilne destinacije (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.



Maša Klemenčič, vodja projekta Zelena shema slovenskega turizma

»Zelena shema slovenskega turizma ostaja eden ključnih projektov za spodbujanje odgovornega razvoja turizma na državni ravni. Od leta 2015 pa do danes je znak Slovenia Green pridobilo že skoraj 200 destinacij in ponudnikov, v prihodnje pa želimo predvsem opolnomočiti zelene koordinatorje v vseh destinacijah, da bi tudi v lokalnem okolju še bolj uspešno ozaveščali prebivalce, obiskovalce in odločevalce o nujnosti trajnostnega razvoja turizma. Eden glavnih ciljev je tudi motiviranje ponudnikov nastanitev, da pridobijo znak Slovenia Green in nam s tem na terenu pomagajo uresničevati obljubo o zeleni Sloveniji.«

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 pri destinacijah in podjetjih za izpolnitev obljube zelene trajnostne destinacije na terenu in v realnosti, ne le v komunikaciji Slovenske turistične organizacije,
- 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 (Slovenska turistična organizacija) 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) ima licenco za ocenjevanje po globalnem orodju Green Destinations Standard in je partner Green Destinations.
- Globalni partner Green Destinations zagotavlja platformo za ocenjevanje destinacij v skladu z merili Svetovnega sveta za trajnostni turizem (GSTC) in globalno primerljivost nivoja trajnostnega razvoja destinacij.



**Destinacija Bohinj – edina
nosilka znaka Slovenia
Green Platinum**

Partnerji so tudi destinacije in ponudniki, ki so pridobili znak Slovenia Green. Posebej tesno sodelujemo z destinacijo Bohinj, ki je edina pridobila znak Slovenia Green Platinum in je tudi sicer zgled drugim destinacijam z vidika partnerskega sodelovanja s ponudniki in naslavljanjem širših okoljskih, družbenih in ekonomskih ciljev.

Aktualno stanje nosilcev znaka Slovenia Green (na dan 1. 3. 2022):

- Skupno število nosilcev znaka: 192
- Število podeljenih znakov: 217 (nekateri ponudniki imajo pridobljen tako Slovenia Green Accommodation kot Slovenia Green Cuisine).
- Število nosilcev znaka glede na kategorijo:
 - 58 turističnih destinacij (Destination)
 - 100 ponudnikov nastanitev (Accommodation)
 - 4 naravni parki (Park)
 - 8 turističnih agencij (Travel Agency)
 - 6 turističnih znamenitosti (Attraction)
 - 40 restavracij (Cuisine)
 - 1 plaža (Beach)

85 %

**vseh prenočitev trenutno
pokrivajo destinacije
z znakom Slovenia Green.**

192

**Skupno število nosilcev znaka
Slovenia Green**
(na dan 1. 3. 2022)

58

**destinacij Slovenia Green
Destination**
(na dan 1. 3. 2022)

100

**ponudnikov nastanitev
Slovenia Green Accommodation**
(na dan 1. 3. 2022)

40

**restavracij Slovenia Green
Cuisine**
(na dan 1. 3. 2022)

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 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.

ZSST skupno vključuje 100 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.

Za namen komuniciranja trajnostnih vsebin ZSST širši splošni in poslovni javnosti je bil leta 2019 izdela Komunikacijski priročnik zelenih, trajnostnih vsebin slovenskega turizma, ki predstavlja nabor izbranih vsebin z namenom izboljšanja oziroma povečanja promocije Slovenije kot zelene turistične destinacije. Priročnik predstavlja poglobljen nabor zelenih, trajnostnih dejstev, ki so namenjena trženju in promociji slovenskega turizma na domačem in tujih trgih. Narejen je na podlagi preverljivih, realnih in jasno izraženih podatkov ter večjih podatkovnih sklopov, ki omogočajo hiter nabor informacij kot tudi njihovo segmentacijo.

Konzorcij Slovenia Green

Leta 2016 je bil z 18 pogodbenimi partnerji (destinacije in ponudniki) in Slovensko turistično organizacijo kot strateškim partnerjem ustanovljen Konzorcij Slovenia Green, katerega delovanje je usmerjeno v povezovanje, razvoj in promocijo. Včlanijo se lahko vsi člani ZSST. V okviru Konzorcija sistematično skrbimo za razvoj sheme. V letu 2021 smo med drugim v okviru Konzorcija pripravili smernice za zelene dogodke in razvili produkt Slovenia Green Gourmet Route, kolesarski itinerar, ki povezuje destinacije in ponudnike z znakom Slovenia Green in tako tujim gostom na konkreten način predstavlja zeleno zgodbo Slovenije.

