



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO
DIREKTORAT ZA TURIZEM IN INTERNACIONALIZACIJO
Sektor za turizem

Kotnikova 5, 1000 Ljubljana

T: 01 400 32 00
F: 01 400 36 11
E: gp.mg@gov.si
www.mg.gov.si

Številka: 305-6/2013-2
Datum: 15.5.2013

DRŽAVNI SVET REPUBLIKE SLOVENIJE

Prejeto:	21-05-2013
Šifra:	322-01/13-21/4
Povezava:	020-10/13-24
EPA:	EU:
Sign. zn.:	
Kratice:	

REPUBLIKA SLOVENIJA
DRŽAVNI SVET
g. Mitja Bervar, predsednik
Šubičeva 4
1000 LJUBLJANA

ZADEVA: Vprašanje Interesne skupine kmetov, obrtnikov in samostojnih poklicev glede promocije Slovenije
Zveza: Vaš dopis št. 322-01/13-2 z dne 17.4.2013

Spoštovani,

Pošiljamo vam odgovor Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo na vprašanje Interesne skupine kmetov, obrtnikov in samostojnih poklicev, ki glasi:

Ali Vlada in ministrstva načrtujejo spremeniti in okrepiti delovanje državnih institucij, ki skrbijo za promocijo Slovenije na vseh področjih, posebej pa še na področju kmetijstva in prehrane?

Navajate predvsem 3 sklope, na katere v tem dopisu odgovarjamo, to so:

- Sodelovanje različnih institucij pri izvajanju promocije Slovenije na tujih trgih,
- Vključevanje gastronomske ponudbe (predvsem doma pridelane hrane in pijače) v promocijo Slovenije,
- Sodelovanje na pomembnejših mednarodnih športnih dogodkih.

1. Odgovor s področja promocije Slovenije kot turistične destinacije:

Kot vam je znano je s 1.1.2013 pričela delovati Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma (krajše SPIRIT Slovenija). Ustanovljena je bila z namenom doseganja večje učinkovitosti in konkurenčnosti slovenskega gospodarstva. Ta agencija pod eno streho združuje najpomembnejša področja slovenskega gospodarstva: **podjetništvo, inovativnost, tehnološki razvoj, investicije in turizem** ter za slovensko gospodarstvo pomeni zagotavljanje podpore na usklajen, pregleden in celovit način. Eden izmed razlogov za združitev doslej samostojnih institucij je bil tudi **doseganje singergijskih učinkov na področju promocije, predvsem na tujih trgih.**

Sinergijski učinki skupnih nastopov in aktivnosti na tujih trgih doslej ločenih institucij bodo povečali učinkovitost vloženih sredstev namenjenih promociji ter vplivali na prepoznavnost Slovenije kot atraktivne turistične destinacije in kot atraktivne destinacije za investiranje.

Sinergijski učinki, ki smo jih že zaznali po združitvi in ki jih še pričakujemo

Pomembne so tako finančne kot vsebinske sinergije, ki smo jih že zaznali in ki jih še pričakujemo po združitvi. V luči gospodarnega poslovanja in delovanja so finančni učinki seveda pomembni, zavedamo pa se še večjega pomena vsebinskih sinergij, ki jih prinaša združitev, v prvi vrsti **v usklajenem, enotnem nastopu slovenskega gospodarstva v tujini in doma, predvsem pa enovite in celotne podpore slovenskim podjetjem na enem mestu.**

VSEBINSKE SINERGIJE (nekaj primerov):

A) NA PODROČJU ZNAMKE I FEEL SLOVENIA:

- Implementacija in razvoj znamke na področju gospodarstva ter enotno in celovito komuniciranje le-te doma, predvsem pa v tujini. Primer: v okviru delegacij kot npr. Azerbajdžan in Japonska.
- Uskladitev skupne vizualne podobe nastopa doma in v tujini v skladu z znamko I feel Slovenia. Poenotili bomo vsa orodja, pri ključnih smo to že storili, pri ostalih bomo to predvidoma izvedli do konca leta.
- Naš cilj je implementacija znamke I FEEL SLOVENIA ne samo v ostala dva stebra SPIRIT Slovenija, temveč tudi na področja gospodarstva, ki jih le-ta pokrivata

Cilj: oblikovanje »močnejše znamke« s konsistentno uporabe znamke na vseh področjih, krepitev imidža v tujini v zeleni smeri, opredeljeni v priročniku znamke. V vednost: Po izvedeni raziskavi v letu 2012 ima znamka velik potencial prav na področju gospodarstva, vendar ni skomunicirana in zato potencial ni izkoriščen.

B) NA PODROČJU IZBOLJŠANJA KONKURENČNOSTI SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA

- Agencija kot ključna slovenska agencija za dvig konkurenčnosti gospodarstva bo delovala kot pomembna agencija na področju analiziranja in izboljšanja konkurenčnega položaja Slovenije, cilj aktivnosti pa je izboljšanje uvrstitve Slovenije na mednarodnih lestvicah konkurenčnosti (Slovenijo predstavljamo hkrati kot gospodarsko/naložbeno ugodno okolje in hkrati kot turistično privlačno državo (saj se zavedamo, da na odločitve potencialnih investitorjev/partnerjev vplivajo med seboj povezani dejavniki)
- Trajnostni razvoj naše države je povezovalni element vseh treh stebrov tako na področju razvoja kot trženja.

Sektor za turizem pri SPIRIT izvaja aktivnosti nacionalne turistične organizacije na področjih:

- Načrtovanje in izvajanje promocije države kot turistične destinacije,
- Povezovanje obstoječih in pospeševanje razvoja novih produktov ter projektov nacionalnega pomena,
- Vzpostavljanje integralne turistične informacijske infrastrukture,
- Izvajanje razvojno-raziskovalnega dela.

V partnerskem sodelovanju s turističnim gospodarstvom bo SPIRIT izvajal tudi aktivnosti promocije in prodaje slovenske turistične ponudbe doma in na izbranih tujih trgih, ki so v interesu turističnega gospodarstva.

Poleg rednega programa dela v letih 2013 in 2014 bo SPIRIT izvajal tudi evropski projekt »**Krepitev prepoznavnosti Slovenije kot turistične destinacije**«, financiran iz sredstev Evropskega sklada za regionalni razvoj – Naložbe v infrastrukturo (ESRR). Ta program bo nadgradil in delno dopolnil aktivnosti rednega Programa dela.

2. Vključevanje gastronomije v promocijske aktivnosti (primer sejmi in borze)

Na turističnih borznih in sejmskih nastopih v tujini že vrsto let gastronomijo uvrščamo in predstavljamo kot pomemben del slovenske turistične ponudbe. Preko kulinarčnih krožnikov ob okušanju slovenskih jedi in vin iz različnih slovenskih pokrajin, ki jih nudimo poslovnim partnerjem in obiskovalcem, kateri se zanimajo za Slovenijo, predstavljamo ta produkt v najboljši luči. Na stojnici imamo urejeno prilagojeno kuhinjo, kjer se jedi v zadnji fazi toplotno obdela in tako tudi postreže gostom. Vinski kotiček pa skrbi za predstavitev slovenskih vin in ostalih pijač.

Za izbor in pripravo jedi od leta 2010 skrbi Jezeršek gostinstvo, ki je bil izbran na razpisu kot najboljši ponudnik za tovrstne storitve. Razpisu, ki ga pripravljamo letno ali dvoletno, smo postavili vrsto pogojev kot so: **izključno slovenska hrana ekološkega porekla, jedi morajo biti pripravljene v okviru gastronomske strategije Slovenije, krožniki morajo biti pripravljene na inovativen in všečen način v smislu degustacije, jedi prilagojene na temo predstavitve oz izpostavljene regije na posamezni borzni/sejmski predstavitvi ipd.** Izbor jedi vedno potrди strokovna komisija različnih slovenskih kulinarčnih strokovnjakov (npr: dr. Bogataj, mag. Helena Cvikl, Janez Bratovž in drugi).