Igralec Aliash Tepina se je s kolesom odpravil na Slovenia Green Gourmet Route, da izkusi neokrnjeno naravo in spozna, zakaj je Slovenija s svojo usmeritvijo v zeleni in butični turizem uvrščena v sam vrh najbolj trajnostnih destinacij sveta. Potovanje je posneto v kratkem filmu.

Green & Safe

V času negotovosti zaradi pojava covid-19 je bila uspešnost v turistični panogi odvisna od zaupanja gostov, da lahko pri nas dopustujejo, ne da bi ogrožali svoje zdravje in varnost. Zato smo v tem obdobju vzpostavili nov znak Green & Safe, s katerim označujemo in poudarjamo visoke higienske standarde in protokole ter trajnostna priporočila za turistične ponudnike in destinacije. Z aktivnostmi, ki temeljijo na varnosti, odgovornosti in trajnosti, povečujemo zaupanje gostov, da je Slovenija zelena in varna turistična destinacija. Vse turistične ponudnike in destinacije zato vabimo k uporabi znaka v komunikacijskih kanalih. V sodelovanju z Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo, Turistično gostinsko zbornico Slovenije in Nacionalnim inštitutom za javno zdravje smo pripravili tudi priročnik Odgovorni potovalni standardi slovenskega turizma.

Slovenia Green Gourmet Route

Ljubljana–Dolina Soče–
Goriška Brda–Vipavska
dolina–Kras–Sevnica–
Podčetrtek/Rogaška
Slatina–Maribor–Ptuj

Sezona: april–oktober
Trajanje: 11 dni



Zelena zgodba Slovenije v
filmu Slovenia Green

>1.100

je število nosilcev
znaka Green & Safe
v marcu 2022.



Sunrose 7 Boutique heritage hotel Bohinj / foto: Anže Čokl



Bohinj pozimi / foto: Turizem Bohinj



Ob Bohinjskem jezeru / foto: Tomo Jeseničnik

Učinki ZSST

V letu 2016 je bila Slovenija prva država na svetu, ki je dobila naziv zelena destinacija sveta.

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. Destinacije 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 primernege odnosa do zaposlenih idr. Na drugi strani pa destinacije preko ZSST dodatno ozaveštujejo pomen ohranjene narave za turizem in lokalne prebivalce. Shema posebej izpostavlja pomen strateškega načrtovanja, pri čemer se kažejo veliki pozitivni premiki.

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

Analiza akcijskih načrtov tridesetih destinacij v letu 2019 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 »preklaplajo na zeleno«, saj je z vključeno stjo destinacije v shemo celotna občinska uprava prežeta s trajnostno miselnostjo, za kar je zadolžen zeleni koordinator z zeleno ekipo.

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

Ogljični odtis slovenskega turizma

Septembra 2021 smo v sodelovanju s partnerji začeli z izvajanjem projekta Podnebne spremembe in trajnostni razvoj slovenskega turizma, katerega namen je s participativnim procesom oblikovati strateške predloge ukrepov za zmanjševanje ogljičnega odtisa slovenskega turizma in njegovo prilagajanje na podnebne spremembe na podlagi dejanskih podatkov in poglobljenih modelov, ki bodo vključevali specifičnosti potreb slovenskega turizma. Izvajalec projekta je Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem Brežice, pri projektu sodeluje tudi Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta. Projekt prispeva k doseganju ciljev Pariškega podnebne sporazuma, Evropske zelene direktive, Strategije Slovenije 2030 in Načrta za okrevanje in odpornost ter je v pomoč pri oblikovanju Strategije slovenskega turizma 2022–2028.

V okviru projekta bodo pridobljeni rezultati o ogljičnem odtisu slovenskega turizma, ki bodo prispevali k odločanju o nadaljnjih investicijah v slovenskem turizmu. Identificirane bodo ključne skupine turističnih deležnikov, ki v največji meri prispevajo k izpustom CO₂ v ozračje, z oblikovanjem in testiranjem modela ranljivosti slovenske turistične ponudbe bodo identificirani kritično prizadeti deležniki in destinacije ter sprejeti ukrepi prilagajanja podnebnim spremembam. Z oblikovanjem in testiranjem algoritma glede na projekcije turističnega prometa bomo naredili prve korake k napovedovanju učinka povečevanja turističnega obiska, kar bo predvsem v pomoč strateškim usmeritvam naslavljanja primerenih segmentov slovenskega turizma za čim manjši ogljični izpust in nadaljnje utrjevanje pozicije Slovenije kot ene najbolj zelenih destinacij. Rezultati projekta bodo podlaga za udeležanje zmanjševanja ogljičnega odtisa turizma v praksi in strateškega odzivanja ponudnikov, destinacij in države na prilagajanje podnebnim spremembam.

Zaveza za izločanje plastike iz slovenskega turizma

Odpadki so del vsakdanjega življenja, s turističnim obiskom pa se njihov obseg povečuje. Še posebej problematična je plastika za enkratno uporabo, ki jo je pandemija covid-19 še dodatno spodbudila, zato smo v letu 2021 oblikovali koncept in partnerski model za izločanje plastike za enkratno uporabo iz slovenskega turizma po principu 4 x 4. Vključuje 4 skupine partnerjev, hotelirje, gostince, destinacije in organizatorje prireditev, ter 4 najbolj problematične skupine artiklov za enkratno uporabo v gostinstvu in turizmu, to so platenke, plastični kozarci, plastična embalaža za hrano in plastična embalaža za enkratno uporabo v hotelskih sobah. Projekt smo poimenovali »Manj plastike, več trajnosti« ter pripravili spletno zavezo za izločitev navedenih štirih artiklov in delovanje v skladu z načeli Global Tourism Plastic Initiative do konca leta 2022. Ambasador in prvi podpisnik zaveze je kuharski mojster Luka Košir, prejemnik Michelinove zvezdice in zelene Michelinove zvezdice. V letu 2021 je zavezo podpisalo 34 partnerjev, marca 2022 je bilo število podpisnikov zaveze 80 partnerjev. Na Dnevih slovenskega turizma, 13. oktobra 2021, pa smo vse ključne institucije slovenskega turizma podpisale tudi partnersko zavezo projekta. Partnerji pri projektu smo Slovenska turistična organizacija, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Turistično gostinska zbornica Slovenije, Sekcija za gostinstvo in turizem pri Obrtno-podjetniški zbornici Slovenije, Turistična zveza Slovenije, Konzorcij Slovenia Green, Združenje JRE Slovenija in Skupnost občin Slovenije.



V letu 2021 smo oblikovali koncept in partnerski model za izločanje plastike za enkratno uporabo iz slovenskega turizma.



Ambasador projekta je kuharski mojster Luka Košir.



Podpis zaveze za izločanje plastike za enkratno uporabo.

GRI KAZALNIKI

Poslušamo, kaj nam govorijo
slovenska mesta in kulturna dediščina.
Odpiramo okna v svet lokalnih
tradicij – za pristna doživetja.



Kazalniki standardov GRI

Organizacijski profil		Stran
102-1	Ime organizacije	7
102-2	Dejavnosti, blagovne znamke, izdelki, storitve	8, 17–19, 20, 50
102-3	Sedež organizacije	7
102-4	Lokacije dejavnosti	7, 8
102-5	Lastništvo in pravna oblika	7
102-6	Trgi, na katerih organizacija izvaja dejavnosti	7, 8, 48
102-7	Obseg organizacije	37
102-8	Informacije o zaposlenih in drugih delavcih	7, 37–40, 66–67
102-9	Dobaviteljska veriga	24–25, 41–43
102-10	Pomembne spremembe v organizaciji in njeni dobaviteljski verigi	7, 15
102-11	Previdnostno načelo ali pristop	12–13
102-12	Zunanje iniciative	38, 40, 61
102-13	Članstvo v združenjih	21
Strategija		
102-14	Izjava v. d. direktorice	3
102-15	Ključni vplivi, tveganja in priložnosti	9, 10–11, 12–13, 24–25
Etika in integriteta		
102-16	Vrednote, načela, standardi, norme obnašanja	8
102-17	Mehanizmi za reševanje etičnih vprašanj	38
Upravljanje		
102-18	Upravljalvska struktura	7, 8
102-20	Odgovornost na izvršni ravni za trajnostni razvoj	4
102-21	Posvetovanje z deležniki o ekonomskih, okoljskih in družbenih temah	21–23
102-22	Sestava najvišjega organa upravljanja	7, 8
102-23	V. d. direktorice	3
102-24	Izbor in imenovanje najvišjega organa upravljanja	7
102-26	Vloga najvišjega organa upravljanja pri določanju namena, vrednot in strategije	13, 14
102-28	Vrednotenje delovanja najvišjega organa upravljanja	7
102-29	Prepoznavanje in upravljanje ekonomskih, okoljskih in družbenih vplivov	10–11, 13–16, 42–43, 47
102-30	Učinkovitost procesov upravljanja s tveganji	12–13, 15
102-31	Pregled ekonomskih, okoljskih in družbenih področij/tem	10–11, 22–23
102-32	Vloga najvišjega organa upravljanja pri trajnostnem poročanju	4
Vključevanje deležnikov		
102-40	Seznam deležniških skupin	21, 26–27
102-42	Prepoznavanje in izbor deležniških skupin	21–23
102-43	Pristop k vključevanju deležnikov	21–22
102-44	Ključne teme in zadržki	22–23, 24–25, 26–27