Glede izbora vin se prav tako dogovarjamo z izbranim ponudnikom kulinarčnih pogostitev, morajo pa zajemati vse vinorodne okoliše Slovenije. V lanskem letu smo želeli to nadgraditi - dogovarjali smo se z **Združenjem družinskih vinogradnikov – vinarjev Slovenije in Slovensko vinsko družbo**, katerih kontakt smo prejeli na ministrstvu pristojnem za kmetijstvo. Od teh dveh ustanov smo pridobili seznam vin, ki jih priporočajo za posamezen trg.

Za ostalo pijačo prav tako skrbimo, da je izključno slovenskega izvora in pridelave, ki bazira na trajnostnem razvoju.

Omenimo naj še, da smo že večkrat kontaktirali ministrstvo pristojno za kmetijstvo, da bi sodelovali na naših predstavitvah v kulinarčnih pogostitvah v smislu pridobivanja partnerjev oz. sponzoriranje tovrstnih surovin (posredno je to promocija njihovih izdelkov), vendar so nam, žal sporočili, da za namene promocije v tujini nimajo predvidenih sredstev.

3. Sodelovanje na mednarodnih športnih dogodkih

Ob večjih mednarodnih dogodkih SPIRIT – Sektor za turizem uspešno sodeluje z različnimi institucijami s področja športa, kulinarike in enologije. Običajno na takšnih dogodkih skupno organiziramo in vodimo »Slovensko hišo«.

- **Primarni cilji na mednarodnih športnih prireditvah (kot so npr. Olimpijske igre, ipd.) v Slovenski hiši:**
 - **Celovita predstavitev Slovenije kot turistične destinacije** širši javnosti (*Slovenija kot nova evropska destinacija*)
 - **Vzpostavljanje novih poslovnih kontaktov z največjimi organizatorji potovanj** v državi, kjer je dogodek (primer Kitajske) (izvedba turistične delavnice oz. workshop) (*Slovenija kot alpska in mediteranska destinacija oz. destinacija osrednje Evrope*)
 - **Predstavitev Slovenije izbranim turističnim medijem države, v kateri je dogodek** (kot je bila npr. Kitajska)
- **Tematski cilji STO v slovenski hiši (povezani npr. z Olimpijskimi igrami ali drugim pomembnejšim mednarodnim športnim dogodkom):**
 - **Sodelovanje s predstavniki nacionalnih in mednarodnih športnih zvez pri organizaciji poslovnih ali športnih dogodkov v Sloveniji** (*Slovenija kot kongresna destinacija in destinacija večjih športnih dogodkov*)
 - **Sodelovanje s športnimi agenti in managerji** (*Slovenije kot "training, počitniška ali turnirska destinacija"*)
 - **Sodelovanje s predstavniki športnih blagovnih znamk** (*Slovenije kot "fotogenična" destinacija*)
 - **Sodelovanje s slovenskimi novinarji in olimpijci** – slednji bodo oblečeni v barve nove znamke Slovenije (krepitev državne znamke *feel Slovenia*).

Iz zgoraj navedenega izhaja odgovor na zastavljeno vprašanje, ki glasi:

Na področju turizma in promocije Slovenije kot turistične destinacije je Vlada RS z ustanovitvijo SPIRIT in s sprejemom Programa dela SPIRIT za leti 2013 in 2014 že poskrbela za krepitev delovanja in sodelovanje državnih institucij, ki skrbijo za promocijo Slovenije, z namenom doseganja sinergijskih učinkov. SPIRIT – Sektor za turizem pri izvajanju aktivnosti promocije in pospeševanja prodaje slovenske turistične ponudbe pri večjih mednarodnih dogodkih redno sodeluje s številnimi organizacijami s področja športa in v svoje promocijske aktivnosti vključuje v Sloveniji pridelano hrano in pijačo ter s tem promovira tudi gastronomsko ponudbo kot sestavni del turistične ponudbe naše države.

S spoštovanjem,

Pripravili:
 Jasna Radić, sekretarka na DTI
 Mag. Karmen Novarlič, SPIRIT
 vodja Sektorja za turizem



mag. Marjan Hribar, generalni direktor