Poročevalska praksa

102-46	Opredelitev vsebine poročila in meje poročanja za posamezne teme	4, 10–11, 22–23
102-47	Seznam bistvenih tem/ področij	10–11, 22–23
102-50	Poročevalsko obdobje	4
102-51	Datum zadnjega poročila	4
102-53	Kontaktna oseba za vprašanja glede poročila	4, 66
102-54	Poročevalski sklici v skladu z GRI standardom	4, 39
102-55	GRI kazalo vsebine	63–65

Upravljavski pristop

103-1	Razlaga bistvenih področij/tem	10–11
103-2	Upravljavski pristop in njegove sestavine	9–11, 14–17, 20
103-3	Evalvacija upravljavskega pristopa	28–29

Ekonomska uspešnost

201-1	Ekonomski kazalniki	31–34
201-2	Finančne posledice in druga tveganja in priložnosti zaradi podnebnih sprememb	12
201-4	Finančna sredstva, prejeta od države	31–32

Posredni gospodarski učinki

203-1	Naložbe v infrastrukturo in podpora storitvam	17, 28–29, 31, 32, 33–34
203-2	Pomembni posredni ekonomski vplivi	9, 28–29, 33, 34, 57

Prakse javnih naročil

204-1	Sodelovanje z lokalnimi dobavitelji	42–43
-------	-------------------------------------	-------

Protikorupcija

205-2	Komuniciranje in usposabljanje o politikah in postopkih za boj proti korupciji	39
-------	--	----

Materiali

301-1	Uporabljeni materiali za delo, izdelke in promocijo	42, 43, 53, 61
-------	---	----------------

Energija

302-1	Poraba energije znotraj organizacije	54, 56
302-4	Zmanjšanje porabe energije	42, 54

Voda in odpadne vode

303-1	Ravnanje z vodo v organizaciji	54, 55
303-5	Poraba vode	54

Biotska raznovrstnost

304-2	Pomembni vplivi dejavnosti, proizvodov in storitev	11, 18, 22, 23
-------	--	----------------

Emisije		
305-1	Neposredne (Področje 1) emisije toplogrednih plinov	56
305-2	Energetski posredne (Področje 2) emisije toplogrednih plinov	54, 56
305-5	Zmanjšanje emisij toplogrednih plinov	54, 55, 61
Odplake in odpadki		
306-2	Nastajanje odpadkov	53, 54, 61
Okoljska ocena dobaviteljev		
308-1	Okoljska merila za dobavitelje	41–43
Zaposlovanje		
401-1	Novi zaposleni in fluktuacija zaposlenih	37
401-3	Starševski dopust	38
402-1	Odnos vodstva do zaposlenih z vidika obveščanja	37, 38
Varnost in zdravje pri delu		
403-1	Sistem upravljanja varnosti in zdravja pri delu	39, 56
403-2	Identifikacija o nevarnostih, tveganjih na delovnem mestu	39
403-3	Storitve zdravja pri delu	39, 56
403-4	Sodelovanje delavcev, posvetovanje in obveščanje o zdravju in varnosti pri delu	39, 56
403-5	Usposabljanje delavcev s področja varnosti in zdravja pri delu	39
403-6	Promocija zdravja delavcev	39, 56
403-9	Poškodbe pri delu	39
403-10	Bolezni, povezane z delom	39
Usposabljanje in izobraževanje		
404-1	Povprečno število ur usposabljanja na leto na zaposlenega	39
404-2	Programi za nadgradnjo veščin in prehodov zaposlenih	38, 39
404-3	Odstotek zaposlenih, ki redno delajo	37
Raznolikost in enake možnosti		
405-1	Raznolikost zaposlenih glede na starost in spol	37
Nediskriminacija		
406-1	Nediskriminacija in zagotavljanje enakih možnosti	10, 38
Lokalne skupnosti		
413-1	Dejavnosti z vključevanjem lokalne skupnosti, vpliv	9, 10, 27, 28–29, 49, 57, 60
413-2	Dejavnosti s pomembnimi dejanskimi in potencialnimi negativnimi vplivi na lokalne skupnosti	9, 11, 25
Marketing in označevanje		
417-1	Zahteve za informacije o izdelkih in storitvah ter označevanje	42, 43, 50, 57–59

To poročilo je pripravljeno v skladu s standardi GRI-osnovna verzija.

Pri pripravi trajnostnega poročila so sodelovali:

Ime in priimek	Delovno mesto	Področje poročanja	E-naslov
Alenka Malenšek Breznik	vodja Službe za pravne, kadrovske in strokovno-tehnične zadeve	podatki o javni agenciji, poslovanje, človeški viri, družini prijazno podjetje, družbeno odgovoren delodajalec, strategija, zelena pisarna, družbeno odgovorni projekti	alenka.malensek-breznik@slovenia.info
Maja Pak	vodja sektorja Raziskave, razvoj, inovacije in evropski projekti	strategija, družbeno odgovorni projekti, Zelena shema slovenskega turizma, trajnostni razvoj, odnos do okolja, odnosi s poslovnimi partnerji, iniciiranje trajnostnih zavez	maja.pak@slovenia.info
Nataša Hočevnar	vodja razvoja v sektorju Raziskave, razvoj, inovacije in evropski projekti	strategija, družbeno odgovorni projekti, Zelena shema slovenskega turizma, trajnostni razvoj, odnos do okolja, zelena pisarna, ogljični odtis turista	natas.hocevar@slovenia.info
Ana Špik	projektna koordinatorka v sektorju Raziskave, razvoj, inovacije in evropski projekti	statistike, analize, analitika turističnih tokov, družbeno odgovorni projekti, ogljični odtis turista	ana.spik@slovenia.info
Maša Klemenčič	projektni vodja v sektorju Raziskave, razvoj, inovacije in evropski projekti	Zelena shema slovenskega turizma, družbeno odgovorni projekti, ogljični odtis turista	masa.klemencic@slovenia.info
Alenka Kramžar Dolinar	vodja kadrov	človeški viri, usposabljanje, varnost pri delu, promocija zdravja, družini prijazno podjetje, družbeno odgovoren delodajalec, organizacijska energija, zelena pisarna, ogljični odtis poslovanja	alenka.kramzar-dolinar@slovenia.info
Matjaž Princ	vodja informatike in spletnih rešitev	upravljanje spletnih rešitev in informacijske varnosti, ogljični odtis poslovanja	matjaz.princl@slovenia.info
Livija Kovač Kostantinovič	vodja korporativnega PR	trajnostno komuniciranje v Sloveniji, odnosi s poslovnimi partnerji	livija.kovackostantinovic@slovenia.info
Karmen Novarlič	vodja sektorja Komuniciranje s poslovnimi javnostmi	pomembni dogodki v letih 2020 in 2021, trajnostno komuniciranje, odnosi s poslovnimi partnerji	karmen.novarlic@slovenia.info
Špela Ivančič	projektni vodja v sektorju Komuniciranje s poslovnimi javnostmi	pomembni dogodki v letih 2020 in 2021, trajnostno komuniciranje	spela.ivancic@slovenia.info
Samo Surina	vodja sektorja Vsebinski digitalni marketing	trajnostno komuniciranje, odnosi s poslovnimi partnerji	samo.surina@slovenia.info
Maša Puklavec	vodja odnosov s tujimi javnostmi v sektorju Vsebinski digitalni marketing	trajnostno komuniciranje v tujini	masa.puklavec@slovenia.info
Ana Gračanin	vodja Finančno računovodske službe	poslovanje, finančni kazalniki	ana.gracanin@slovenia.info

Člani timov:

Certifikata Družini prijazno podjetje in Družbeno odgovoren delodajalec

Alenka Malenšek Breznik, zastopnica certifikatov

EKO tim

Nataša Hočevar, vodja tima

Tanja Mlakar, članica

Miha Renko, član

Alenka Kramžar Dolinar, članica

Maša Klemenčič, članica

Livija Kovač Kostantinovič, članica

Aleksandra Lipej, članica

Nina Colarić Cvirn, članica

Tim za družbeno odgovornost STO

Alenka Malenšek Breznik,
skrbnica certifikata, vodja tima

Katarina Urbas, namestnica skrbnice certifikata

Alenka Kramžar Dolinar, vodja kadrov

Tanja Mlakar, sindikalna zaupnica

Nataša Hočevar, predstavnica sektorja RRIEP

Špela Ivančič, predstavnica sektorja KPJ

Miha Renko, predstavnik sektorja VDM

Matjaž Princ, vodja informatike in spletnih rešitev



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

Maj 2022

STO
SLOVENSKA
TURISTIČNA
ORGANIZACIJA

**I FEEL
SLOVENIA**

